



# **POLÍTICA DE COMUNICACIÓN/CULTURA**

## **INTRODUCCIÓN**

A continuación se plasman los principales criterios, procedimientos y programas que configuran la política pública de comunicación que se implementará durante los próximos años desde el Ministerio de Cultura. Luego de un año de discusiones en eventos académicos, foros presenciales y virtuales y vía correo, la Dirección de Comunicaciones del Ministerio analizó las sugerencias de más de tres mil ciudadanos y corrigió a partir de ellas el texto original, publicado en marzo de 2009. El presente documento es el resultado de esos ajustes.

La política que se sustenta aquí cobija 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 futura del Ministerio en el campo de la comunicación/cultura.

## **ELEMENTOS DE CONTEXTO**

### **EL RETO DE LA INCLUSIÓN**

Uno de los principales retos de la sociedad colombiana es el de la inclusión, entendido como la construcción de la sociedad desde la diversidad. El concepto de inclusión exige partir del respeto por la diferencia y de su valoración positiva, para disponernos a construir la sociedad en la que todos somos partícipes de manera conjunta. El punto de partida de esta búsqueda por la inclusión es la creciente evidencia de que el entorno comunicativo colombiano está determinado por la diversidad cultural. En Colombia coexisten medios de comunicación de muy diversa procedencia, cobertura, naturaleza y proyección, y la tendencia es

a incrementar la cantidad y variedad de la oferta mediática al interior del país y hacia el exterior.

Dentro de este reto, la inclusión exige a la comunicación diseñar mensajes cada vez más cercanos a la realidad colombiana, coherentes con sus manifestaciones culturales y ligados a un compromiso social, que se traduce en formatos y lenguajes ricos en debate, diversidad y pluralidad.

Contamos con grandes empresas mediáticas en radio, prensa y televisión, nacionales y regionales, incluyendo canales y productores de información y contenidos; pero también contamos con una considerable cantidad de medios públicos: canales comunitarios de televisión, emisoras comunitarias, medios escolares, canales regionales de TV, locales sin y con ánimo de lucro, universitarios, productoras privadas que operan como pymes en el mercado y como productores de contenidos culturales desde las regiones.

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.

El Estado ha ido encontrando un punto de relación con los medios, que respeta las libertades y protege el interés público. Adicionalmente, el Estado tiene la posibilidad de contribuir a que las empresas y colectivos de comunicación (medios y productores) fortalezcan una cultura de inclusión que sea más coherente con los propósitos constitucionales.

## EL RETO DE LA CREACIÓN

Otro elemento importante de contexto es el Proyecto Nacional de Cultura y Educación a través de los Medios Masivos de Comunicación (Procem), proceso participativo que constituye un antecedente importante en la formulación de políticas públicas en el campo cultural, y que recomienda a los medios de comunicación públicos unos principios que el Ministerio de Cultura acoge ¿pues aparecen también en el Plan Decenal de Cultura? relacionados con la promoción de la diversidad, la cohesión del país en torno a la educación, la cultura, la convivencia, la defensa de los valores humanos, la identidad nacional, la calidad de vida y el patrimonio ambiental.

Estos principios deben ser evidentes en los contenidos comunicativos que circulan en los medios, especialmente públicos. La radio y la televisión en Colombia tienen, por su parte, un importante acumulado (no lo suficientemente reconocido) de experiencias y proyectos que nos han ayudado a los colombianos a pensarnos y a mirarnos de maneras diferentes. Además de la experiencia de los

medios, es importante resaltar la importancia de la participación de los comunicadores en procesos de discusión pública sobre políticas de comunicación, como el proceso de formulación del Plan Nacional de Medios que se originó desde el Consejo Nacional del área.

El gran reto en torno a los contenidos tiene que ver con los desarrollos tecnológicos en la sociedad. La disminución de los costos y el aumento en el acceso a las nuevas tecnologías facilitan la apertura de nuevas oportunidades para las comunidades, tanto a nivel económico como en el establecimiento de un diálogo social y político.

Cada día existen muchos más canales de TV (que se multiplicarán por tres con la Televisión Digital Terrestre [TDT]), se usa más el Internet y convergen tecnologías como la telefonía celular y el video. Todos los avances tecnológicos generan más canales para transmisión de contenidos, pero si la sociedad no tiene una fuerte capacidad de creación de contenidos culturales propios para ponerlos a circular en esos diversos medios, los canales acudirán seguramente a contenidos de otros, o a contenidos de baja calidad, con consecuencias negativas para el fortalecimiento de las expresiones culturales de los colombianos.

Por este motivo, la apuesta estratégica de la política de comunicación para la inclusión es el fomento a la creación de contenidos propios de los colombianos, en todos los medios, pertinentes para contribuir a la superación de la exclusión y para evidenciar nuestra diversidad cultural como una gran riqueza.

## **COMPRESIONES BÁSICAS**

### **LA COMUNICACIÓN**

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. La experiencia, tanto como la academia, nos ha enseñado que no basta entregar datos a los receptores, si estos datos no tienen sentido para ellos.

Esta comprensión de la comunicación nos remite igualmente al concepto de comunidades de sentido: grupos de personas que comparten ciertas percepciones

del mundo y de sus posibilidades de actuación y transformación. En una sociedad fortalecida culturalmente existen muchas y muy diversas comunidades de sentido, que se fortalecen internamente gracias a la comunicación y se transforman comunicándose con fuerza con otras comunidades.

### LO CULTURAL

A través de la comunicación se activa el intercambio social entre los seres humanos. La comunicación es la plataforma donde se erige la vida en sociedad. Desde esta perspectiva, la cultura actúa como el contexto que determina la comunicación y por tanto los mensajes entre los sujetos. Los sentidos son medios a través de los cuales se expresa la producción cultural. En términos más coloquiales, cuando hablamos de comunicación es inevitable hablar de cultura: son maneras de ser y de estar juntos en una sociedad.

### EL PAPEL DE LOS MEDIOS

El proceso que adelanta el Ministerio de Cultura pretende superar una visión mediática de la comunicación y entenderla más como un proceso social que como un procedimiento técnico; es decir, suponemos que los medios no son un objetivo. Adicionalmente, consideramos la comunicación como un proceso complejo de interacción social más que como un procedimiento simple de emisión y recepción de mensajes.

Sin embargo, las anteriores afirmaciones no deben entenderse como rechazo a los medios masivos y la amplia cobertura; por el contrario: la masificación de los mensajes y la ampliación de cobertura en la recepción deben incrementar el impacto de los proyectos. El Ministerio de Cultura, por tanto, no sólo trabaja con medios de comunicación estatales y no sólo tiende a fortalecer emisores, sino organizaciones sociales de comunicación y productores. El Estado entiende que hoy la cultura no sólo pasa por los medios de comunicación, sino que ellos son constructores de sentido, gestores culturales que proponen a los ciudadanos maneras de percibirse, relacionarse y actuar en el mundo.

Adicionalmente, los avances tecnológicos aumentan la posibilidad de incremento de canales y emisores en todos los medios, lo que genera una mayor demanda de contenidos, pero tiende a su vez a afectar negativamente la calidad de los mismos. Es obligación del Estado promover la existencia de contenidos comunicativos propios de los colombianos, que recreen nuestra cultura, expresen la diversidad del país y representen a las diversas comunidades de sentido.

Por las razones expuestas, la política de comunicación hace énfasis en la necesidad de apoyar y fortalecer los procesos de producción de contenidos culturales

y a los productores mismos, entendiendo a los productores como personas que crean en diferentes formatos y para diversos medios de comunicación: libretistas, diseñadores de proyectos, gerentes, directores, animadores, escritores, locutores.

El Estado no solo promueve la producción de mensajes de interés público en los medios estatales, públicos o sin ánimo de lucro. Igualmente, consciente del enorme poder de los medios masivos para incidir sobre las culturas, el Estado colombiano, a través del Ministerio de Cultura, en el marco del innegociable respeto a la libertad de expresión y a la libertad de prensa, ofrece apoyo a todos los medios de comunicación de los colombianos para fortalecer procesos que favorezcan la inclusión social y contribuyan al fortalecimiento del sentido de lo público.

#### INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN SOBRE LA CULTURA

La relación entre comunicación y cultura evidencia el poder de legitimación que tienen los medios de comunicación; es decir, su capacidad para hacer percibir mensajes como ciertos, necesarios o pertinentes. Aunque es muy importante avanzar en la comprensión acerca de la forma como los medios hacen percibir los mensajes como legítimos, el Estado debe proponer a los medios, principalmente de interés público, caminos para fortalecer el sentido de lo público, construir el país desde la diversidad, reconocer y valorar el patrimonio, estimular la expresión artística, formar para la contemplación y la sensibilidad estética, fortalecer procesos de inclusión y convivencia, y favorecer la construcción de sentidos de interés público.

La comunicación incide sobre la cultura, no solamente cuando potencia el diálogo intercultural, sino cuando propicia la creación y la memoria mediante la cual la sociedad se dota de sentidos.

La comunicación incide con fuerza sobre las culturas, no sólo cuando difunde información, sino también y principalmente cuando fortalece identidades, ofrece reconocimiento social a ciertos personajes o actitudes, castiga socialmente ciertos comportamientos, valida acciones como legítimas, permite que los ciudadanos y las comunidades se expresen y se hagan visibles, potencia la construcción de narrativas y la recreación permanente de esas narrativas y, especialmente, cuando propone imaginarios que impactan con fuerza en la sociedad.

#### INCLUSIÓN A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación/cultura que el Estado colombiano promueve está asociada a los principios y propósitos que el Procem recomienda a los medios de comunicación, entre los cuales se encuentran el fortalecimiento de la identidad cultural, la diversidad y la memoria, permitir ver y oír múltiples voces, rostros, temas y puntos de

vista, abrir escenarios para la expresión de la calidad artística, respetar y promover los espacios de participación de las minorías culturales, garantizar la interacción de lo local, lo regional, lo nacional y lo internacional.

La comunicación, como dimensión de la inclusión, permite el acceso de diversas voces y actores al escenario de lo público, la creación y el uso de múltiples sistemas de interpretación de las realidades, la construcción del bien común, el estímulo a la aparición de puntos de vista contrastantes y la expresión poderosa de las minorías.

### **NIVELES DE LA COMUNICACIÓN**

Los niveles de problemas de sentido y de operación en comunicaciones son importantes en la formulación de la política, dado que los proyectos en cada nivel operan con lógicas y modelos diferentes y por ello deberán considerarse.

#### INFORMACIÓN

La información es una de las formas de circulación de sentidos, definida por la relación entre datos que establecen los actores del proceso comunicativo. La información es pública (pertenece a todos) y debe ser pública también su transformación. Un adecuado uso de la información afecta positivamente a la sociedad y le permite construir conocimiento.

#### OPINIÓN

Se refiere a la circulación de reflexiones racionales sobre temas de interés. Es papel del Estado fortalecer procesos ciudadanos de cualificación de opinión pública, incluyendo el fortalecimiento de medios y canales de las comunidades. Una sociedad con criterio de opinión o con la capacidad de acceder a ésta tiene elementos de juicio para formarse ideas.

#### EXPRESIÓN

Alude a formas de comunicación generalmente no racionales, emotivas, que con frecuencia se evidencian en relatos y eventos más que en discursos. Este nivel de la comunicación incluye la expresión artística. Es papel del Estado potenciar la expresión de las diversas comunidades de sentido en el país, a través de distintos medios.

#### CONSTRUCCIÓN DE SABERES

Nivel mediante el cual se dota de conocimiento a los destinatarios de la comunicación o se construye un conocimiento nuevo a partir del intercambio entre emisores y receptores. Es papel del Estado velar para que estos procesos sucedan y apoyarlos para que el conocimiento sea pertinente y los procesos eficaces.

Aunque las responsabilidades recaen sobre diversas entidades del Estado, los usos de los medios y los procesos de interacción han demostrado estar muy cerca de procesos culturales y se requiere, por tanto, coordinación entre las distintas instituciones para estos propósitos.

### MOVILIZACIÓN

El Estado tiene la obligación de convocar a los ciudadanos para que tomen decisiones que favorezcan intereses públicos. El Ministerio de Cultura asume como responsabilidad en el área de comunicaciones la tarea de sensibilizar a los ciudadanos acerca de la necesidad de superar la cultura de la exclusión, en consecuencia con los planteamientos formulados en el Plan Decenal de Cultura.

### PROPÓSITOS Y TEMAS ESTRATÉGICOS

En desarrollo de lo expuesto, el Estado, a través de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, fortalece su apoyo a los actores de la comunicación en Colombia, en temas y proyectos relacionados con la inclusión, apuesta esencial de la comunicación/cultura, que comprende propósitos como la multiculturalidad, la expresión de la diversidad, el fortalecimiento de información para el desarrollo local y de poblaciones excluidas, el reconocimiento y promoción de culturas juveniles y de poblaciones en riesgo, la cualificación de opinión pública, la oferta de comunicación pertinente y de calidad y la promoción de imaginarios que fortalezcan una cultura de la civilidad democrática.

En el centro de esta política se encuentra el reto evidente de hacer de Colombia un país incluyente, tarea que no sólo compete a la comunicación, pero en la cual ella pueda hacer un gran aporte, especialmente en la comprensión de comunicación con la cual empieza este documento. Esta comprensión se diferencia de otras en lo siguiente: no se define por los medios que usa; ni por la cobertura, ni por el público, y muy especialmente no se le define por uno de sus objetivos específicos: la información o el desarrollo, sino por su función social: lo social de la comunicación está determinado por la contribución que haga a la construcción de la sociedad.

Esta función de la comunicación nos lleva al otro elemento central de la política: el fomento a la creación de contenidos culturales de calidad en todos los medios de comunicación.

La apuesta por la “creación” propone a la sociedad que entienda a los realizadores de contenidos para medios de comunicación como creadores y no sólo como comunicadores, pero especialmente propone a los realizadores que agreguen valor con sus narraciones a los relatos y acontecimientos culturales de los colombianos.

La política entiende “calidad” en comunicación cultural no sólo como la exigencia de un alto nivel técnico, estético y narrativo, sino también como pertinencia:

que los contenidos de la comunicación tengan que ver con la vida real de los colombianos, sean respetuosos con los derechos de los ciudadanos y con la diversidad de la sociedad.

La apuesta por los distintos medios de comunicación busca, intencionalmente, superar la idea nociva de que el aporte a la cultura compete únicamente a los medios estatales. El Ministerio es consciente del enorme impacto cultural que tienen todos los medios de comunicación y por ello considera como un aporte a la construcción de lo público la difusión de contenidos culturales propios de los colombianos en todos los canales de televisión (privados, públicos, comunitarios, regionales, por suscripción), en todas las emisoras (comunitarias, de interés público, indígenas, universitarias, comerciales o públicas), en todos los medios impresos, alternativos o de nuevas tecnologías.

### **LINEAMIENTOS DE LA POLÍTICA**

La intervención estatal por parte del Ministerio de Cultura, en aplicación de los criterios antes expuestos, se organizará en torno a los siguientes lineamientos de política, de manera que en cada uno se ejecuten diferentes proyectos (en algunos casos se mencionan los proyectos actualmente en ejecución).

#### **FOMENTO A LA CULTURA DIGITAL**

Las nuevas tecnologías de la comunicación han generado profundas transformaciones culturales en todo el mundo y este proceso sigue en curso a velocidades asombrosas. Tal es el impacto de esta revolución cultural centrada en los medios y en las comunidades, que el Ministerio de Cultura ha diseñado una política específica en este campo: la política de cultura digital, también a cargo de la Dirección de Comunicaciones y que se debe entender en sintonía con la política de comunicación.

#### **FORTALECIMIENTO DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS Y CIUDADANAS**

La sociedad colombiana ha construido un exitoso modelo de asignación de frecuencias de radio que permite la propiedad de emisoras por parte de grupos comerciales, universidades, grupos étnicos, comunidades y el mismo Estado. Solamente en el caso de las emisoras comunitarias existen 700 licencias asignadas y 29 para comunidades indígenas. Sin embargo, estas emisoras requieren de la producción de contenidos propios de las comunidades, definidos con participación de las mismas, para conservar su naturaleza de servicio público comunitario. Todas las emisoras, independientemente de sus propietarios o de su naturaleza, pueden jugar un papel muy importante en la formación de ciudadanos.

- Proyectos en ejecución: radios ciudadanas y fortalecimiento de emisoras indígenas.
- Componentes: enfatizar en la cualificación de la opinión pública, en la producción de mensajes propios desde el Ministerio de Cultura, en el estímulo a la producción de mensajes con participación comunitaria, y en la formación y la sostenibilidad de las emisoras representativas de las comunidades.

#### FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE TV PÚBLICA

El modelo de televisión colombiana permite la explotación comercial de la TV por parte de grupos empresariales, pero a su vez con una parte de sus utilidades se financia la televisión pública educativa, cultural, institucional, comunitaria y regional. Avances tecnológicos como la TDT le permitirán al país ver en un corto plazo más canales de televisión propios. Sin embargo, si no se amplía proporcionalmente la capacidad creadora de los realizadores para generar programación, las parrillas de todos los canales seguramente acudirán a programación extranjera o a formatos de televisión que no consultan realmente con las más profundas motivaciones de los colombianos.

- Proyecto: fortalecimiento del sentido de lo cultural en el Sistema Nacional de Televisión Pública.
- Componentes:
  - Diseñar y poner a circular modelos de creación de televisión cultural de calidad.
  - Desarrollar habilidades y competencias sociales para el diseño de TV cultural de calidad, específicamente en comunidades excluidas: regiones o comunidades étnicas o infantiles.
  - Estimular la producción de contenidos audiovisuales y multimediales desde las comunidades en distintos canales.
  - Fortalecer la producción de contenidos culturales en TV como proyecto cultural de los colombianos.

- Diseñar y hacerle seguimiento a las políticas y procedimientos de programación y producción de TV cultural en Señal Colombia y en canales regionales.
- Fortalecer franjas culturales en canales de TV de interés público.
- Fortalecer la organización de coproducciones de productores de TV cultural.
- Crear y/o desarrollar políticas, legislación y proyectos para conservación y uso de archivos de televisión.

#### FORTALECIMIENTO DEL SECTOR DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA

La comunicación comunitaria ha cobrado fuerza en el modelo de televisión internacional de fácil acceso a los televidentes, porque está relacionada directamente con las comunidades, toca sus problemas y hace referencia a sus necesidades reales y cotidianas. Por eso resulta vital seguir trabajando en su ejecución, para que sus mensajes culturales consulten las motivaciones de sus habitantes.

- Componentes:
  - Afirmar el proceso de formulación participativa del Plan Nacional de Medios.
  - Asesorar a las regiones en modelos, proyectos y procesos de comunicación de interés público, con un fuerte arraigo territorial y a partir de concertaciones locales.
  - Asesorar la creación y el fortalecimiento de espacios de representación y/o consejos de medios.
  - Generar incentivos desde la cultura para los medios comunitarios.

#### GESTIÓN ANTE MEDIOS DE AMPLIA COBERTURA PARA LA REALIZACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

Los medios de amplia cobertura son los que mayor influencia tienen en la sociedad gracias a su nivel de impacto y a su capacidad de difusión de los mensajes. Es prioritario trabajar con ellos para lograr una difusión pertinente de propuestas culturales.

- Componentes:
  - Asesorar y concertar con los medios de comunicación masivos de alto impacto para realizar proyectos de promoción de la diversidad y de la cultura de la inclusión, así como del respeto por la diferencia.
  - Apoyar procesos de formación en periodismo y comunicación cultural.
  - Diseñar y ejecutar un programa de fortalecimiento del periodismo cultural colombiano.

## ESTRATEGIAS Y MODELO DE GESTIÓN

El modelo de gestión tiene los retos de fortalecer la articulación entre instituciones y mantener el estándar de calidad de la dirección, fortalecer relaciones con socios estratégicos, incluyendo los socios en las regiones, y poner en marcha un modelo de cooperación para la comunicación por la inclusión, que incluye el contar con socios operadores regionales en los diversos proyectos. Se da continuidad y se fortalece así, en este modelo, la relación con cooperantes internacionales y el fortalecimiento de relaciones internacionales.

## RETOS

El principal reto que esta política enfrenta para ser realidad en la sociedad colombiana es el de superar los prejuicios que la sociedad tiene sobre la comunicación. En efecto, es muy fácil confundir a la comunicación con los medios, especialmente en un tiempo en el cual los avances tecnológicos deslumbran y evitan ver el fondo y el sentido verdadero de la comunicación.

El segundo gran reto es para la sociedad colombiana: tomar la decisión de convertirnos en una sociedad de creadores de contenidos culturales para el mundo implica no sólo superar viejas creencias sobre los medios, sino también impulsar con fuerza las industrias de creación en diversos medios.

El tercero, y tal vez el reto más significativo, es comprender y aplicar la apuesta por la inclusión: dar la voz y el espacio en los medios a aquellos que han sido tradicionalmente excluidos no sólo de los beneficios del desarrollo, sino también y principalmente de la posibilidad de proponer su propio modelo de desarrollo.

Los próximos años las formas de comunicación en Colombia van a sufrir una enorme transformación generada por la TDT. Aunque ésta es solamente un sistema diferente de transmisión de la señal de TV que tiene como propósito entregar una mejor calidad técnica de imagen y sonido al televidente, su implementación trae varias consecuencias que impactan todas las áreas de la comunicación:

- Nuevos canales, mejores contenidos: al desocuparse el espectro, existen enormes retos de regulación del nuevo espacio disponible y existirán muchos más canales de televisión. La propuesta desde el Ministerio de Cultura consiste en garantizar que esos canales contengan gran cantidad de producción de TV colombiana, propia, pertinente, que incida positivamente sobre nuestras maneras de percibir el mundo. El impacto del reordenamiento del espectro se vivirá sobre la radio, la TV y la prensa, en un nuevo escenario de convergencia mediática.
- Contenidos digitales: la naturaleza técnica de la TDT permite mayor interactividad y una relación distinta del televidente con el medio. Esta tendencia modificará nuestra percepción y se puede usar para propósitos de fomento cultural significativos, si los productores y creadores conocen las dinámicas del medio y se apropian de él.
- Reorganización de la industria: las formas de la publicidad, los recursos y sus destinatarios sufrirán grandes cambios también. Es impensable una dinámica de industria cultural de la TV que no esté vinculada a la industria cultural de la comunicación. El Ministerio de Cultura propone fuertemente que esta industria esté anclada en la creación y circulación de relatos propios de las diversas comunidades en Colombia.

## CONCLUSIÓN

La inclusión es posible en la medida en que el país comprenda que la diversidad es parte de su esencia y de su identidad, y para ello resulta vital que se visibilicen los esfuerzos de las comunidades, sus costumbres, simbologías y sentidos, y se abran espacios para la difusión de sus expresiones culturales.

La actual política propone que a la par de fortalecer a Colombia como un país incluyente que visibiliza a sus poblaciones a través de la función social de la comunicación, se fomenten contenidos culturales en todos los medios y se haga una apuesta por la creación, para que la sociedad entienda a los realizadores de contenidos como creadores que aportan su visión narrativa y artística a los acontecimientos culturales de los colombianos.

Esa mirada más amplia de la inclusión está acompañada de un incremento en la calidad técnica y de mayor calidad en los contenidos de estos creadores. La pertinencia con las necesidades de los colombianos y la valoración de la diversidad de nuestra sociedad complementan la búsqueda de esta política. También se

busca dejar de lado el preconcepto de que la cultura atañe sólo a los medios del Estado, y plantea gestionar espacios en todos los ámbitos de la comunicación, dándole relevancia a los medios digitales y a su interactividad.

Así, la comunicación para la inclusión amplía la cobertura de las emisoras comunitarias, fortalece el sistema de la TV pública y se abre a las nuevas tecnologías, como la TDT, para propiciar la retroalimentación con las comunidades en los distintos escenarios, darles voz y espacio a los grupos poblacionales que han sido tradicionalmente excluidos y fortalecer el verdadero sentido de la comunicación: transformar a la sociedad fortaleciendo su identidad y resaltando sus valores.