



Energía



LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN POPULAR PARA EL SECTOR MINERO ENERGÉTICO



Energía  del Cambio



Energía

Edición:

Stefania Prieto Barriga

David Hernán Duarte Tortes

Jhon Sebastian Chaparro Carmona

Danny Medina

Nibeth Adriana Duarte Camacho

Diseño y diagramación:

Nibeth Adriana Duarte Camacho





1.1 PRESENTACIÓN

Dada la importancia que cobran los **procesos de comunicación** en la ejecución de proyectos sociales, esta estrategia de comunicación se construye teniendo en cuenta las necesidades que han surgido dentro de la **Oficina de Asuntos Ambientales y Sociales** a partir de sus distintos planes de trabajo, convocatorias específicas, mecanismos de difusión y reconocimiento del trabajo de la oficina y los contenidos que genera, etc.

La comunicación históricamente se ha constituido como un escenario de disputa por el poder del lenguaje. El modelo neoliberal actual ha creado un discurso homogeneizador, el cual principalmente ha privilegiado los intereses privados en el **sector minero energético**, posibilitando así la operación de las empresas en los territorios.

Dicho discurso se ha difundido mediante canales lineales, unidireccionales, verticales y mediáticos, que no han ofrecido la posibilidad de que las comunidades interpelen y participen en los **procesos comunicativos del sector**.

Teniendo en cuenta este contexto, la comunicación es estratégica y esencialmente política, puesto que genera una plataforma para el desarrollo de procesos de transformación social, los cuales requieren inicialmente de un análisis crítico de los medios de comunicación hegemónicos, así como de las representaciones sociales hegemónicas sobre las comunidades y sus manifestaciones en la defensa de sus derechos y territorios, las cuales han sido estigmatizadas por la prensa generando fenómenos como la **polarización**.



En este orden de ideas, **la comunicación** no se puede desligar de un análisis de las relaciones de poder presentes en el **sector minero energético**, por lo cual es necesario identificar cómo, quiénes y desde qué postura se comunica, pues la respuesta a dichas preguntas determina las formas de interpretar la información, valorar, emitir juicios y actuar frente a los **conflictos socioambientales**.

De igual manera, la comunicación representa un dispositivo que moldea los procesos de priorización e implementación de las políticas públicas en el **sector minero energético**, en el cual se evidencia una profunda desigualdad de oportunidades para las comunidades a la hora de expresar sus ideas, propuestas y denuncias, así como participar de debates o mantener diálogos con empresas y el Estado, y es por estas razones que las **organizaciones** han tenido que construir otras prácticas comunicativas para visibilizar sus problemáticas.

Entre estas **prácticas comunicativas** populares se destacan el muralismo, los estenciles, las radios comunitarias, los periódicos comunitarios, asambleas populares, la distribución de volantes o cartillas, incluso, las acciones de protesta propiamente dichas son algunas de las **estrategias de comunicación** por fuera de los medios de comunicación hegemónicos y a la vez son experiencias que se gestan en el marco de un proyecto político y cultural que tiene como objetivo la **transformación social**.



2

Marco situacional

El día siete de noviembre del año 2024 se realizó el Diagnóstico Nacional de Medios Comunitarios con los medios de comunicación, en el cual participaron 19 personas pertenecientes no solo a medios comunitarios sino a organizaciones sociales, los cuales fueron citados por medio de correo electrónico y whatsapp desde el grupo de comunicación popular de la OAAS del Ministerio de Minas y Energía. El diagnóstico se desarrolló de manera virtual a través de la plataforma Zoom, con una duración aproximada de dos horas y permitió recopilar impresiones, inquietudes, nociones y necesidades relacionados con los medios comunitarios y el sector minero energético. Adicionalmente, los participantes diligenciaron un formulario con preguntas que orientan estos lineamientos.



Energía



En este capítulo se presentan las necesidades o problemáticas de la comunicación popular en el sector minero energético evidenciadas a partir del diagnóstico realizado con medios comunitarios frente a las preguntas:

- ¿Existen proyectos del sector minero-energético en el territorio o territorios donde su medio realiza cobertura?
- ¿Cómo la comunidad y su medio comunitario se han informado sobre estos proyectos?
- ¿Los proyectos minero-energéticos han implementado algún tipo de comunicación o relación directa con la comunidad?
- ¿De qué manera ha abordado su medio de comunicación los impactos de estos proyectos en el territorio?
- ¿Cuál es su percepción sobre cómo los medios masivos - tradicionales han abordado el modelo extractivista y las conflictividades del sector minero energético?
- ¿Qué desafíos o barreras ha encontrado su medio para cubrir estos proyectos y sus impactos?
- ¿Qué papel y aporte considera que puede tener su medio en la educación y sensibilización de la comunidad respecto a los proyectos para la Transición Energética Justa?



ÁRBOL DE PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS



ALTERNATIVA 1

A través de nuestros canales podemos brindar información y educación podemos ser multiplicadores ante la ciudadanía de los futuros proyectos de transición energética justa.

ALTERNATIVA 6

Fortalecernos y conocer mas las dinámicas de información del Ministerio de Minas, se hace necesario el conocimiento y sensibilización para conocer y profundizar mas en el tema minero

ALTERNATIVA 2

La construcción de opinión respecto a otras formas de vida, pagando las deudas sociales.

ALTERNATIVA 4

Los medios comunitarios han creado redes de colaboración

ALTERNATIVA 7

Tienen experiencia en la implementación de talleres de comunicación para comunidades.

ALTERNATIVA 3

Documentos del Gobierno para fortalecer medios comunitarios (marco normativo que favorece la comunicación popular)

ALTERNATIVA 5

Apoyo directo en las pautas para seguir haciendo investigación

ALTERNATIVA 8

Estrategias que proponen: notas periodísticas, entrevistas con líderes comunitarios, foros, talleres, convites, tertulias, alianzas con otros medios, encuentros ciudadanos, otros. estas desde un abordaje critico.

ALTERNATIVA 9

Se puede contribuir a difundir los alcances de los proyectos. Educar a las comunidades a través de la creación y difusión de piezas comunicativas.

Problema principal

Impactos de las actividades extractivas, ladrilleras, minería ilegal y canteras

CAUSA 1

Las comunidades no reciben información precisa sobre los impactos de los proyectos del sector minero energético. Las empresas minero-energéticas no siempre comparten información completa, sobre todo en un lenguaje más sencillo

CAUSA 2

Existen canales débiles de comunicación entre el Ministerio y las comunidades razón por la cual no conocen la oferta institucional.

CAUSA 3

Los medios masivos y tradicionales apoyan el modelo económico depredador y extractivista, están dedicados a tergiversar la información, hacen poco trabajo de campo y menos investigaciones. No le dan la voz a las comunidades ni exponen realmente las afectaciones de los proyectos.

CAUSA 4

Superar las dificultades económicas para hacer pedagogía. Los costos económicos que se generan para hacer un acompañamiento a las comunidades.

CAUSA 5

La distancia en los lugares donde se están generando esos procesos

CAUSA 6

Falta de conocimientos para abordar las problemáticas del sector minero energético

CAUSA 7

Falta articular las miradas de las empresas, el Estado y las comunidades.

Producto del análisis de las problemáticas se agruparon en cuatro categorías que recogen los puntos críticos ordenados así:

- Deficiencias en la comunicación y transparencia en el sector minero-energético.
- Sesgo mediático y falta de representación de las comunidades en la cobertura de proyectos del sector minero-energético.
- Desafíos organizativos de los medios comunitarios para cubrir las temáticas del sector minero energético.
- Falta de capacitación y conocimiento
- sobre el sector minero-energético.

CATEGORÍA 1

Deficiencias en la comunicación y transparencia en el sector minero-energético.

CATEGORÍA 3

Desafíos organizativos de los medios comunitarios para cubrir las temáticas del sector minero energético.

CATEGORÍA 2

Sesgo mediático y falta de representación de las comunidades en la cobertura de proyectos del sector minero-energético.

CATEGORÍA 4

Falta de capacitación y conocimiento sobre el sector minero-energético.





A continuación se describen las problemáticas identificadas en cada una de las categorías rescatando las voces de los medios comunitarios que participaron en el diagnóstico de la Red Nacional de Medios Comunitarios:

1.1. Deficiencias en la comunicación y transparencia en el sector minero-energético.

- “Hacer esto con comunidades que también tienen la posibilidad de decir que puedo tener buena comunicación o definitivamente no tengo ninguna comunicación con el Ministerio sino solamente, pues cuando llega el operador que dicen vamos a colocar aquí en un transformador, allí no sé qué cosa y vamos a buscar el lugar porque generalmente es lo que está pasando, sí, en los territorios” - [Via3Tv](#)
- Mejorar los canales de acceso a la información y los mecanismos de divulgación teniendo en cuenta el contexto de las comunidades y sus posibilidades.
- Fortalecer y ampliar los canales de comunicación del sector minero-energético con las autoridades ambientales, locales, comunidades y medios comunitarios en el que la información sea en doble vía y se rompa con la comunicación institucional y unidireccional.



1.2. Sesgo mediático y falta de representación de las comunidades en la cobertura de proyectos del sector minero-energético.

“Aquí de plano yo me siento como débil en ese sentido, porque mira Caracol, RCN ellos abordan toda la problemática, siempre y cuando, favoreciendo a la industria, favoreciendo a los que explotan la minería y todos los recursos naturales estamos hablando de medios tradicionales” - MECCA TV

“Se ha comentado solamente los grandes medios, están encargados como de proteger a esas empresas que son sus financiadoras, pero en los cuales sabemos todos hemos vivido un saqueo permanente; en este momento nos están saqueando, incluso perfecto, porque es casi desconocido” - Revista siglo 21

Por lo tanto, se requiere de una mayor visibilidad en la agenda mediática de las problemáticas sociales de los sectores populares y sus organizaciones -generalmente invisibilizados en la agenda mediática hegemónica del sector minero energético.





1.3. Desafíos organizativos de los medios comunitarios para cubrir las temáticas del sector minero energético.

“Yo considero francamente que debe haber apoyo directo en las pautas para poder seguir haciendo trabajo de investigación y seguir permaneciendo, logrando poner en la agenda estas nuevas formas de vida en todas las dimensiones que tiene la transición energética y otros modelos de vida distintos a este modelo económico”. **Revista Página 13**

“Superar las dificultades económicas para hacer pedagogía. Los costos económicos que se generan para hacer un acompañamiento a las comunidades” - **Medio comunitario.**

Fomentar la **colaboración entre medios comunitarios** y organizaciones sociales, académicas y de derechos humanos. Estas alianzas pueden fortalecer la cobertura de estos temas mediante la **combinación de recursos**, la **co-creación de contenidos** y la **ampliación de redes de distribución**.

Construir planes de trabajo colaborativo con medios comunitarios con el fin de hacer un fortalecimiento organizativo que genere las condiciones materiales para la creación de contenidos, difusión y cobertura de noticias sobre la transición energética justa.





1.4. Falta de capacitación y conocimiento sobre el sector minero-energético.

“Poco tal vez recogemos nosotros, los medios comunitarios, alternativos y digitales, porque creemos a veces ser la voz de los territorios y nos apropiamos de ello, pero no conectamos realmente con las comunidades que están haciendo comunicación propia intercultural en los territorios como tal; entonces eso lo planteo porque sí me parece una apuesta muy interesante desde la desde el Ministerio de minas de poder conectar todo ese trabajo que vienen haciendo” - Via3Tv

La construcción colectiva de los conocimientos técnicos y sociales aplicada al fortalecimiento de la gestión de lo público.

Apoyar los procesos de formación de capacidades a través del elemento didáctico, que presupone lo comunicativo como parte del discurso pedagógico.

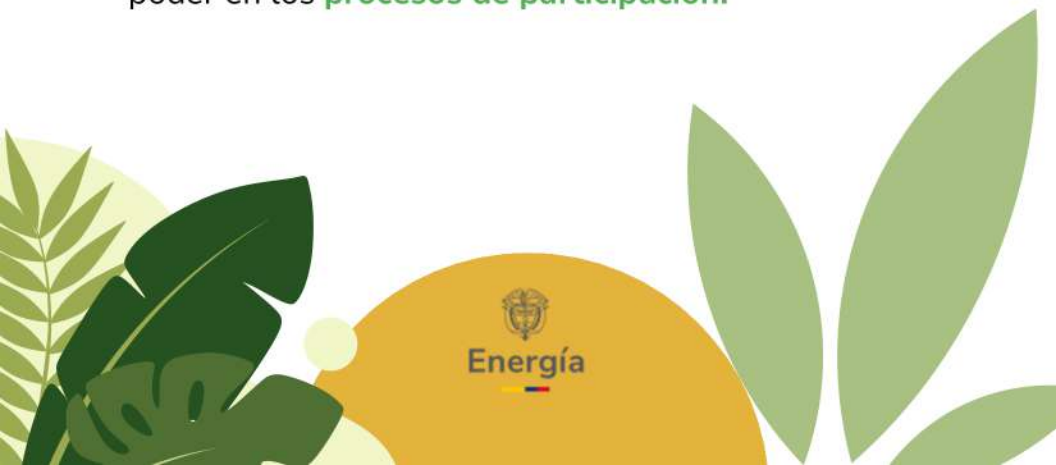
Visibilizar las políticas y los lineamientos que posicionan a los subsectores de minería, energía e hidrocarburos en un lenguaje claro, oportuno y útil para los medios comunitarios con los más altos estándares de información y corroboración.



1.4. Falta de capacitación y conocimiento sobre el sector minero-energético.

En conclusión, históricamente, **la comunicación** ha sido una herramienta de expresión donde se han promovido ideas, mensajes, pensamientos políticos. Pero también ha sido utilizada como forma de control donde las clases dominantes han sometido a las clases proletarias; generando una hegemonía en el control social desde lo económico, político y cultural, a través del sistema educativo y principalmente los **medios de comunicación**.

De esta manera es necesario visibilizar los **actores populares y comunitarios** siendo los protagonistas principales de los mensajes a transmitir apoyándose en la transformación y evolución de las maneras y medios de comunicación, promoviendo, fomentando e identificando los canales y personas ya establecidos en los territorios, generando las condiciones para que las comunidades expresen su poder en los **procesos de participación**.



MARCO TEÓRICO



4

Comunicación popular



La palabra comunicación, desde su “etimología”, significa **poner en común**. Es buscar el encuentro con el otro y los otros u otras para “construir significados comunes”.

El educador popular argentino **Jorge Huergo** destaca que la **comunicación comunitaria, educativa y popular** es una estrategia dialógica que potencia la palabra y la praxis popular y que avala y permite la expresión de “otras voces” más allá de las dominantes. Vincula, a su vez, el campo comunicacional con el del trabajo político, que busca resaltar los saberes populares.

En este orden de ideas, **la comunicación** se presenta como un proceso social de producción de sentidos y significados; inserto en una cultura que es un campo de pugna por el significado de la vida, de la experiencia y del mundo, donde se encuentran diferentes voces y miradas que entran en conflicto.

Se ha llamado **comunicación popular, comunitaria, alternativa, ciudadana y/o educativa** (entre otros nombres) a aquellas experiencias de comunicación vinculadas con acciones de protesta, resistencia y cambio social impulsadas desde sectores populares y espacios comunitarios. Lo que caracteriza estas prácticas no es tanto el nombre, sino el **escenario** y los **actores sociales** que participan del proceso de comunicación.

Es decir que **lo educativo, lo popular y lo comunitario**, se define por los actores que protagonizan la comunicación. Son ellos y ellas, con sus cargas culturales, políticas e ideológicas quienes tienen la posibilidad de disputar simbólicamente el poder a través de la **comunicación**.

La comunicación popular no posee una definición única y consensuada, sino que es producto de una praxis, de un largo proceso de síntesis cultural, social y político comunicacional, que involucra participación, interacción y encuentro con la comunidad.

①

5

Educación Popular



Entendemos por **educación popular** un proceso colectivo mediante el cual los sectores populares llegan a convertirse en el sujeto histórico, gestor y protagonista de un proyecto liberador que encarne sus propios intereses de clase.

La **educación**, según el pedagogo brasileño **Paulo Freire**, o bien es educación para la opresión, para reproducir el orden, para la domesticación, para el ajuste a una sociedad deshumanizante, o bien es una **educación para la libertad**, una educación crítica, problematizadora, concientizadora, capaz de desplegar todo el potencial creativo y transformador de las personas y comunidades en busca de una **sociedad más justa**.

La educación popular juega un papel crucial en la construcción de **ciudadanía crítica**. Por lo que promueve la **participación social** y política de las personas, permitiéndoles comprender y cuestionar las estructuras de poder que afectan sus vidas. Al participar activamente en **procesos educativos**, los individuos se convierten en ciudadanos informados, capaces de defender sus derechos y contribuir al bienestar de sus **comunidades**.

Por esta razón, el territorio se convierte en un espacio de diálogo y reconocimiento de saberes. Es en estos espacios donde se pueden identificar las necesidades y potencialidades de la comunidad, fomentando una educación que responda a las realidades y aspiraciones locales.

Freire propone una educación popular centrada en la liberación y transformación social, esta no debe ser un acto de depositar conocimientos (**educación bancaria**), sino un proceso de conciencia crítica donde se reconoce la dignidad y capacidad de todos los participantes para contribuir al **aprendizaje colectivo**.



Las aplicaciones prácticas de este enfoque incluyen **talleres participativos**, proyectos comunitarios y programas de alfabetización relacionados al **sector minero energético**, que buscan no solo enseñar habilidades y construir colectivamente conocimientos, sino también fomentar la autodeterminación de los pueblos y la **autonomía comunitaria**.

A través del intercambio comunicativo, **los actores sociales** generan conocimientos, desarrollan su acción política en la sociedad transformando significados que, en medio de la lucha simbólica, buscan constituirse en sentidos socialmente predominantes.

Estas formas de comunicación se convierten en una **práctica educativa** que tiende a desatar procesos de **aprendizaje colectivos** con el fin de desnaturalizar los discursos que estigmatizan a los **sectores populares** y, a partir de ello, construir otros que impliquen la reflexión sobre los **derechos humanos**, la equidad de género, el enfoque étnico y territorial, la lucha de clases y la justicia climática, los cuales son esenciales para avanzar hacia la **Transición Energética Justa**.





Los medios comunitarios son **organizaciones de comunicación** autogestionadas por comunidades y destinadas a satisfacer sus propias necesidades informativas y culturales. En mayor medida estos medios se expresan a través de periódicos locales, canales digitales, radios locales, entre otros.

Una característica distintiva de los **medios comunitarios** es su enfoque en la **participación activa** de la comunidad, se oponen a los múltiples medios de comunicación que generalmente tienen una estructura jerárquica y su enfoque comercial es contradictorio.

Es importante mencionar que, según **Paulo Freire**, conocido por su enfoque en la educación crítica, manifiesta que la **comunicación es un acto de amor** y conocimiento. Freire enfatiza en la importancia del diálogo en su Pedagogía del oprimido, donde sostiene que **"la comunicación pública se refiere a un proceso de conciencia crítica por parte del individuo y de subjetivación activa de la realidad"**. Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Continuum.





De la misma manera se entiende que el mayor problema radica en cómo los **medios tradicionales** han informado durante décadas bajo el mismo enfoque, por lo anterior es de suma importancia cortar esa hegemónica manera de comunicar.

Según el autor **Sérgio de Oliveira**, los medios comunitarios se están convirtiendo en **"instrumentos de comunicación democrática que buscan empoderar a las comunidades, permitiéndoles expresar sus propias realidades y necesidades"** (Oliveira, 2010)

De igual forma estos ejercicios comunitarios se fortalecen bajo condiciones puntuales de acciones conjuntas en las que se aúnan esfuerzos en pro de objetivos comunes, según **Mikhail Bakhtin** filósofo conocido por sus estudios sobre el lenguaje y la comunicación, argumenta que **"la comunicación popular es un proceso co-creativo en el que las voces humanas se comunican y se comunican entre sí"**. Bakhtin, M. M. (1981). The dialogic imagination: Four essays (M. Holquist, Ed.; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). University of Texas Press.

De igual forma los medios comunitarios desempeñan un papel importante en la construcción y fortalecimiento de redes populares, ya que representan una poderosa herramienta para las comunidades. Esto sumado a variables como:



PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD



Los medios comunitarios fomentan la participación comunitaria activa en la creación y difusión de información. A diferencia de los medios tradicionales, que tienden a tener una estructura jerárquica y centrarse en el marketing, los medios comunitarios son impulsados por la propia comunidad, haciendo que sus voces sean escuchadas y valoradas

REVELAR HECHOS LOCALES

- Los medios comunitarios expresan hechos, necesidades específicas e inquietudes locales. A través del contenido territorializado se pueden abordar cuestiones contextuales que los medios de comunicación tradicionales suelen pasar por alto.
- Las noticias locales proporcionan información directamente relacionada con la vida cotidiana de la población local. Incluye noticias de la comunidad, eventos culturales y materiales educativos y al brindarle a la comunidad información útil, fortalece su poder de toma de decisiones y su participación activa en la vida cívica.



SUSTITUCIÓN NARRATIVA HEGEMÓNICA



La presencia de noticias locales puede subvertir la hegemonía de los medios tradicionales, que a menudo presentan visiones del mundo que no reflejan la diversidad y complejidad de las comunidades democratizando las comunicaciones y reconociendo la gama de voces y perspectivas.



Energía





ACCIÓN COMUNICATIVA

La teoría de la acción comunicativa, desarrollada por el filósofo alemán **Jürgen Habermas**, propone que la **comunicación efectiva** es fundamental para la construcción de una **sociedad democrática**.

Según Habermas, el diálogo racional y el entendimiento mutuo son esenciales para la **acción social**, y se basan en la premisa de que los **actores comunicativos** deben poder expresar sus puntos de vista sin coerción y en un espacio de **igualdad**.

Este marco teórico resulta relevante al analizar el contexto de la **comunicación popular** en Colombia, donde la diversidad cultural y las desigualdades sociales han influido en las dinámicas de **comunicación**.



En Colombia, **la comunicación popular** se ha convertido en una herramienta crucial para la **movilización social** y la reivindicación de derechos. Este tipo de comunicación permite darle voz a las **comunidades** para participar activamente en la construcción de su realidad. A través de iniciativas como la **radio comunitaria**, el teatro social y los medios alternativos, las comunidades han encontrado formas de expresar sus inquietudes y aspiraciones. Aquí, la teoría de **Habermas** se hace evidente: la **comunicación popular** busca crear un espacio donde todos los participantes puedan contribuir al diálogo, promoviendo un entendimiento más profundo de sus problemáticas.

Sin embargo, la realidad colombiana también presenta desafíos significativos para la aplicación de esta teoría. La historia de violencia, el conflicto armado y la desigualdad socioeconómica han dificultado el establecimiento de un espacio comunicativo verdaderamente igualitario. Muchas comunidades, especialmente aquellas en zonas rurales y marginadas, enfrentan obstáculos para acceder a los **medios de comunicación tradicionales** y, por ende, a la esfera pública. Esta exclusión puede resultar en un "déficit de comunicación", donde las voces de ciertos grupos no son escuchadas ni consideradas en los procesos de toma de decisiones de la gestión pública.

A pesar de estos **desafíos**, las iniciativas de comunicación popular en Colombia han demostrado la capacidad de crear espacios de **diálogo inclusivo**. Por ejemplo, durante el proceso de paz, muchas comunidades utilizaron **medios alternativos** para expresar sus opiniones y demandas, fomentando así un debate más amplio sobre el futuro del país. Este fenómeno se alinea con la idea de **Habermas** de que el **discurso democrático** debe ser inclusivo y reflexivo, permitiendo que las diferentes perspectivas sean escuchadas y debatidas.

En conclusión, la teoría de la **acción comunicativa** de **Habermas** ofrece un marco valioso para entender la importancia de la **comunicación popular** en Colombia. A pesar de los desafíos estructurales y las desigualdades que persisten, las iniciativas de **comunicación popular** han logrado crear espacios de diálogo que promueven la **inclusión y la participación**. Para avanzar hacia una sociedad más justa y democrática, es fundamental seguir fomentando estos **espacios de comunicación**, donde todas las voces puedan ser escuchadas y el entendimiento mutuo pueda florecer.



MARCO NORMATIVO DE MEDIOS COMUNITARIOS

Marco Jurídico	Definición	Aportes de la estrategia
Constitución Política de 1991 artículo 20 	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. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.	Facilitar que las comunidades y organizaciones sociales involucradas en el sector minero-energético puedan expresar libremente sus preocupaciones, demandas y propuestas. Al promover la comunicación popular, se asegura que estos actores no solo reciban información, sino que también tengan el derecho de difundir y participar activamente en los debates sobre el impacto de las actividades extractivas en sus territorios. De esta forma, se fortalece la democracia participativa y la inclusión de voces tradicionalmente marginadas.



MARCO NORMATIVO DE MEDIOS COMUNITARIOS



Marco Jurídico	Definición	Aportes de la estrategia
Directiva Presidencial # 6 2024 (19 junio)	Adopción manual de identidad visual y lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones , objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden Nacional	Aboga por el accionar de los medios comunitarios , incluyéndolos dentro del sistema de comunicaciones del nivel nacional toda vez que “la campaña cuente con recursos para divulgación institucional en medios de comunicación, se deberá incluir: medios regionales, alternativos, comunitarios y digitales , salvo que la campaña se ejecute en medios de comunicación internacionales.”



MARCO NORMATIVO DE MEDIOS COMUNITARIOS



Energía

Marco Jurídico	Definición	Aportes de la estrategia
Decreto 149 de 2008	Define la conformación de la Mesa de Trabajo para la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria en Bogotá, estableciendo lineamientos para fortalecer los procesos comunicativos locales.	Permite la creación de espacios participativos donde las organizaciones sociales pueden expresar sus inquietudes y propuestas relacionadas con el sector minero energético, promoviendo un diálogo entre las comunidades y las autoridades
Decreto 150 de 2008	Adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria, orientada a promover y fortalecer procesos comunicativos en Bogotá, enfatizando la participación ciudadana y el acceso equitativo a la información.	Asegurar que las estrategias de comunicación popular incluyan a todos los actores sociales del sector minero energético, fomentando un ambiente donde se escuchen sus voces y se incorporen sus perspectivas en las decisiones que les afectan



MARCO NORMATIVO DE MEDIOS COMUNITARIOS



Energía


Marco Jurídico	Definición	Aportes de la estrategia
Decreto 428 de 2023	Adopta una nueva Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa, enfocándose en fortalecer las capacidades organizativas y promover el reconocimiento institucional de los medios comunitarios.	Refuerza el objetivo general del lineamiento al facilitar el acceso a recursos y formación para los medios comunitarios, lo que les permite desarrollar estrategias efectivas para involucrar a las comunidades en el sector minero energético y garantizar que sus voces sean escuchadas.
Acuerdo 292 de 2007	Establece lineamientos para la política pública en comunicación comunitaria en Bogotá, promoviendo la equidad en el acceso a espacios mediáticos y fomentando una circulación democrática de opiniones e informaciones.	Este acuerdo apoya directamente los objetivos del lineamiento al garantizar que las organizaciones sociales tengan acceso a plataformas donde puedan comunicar sus preocupaciones e intereses relacionados con el sector minero energético.



OBJETIVOS (GENERAL Y ESPECÍFICOS)



Facilitar la participación de las organizaciones y actores sociales que se ven involucrados en las actividades del sector minero energético, a través de estrategias de comunicación popular.

Acompañar a las comunidades en sus procesos comunicativos frente a las conflictividades, propuestas e iniciativas en el sector minero energético.

Dar a conocer los procesos y resultados del trabajo articulado con las comunidades en el marco de la gestión de la Oficina de Asuntos Ambientales y Sociales con el propósito de posicionar al Ministerio de Minas y Energía como un aliado estratégico en los territorios.

Democratizar los conocimientos relacionados al sector minero energético, con el fin de generar condiciones para que las comunidades puedan tomar decisiones informadas y participar activamente en la construcción de un sistema energético más justo.

Conformar la Red Nacional de Comunicadores Populares con el fin de posicionar la Transición Energética Justa en los territorios.

Visibilizar los procesos comunitarios de la Oficina de Asuntos Ambientales y Sociales desde las voces de los sujetos sociales haciendo uso de los dispositivos y prácticas de comunicación popular.





LÍNEAS ESTRATÉGICAS



Energía

INFORMATIVA / POPULAR

Dar a conocer los procesos y resultados del trabajo articulado con las comunidades en el marco de la gestión de la Oficina de Asuntos Ambientales y Sociales.

EDUCATIVA PEDAGOGICA

Democratizar los conocimientos relacionados al SME, con el fin de generar condiciones para que las comunidades puedan tomar decisiones informadas y participar activamente en la construcción de un sistema energético más justo

PARTICIPATIVA

Visibilizar los procesos comunitarios de la Oficina de Asuntos Ambientales y Sociales desde las voces de los sujetos sociales haciendo uso de los dispositivos y prácticas de comunicación popular.



METODOLOGÍA:
LÍNEA DE ACCIÓN INFORMATIVA.





Energía

7. DEMOCRATIZAR LA INFORMACIÓN LA VOZ Y LA PALABRA.

La **comunicación popular y comunitaria** aporta a la construcción de nuevos discursos y prácticas para disputar poder en el **escenario público** que posibilite otras formas de mirar al mundo, otras formas de ejercicio de los **derechos**.

Las **comunicaciones** se conciben como un apoyo clave para las distintas estrategias, convocatorias, eventos, mesas de diálogo y apoyo técnico, como parte fundamental del cumplimiento de los objetivos del proceso.

También como un componente transversal a toda la implementación de las herramientas que apoyan el **fortalecimiento de capacidades** y el relacionamiento que establece en principio la **Oficina de Prensa del Minenergía**, con la ciudadanía y las instituciones que se articulan al proceso. Para ello se contempla el desarrollo de actividades en cuatro líneas de acción específicas: alistamiento, implementación, ejecución, divulgación y seguimiento.





Dicho enfoque reconoce a la comunidad como un **participante activo** y central. Es importante resaltar que se habla desde una perspectiva de **derechos humanos** que tiene presentes los enfoques étnico y diferencial, que implican el reconocimiento de la multiculturalidad de personas y saberes. Además de las **comunidades**, los medios de comunicación, instituciones, asociaciones, gobiernos locales, entidades territoriales, equipo técnico y especialmente los distintos equipos de la **OAAS** son tenidos en cuenta al momento de plantear las diferentes actividades a desarrollar en el marco de la presente estrategia.

A través de las actividades y productos propuestos se prevé un posicionamiento de visibilidad, para destacar el quehacer de la OAAS y sus relacionamientos junto con los **enlaces territoriales** y a las comunidades como líderes del proceso. Es decir, que con este plan de trabajo se busca alcanzar los objetivos de visibilidad, difusión y apoyo a la **OAAS** dando a conocer el desarrollo de los distintos programas, diálogos sociales, avances en política, etc.





Para reflejar y dejar evidencia de dichos resultados se hará seguimiento y acompañamiento a los procesos, y se tendrá como base la información suministrada según distintos enfoques (derechos humanos, género, étnico, cambio climático, relacionamiento ambiental, gestión del riesgo) en los subsectores de hidrocarburos, energía y minería.

Así como la **articulación** que se genere del mapeo de actores y de los **medios de comunicación popular** en las regiones con las que se pretende recibir, compartir y generar una parrilla de comunicación en el que los medios de comunicación popular y comunitarios se sientan satisfechos, representados y que la información sea útil y de doble vía.

ARTICULACIÓN

- Apoyo con otros medios de comunicación.
- Red de radios universitarias y locales.
- Páginas de Facebook
- Difusión en redes sociales de piezas informativas de las actividades de la OAAS
- Influencers colombianos



ALISTAMIENTO

Esta es la fase de preparación y construcción de la **estrategia de comunicaciones** que necesitan las actividades, programas y políticas de la **OAAS**. Establece los mensajes principales, la imagen y los contenidos para el tiempo que duren los procesos y estrategias.

Estrategia holística de acompañamiento, pedagogía, motivación e inspiración, enfocada en las y los participantes, que siempre de cuenta en primera instancia de los derechos humanos y los demás enfoques diferenciales.

Se debe procurar un proceso de comunicación a través de material visual y audiovisual asertivo, empático y motivacional, con el cual las comunidades se sientan identificadas y protagonistas. Asimismo, liderar un proceso de comunicación constante a través de redes sociales.

Implementación

Esta es la fase de producción, construcción y aprobación de contenidos, piezas y videos para dar a conocer los resultados, los avances y los mensajes más importantes de las actividades acompañadas. Se debe generar y difundir material continuo de calidad, que dé cuenta de los resultados obtenidos durante la implementación de los programas, proyectos o actividades. En el marco de las piezas gráficas y audiovisuales ha de promoverse el reconocimiento⁹ del Gobierno colombiano y sus aliados.



Ejecución: Hace referencia a la fase de implementación de la propuesta: contenidos de expectativa, línea gráfica, conceptos gráficos, piezas base y cubrimiento: en vivo, fotos, video.



DIVULGACIÓN

Esta fase puede darse tanto en las redes y medios del Minenergía como en los medios aliados — emisoras, páginas y demás medios locales— que puedan tener una incidencia en las convocatorias, y en la divulgación de los resultados de los procesos.

SEGUIMIENTO

Los datos de medición de medios, la noticias y los temas de la OAAS que se posicionen en la agenda pública se tomarán como un indicador, además, de los indicadores o metas reflejados en el número de talleres, convocatorias, piezas o contenidos





APOYO A EQUIPO TÉCNICO

Apoyar el enfoque pedagógico y articularse con el equipo técnico de la OAAS, así como considerar los demás enfoques, permite acompañar y robustecer las capacidades y garantizar el desarrollo exitoso de eventos nacionales que visibilicen el programa, proyecto o actividad acompañada y sus participantes, a partir de un enfoque diferencial en el que las comunidades sean protagonistas.

En general, esta estrategia centra la atención en dar soporte a las comunicaciones de las diferentes actividades y piezas gráficas adelantadas por la OAAS para los diferentes relacionamientos, actividades y espacios concertados.

PLAN DE COMUNICACIONES





IMPLEMENTACIÓN Y MEDICIÓN DESPLIEGUE EN TERRITORIOS PRIORIZADOS ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN POPULAR



Energía

1

Priorización de territorios teniendo en cuenta programas y procesos definidos por la OAS

4

Definición de Mensajes y Audiencias: desarrollarmensajes claros y efectivos que resuenen con las necesidades de las comunidades locales relacionadas a SME, identificar y segmentar las audiencias clave dentro de los territorios.

2

Establecer alianzas con medios de comunicación locales y líderes comunitarios.

5

Producción de contenidos comunicativos con las comunidades.

3

Implementación de talleres pedagógicos para el fortalecimiento de capacidades.

6

Evaluar periódicamente la efectividad de la estrategia mediante encuestas, entrevistas y análisis de datos de los contenidos.





Las intervenciones en territorio se desarrollarán bajo el proceso que se enuncia a continuación, el cual tiene el propósito de ser flexible para adaptarse a cualquier contexto

Momento 0.



Mapeo de actores estratégicos. Es necesario identificar:

1. Liderazgos comunitarios
2. Enlaces territoriales de la OAAS o ETH
3. Medios comunitarios como emisoras, reporteros y periódicos locales
4. Colectivos artísticos, juveniles y artistas locales
5. Autoridades territoriales
6. Empresas del sector minero energético

Estos actores y/o grupos de interés facilitarán la intervención en territorio.





MOMENTO 1. PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA

Es un proceso colectivo en el que los facilitadores del MinEnergía, actores clave y líderes de la comunidad, construyen de manera horizontal una hoja de ruta ajustada al contexto territorial para la intervención. Este ejercicio tiene como propósito garantizar que la voz, los saberes y las aspiraciones de la comunidad sean el eje central de la planificación, promoviendo su incidencia efectiva.

Paso a paso:

Escucha activa: Se realizan encuentros iniciales con líderes, comunidad y enlaces territoriales OAAS para comprender su contexto, necesidades, problemáticas, potencialidades y expectativas respecto a la intervención

Canales de comunicación: Se establecen canales de comunicación efectivos entre la comunidad y los demás actores claves para facilitar la organización e implementación de la intervención.

Construcción de consensos y visión compartida: Se identifican otros actores clave, recursos disponibles y estrategias comunicativas propias de la comunidad para fortalecer la apropiación del proceso. o Se define de manera colaborativa los objetivos de la intervención según los temas estratégicos del sector minero energético en el territorio





MOMENTO 2. SEMILLA – APERTURA Y BIENVENIDA

Esta etapa marca el inicio de la intervención territorial, enfocándose en la sensibilización y la generación de un ambiente propicio para el diálogo y la colaboración. Su propósito es establecer vínculos de confianza, reconocer los saberes previos de la comunidad y conectar a los participantes con el propósito de la jornada.

Bienvenida y contextualización: Presentación del objetivo, agenda y del equipo facilitador de la jornada. Se debe resaltar la importancia de la participación comunitaria en la Transición Energética Justa (TEJ).

Presentación de la comunidad: Uso de dinámicas de rompehielos y actividades lúdicas que faciliten la presentación e integración del grupo y promuevan la confianza

Escucha activa: Se abre un espacio de diálogo para conocer las expectativas de los participantes sobre el encuentro

Acuerdos de encuadre: Construcción conjunta de principios de convivencia y metodologías de trabajo que guiarán el proceso.

Esta fase es clave para sembrar las bases de una participación activa y comprometida en la jornada, asegurando que todas las voces sean reconocidas y valoradas desde el inicio.



MOMENTO 3. FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES:

En esta etapa de la intervención territorial, se busca consolidar y ampliar los conocimientos de la comunidad en torno a la transición energética justa. A través de un proceso participativo y dialógico, los facilitadores presentan conceptos clave, casos de referencia, programas y reflexiones que permitan a los participantes comprender y apropiarse de las dinámicas y proyectos de la TEJ y su impacto en el territorio.

El fortalecimiento de capacidades se desarrolla a partir de metodologías activas que promueven la construcción colectiva del saber.

Se combinan exposiciones didácticas con ejercicios prácticos, resolución de dudas, intercambio de experiencias y análisis de casos, permitiendo que la comunidad relacione los nuevos conocimientos con su realidad cotidiana.

Además, esta fase facilita herramientas para la acción, promoviendo que los participantes no solo comprendan el proceso de transición energética, sino que también se conviertan en agentes multiplicadores del conocimiento dentro de su entorno. De esta manera, se generan bases sólidas para la participación informada y la incidencia en la toma de decisiones sobre el futuro energético del territorio.

MOMENTO 4. SABER HACER

Es una fase de acción y construcción colectiva en la que la comunidad, desde su propio conocimiento y prácticas, transforma la información en herramientas concretas de expresión y comunicación. A través del arte, el diálogo y la experimentación, se generan espacios de aprendizaje activo que fortalecen la identidad cultural y la apropiación del proceso de transición energética justa



Explorando
nuestra historia y
proyectando el
futuro



Narrativas y
representación
teatral



Expresión visual
y memoria
colectiva



Encuentro y
ritualidad



Medios
comunitarios y
comunicación

Este momento es una invitación a construir colectivamente nuevas narrativas sobre la energía, desde la cultura, el arte y la comunicación popular, fortaleciendo la autonomía y el liderazgo comunitario en la transición energética.



Energía



MOMENTO 5. CÍRCULO SENTIPENSANTE

El Círculo Sentipensante es un espacio de reflexión colectiva donde los participantes toman los aprendizajes vividos y los llevan al corazón. A través del diálogo abierto y respetuoso, se comparten experiencias, emociones y compromisos que surgen a partir de la jornada

A. ¿Qué aprendimos?

B. ¿Qué me llevo de esta experiencia?

C. ¿Con qué me quedo para mi vida y mi comunidad?

Para guiar este espacio, se asignan tres roles esenciales:

• Guardián de la palabra: modera el diálogo, asegurando que cada voz sea escuchada con respeto.

Guardián de la memoria:
Registra los aprendizajes clave, acuerdos y reflexiones compartidas en los instrumentos o formatos dispuestos para tal fin

Guardián del tiempo:
Mantiene el equilibrio del espacio, asegurando que cada participante tenga su momento de expresión.

Este cierre simbólico permite consolidar los lazos creados, valorar el proceso vivido y proyectar juntos los próximos pasos para que los aprendizajes permanezcan y se fortalezcan en el tiempo.



¡CELEBREMOS LA COMUNICACIÓN POPULAR

