



EVALUACIÓN DE ECOSISTEMAS DE INFORMACIÓN EN COLOMBIA: CAQUETÁ, CHOCÓ Y VAUPÉS

JUNIO 2023

TABLA DE CONTENIDO

Lista de Acrónimos	3	5.3 Medios de comunicación generales	12
1. Introducción	4	5.3.1 Tv	14
2. Principales Resultados	5	5.3.2 Radio	16
2.1 Medios de comunicación	5	5.3.3 Periódicos	18
2.2 Grupos étnicos	5	5.3.4 Medios de comunicación en línea	19
2.3 Instituciones de salud pública	5	5.4 Medios de comunicación comunitarios, públicos y étnicos	21
2.4 Agencias Humanitarias y ONG	6	5.5 Panorama específico de los medios de comunicación comunitarios	25
2.5 Redes Sociales	6	5.6 Fuentes de información diferentes a los medios de comunicación	28
3. Metodología	7	5.6.1 Instituciones públicas	28
4. Antecedentes	9	5.6.2 Agencias humanitarias y ONG	30
5. Análisis del panorama de medios de comunicación	11	5.6.3 Redes sociales	34
5.1 Marcos regulatorios	11	5.6.4 Actores sociales	35
5.2 Asociaciones de medios de comunicación y de periodistas	11	6. Conclusión	37
		7. Referencias	39

LISTA DE ACRÓNIMOS

■ **AEI**

Análisis del Ecosistema de Información.

■ **COCOMACIA**

Consejo Comunitario Mayor de la Asociación Campesina Integral del Atrato.

■ **CONCIP**

La Comisión Nacional de Comunicación de los Pueblos Indígenas.

■ **DANE**

Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

■ **FARC**

Fundación para la Libertad de Prensa.

■ **FLIP**

Foundation for Press Liberty

■ **IAP**

Investigación Acción Participativa.

■ **INS**

Instituto Nacional de Salud.

■ **LGBTIQA+**

Lesbiana, Gay, Bisexual, Transgénero o Transexual, Intersex, Queer, Asexual y más.

■ **Ministry of ICT**

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

■ **ONG**

Organización No Gubernamental.

■ **ONIC**

Organización Nacional Indígena de Colombia.

■ **OPIAC**

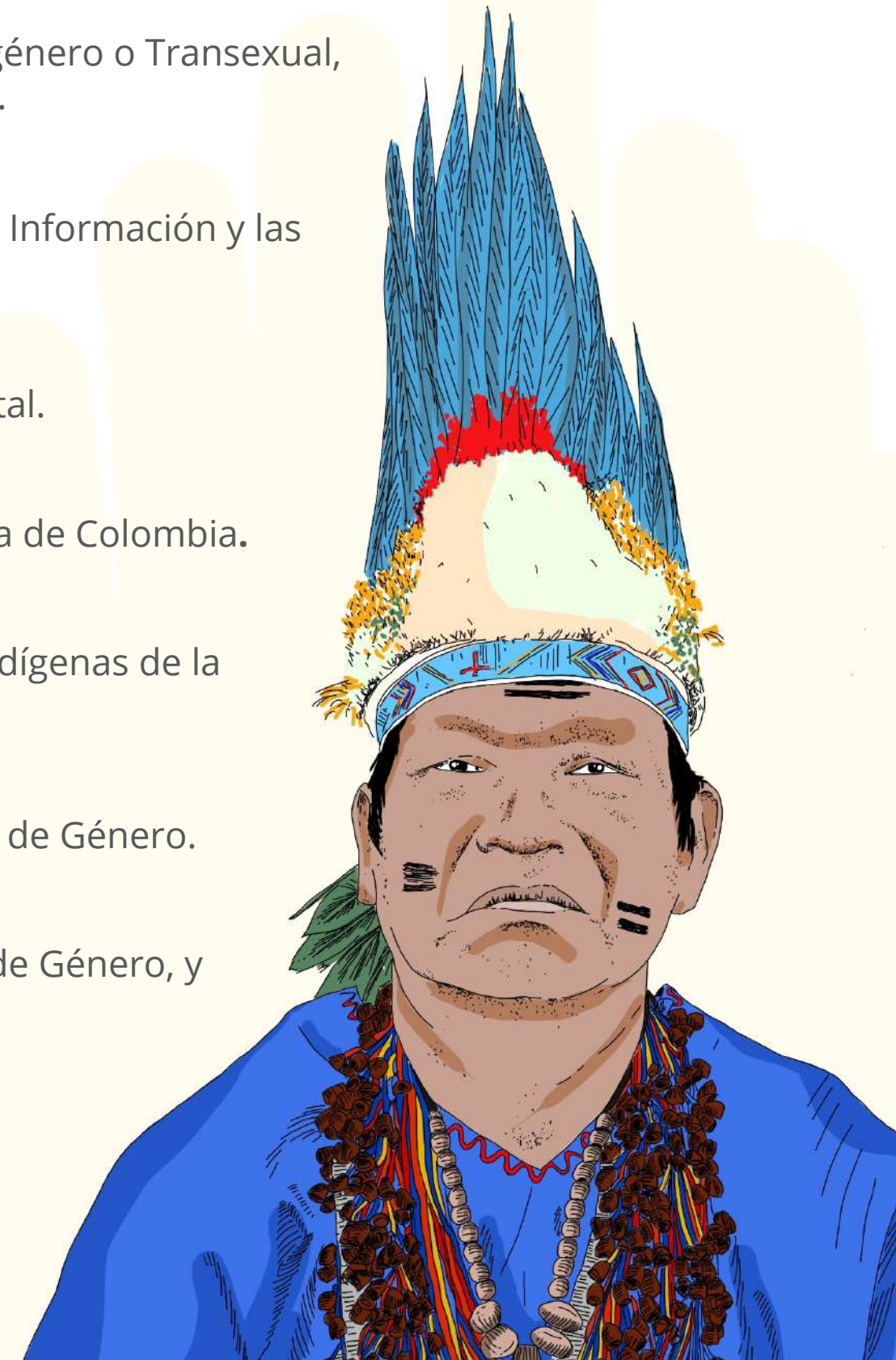
Organización de los Pueblos Indígenas de la Amazonia Colombiana.

■ **SOGI**

Orientación Sexual e Identidad de Género.

■ **SOGIESC**

Orientación Sexual, Identidad de Género, y Características Sexuales



1. INTRODUCCION



El Análisis del Ecosistema de Información (AEI en adelante) del proyecto Arraigados en la Confianza 2.0 de Internews en Colombia, se enfoca en tres grupos poblaciones en tres departamentos del país :

- 1. Comunidades afrocolombianas que viven en el área de influencia del Consejo Comunitario Mayor de la Asociación Campesina Integral del Atrato (COCOMACIA en adelante), el consejo comunitario afrocolombiano más grande de Colombia**
- 2. Cinco pueblos indígenas (Kubeo, Siriano, Bará, Carapana y Tukano) de la comunidad de Puerto Corroncho en Vaupés.**
- 3. Tres personas indígenas con orientación sexual e identidad de género diversas (SOGI por sus siglas en inglés) en Caquetá.**

En Colombia, el proyecto Arraigados en la Confianza 2.0 trabaja para afrontar el impacto de la información relacionada con la pandemia en Caquetá, Chocó, Putumayo y Vaupés aplicando un enfoque interseccional en poblaciones indígenas, afrocolombianas y personas con orientación sexual, identidad de género y características sexuales diversas (SOGIESC por sus siglas en inglés).

En la primera parte del AEI, se busca entender la oferta del ecosistema informativo en contextos de emergencias en salud, como la pandemia del COVID-19, en tres departamentos: Caquetá, Chocó y Vaupés. Se examinaron distintas fuentes y canales de información, como medios de comunicación nacionales, locales y comunitarios, así como de otros actores no mediáticos, como instituciones públicas locales, agencias humanitarias, redes y actores sociales locales. En otros tres informes se analiza la demanda de información en el ecosistema informativo de cada departamento (Caquetá, Chocó y Vaupés) y se exploran las necesidades de información, brechas, confianza, relevancia, uso y difusión de la información en las comunidades y en los grupos de población mencionados. Todos los documentos juntos brindan una mejor comprensión sobre cómo compartir información precisa, oportuna y confiable en una emergencia sanitaria en las zonas geográficas seleccionadas para este estudio.

A continuación, se mencionan las principales conclusiones relacionadas con la oferta de información, que se explicarán en profundidad a lo largo de todo el documento.

2. PRINCIPALES RESULTADOS

Diferentes actores: medios de comunicación, instituciones de salud pública, agencias humanitarias, ONG y organizaciones de la sociedad civil, brindan información a comunidades afrocolombianas del Chocó, a comunidades indígenas del Vaupés y a personas indígenas con diversidad de SOGI en Caquetá. Las recomendaciones específicas, se exponen en los informes relacionados a la demanda de información en cada departamento.

Medios de comunicación

En general, los participantes consideraron que la influencia de los diferentes medios de comunicación depende de la proximidad y la relevancia de la información de acuerdo con el contexto en el que viven. En este sentido, los medios de comunicación locales tienen más influencia. Las emisoras locales tienen la mayor cobertura e influencia entre las poblaciones étnicas que viven en las zonas rurales del Chocó y Vaupés, donde la señal de internet es

muy limitada. En cambio, en Caquetá, la señal de internet es mejor, especialmente en Florencia, la capital urbana, donde los participantes recurren más a medios de comunicación en línea en comparación con los participantes de Chocó y Vaupés. En las comunidades en las que trabajamos, a menudo se observa una falta de diversidad en las fuentes de información, lo que limita las posibilidades de verificar los hechos y de identificar la información errónea y la desinformación.

Los grupos étnicos en Colombia han demandado la ampliación del espacio y de las oportunidades para implementar medios de comunicación propios.

Los pueblos indígenas, por ejemplo, han estado exigiendo una medida específica para implementar sus propios medios de comunicación, teniendo en cuenta que el marco legal actual no está adaptado a los contextos de las comunidades indígenas en Colombia. Asimismo, las organizaciones afrocolombianas

han exigido su derecho a tener sus propios medios de comunicación, mayor representatividad en estos, y la necesidad de impulsar campañas antirracistas en medios de comunicación masivos. Las comunidades étnicas que participaron en este estudio sostienen que necesitan más apoyo en recursos, capacitación e infraestructura en comunicación para que esto avance.

Instituciones de salud pública

En esta AEI se evidencia que muchas instituciones de salud

pública locales no tienen oficinas o áreas de comunicación específicas para implementar estrategias de comunicación adaptadas a los contextos locales. Además, la mayor parte de la información se publicaba en línea, por lo que la mayoría de las comunidades étnicas no pueden acceder a ella. En este sentido, la información de cada departamento tiene que ser adaptada para reflejar la realidad (precisión contextual) y la cultura (representación) de la comunidad y garantizar que sea más accesible y, en consecuencia, más confiable e influyente.



2. PRINCIPALES RESULTADOS

•••

Agencias humanitarias y ONG

Existen varias agencias humanitarias y ONG locales e internacionales que han desempeñado un rol importante en la difusión de información en las comunidades étnicas. Su presencia y el flujo de la información que brindan varía en cada lugar, y esto suele estar limitado por los altos costos del transporte, el conflicto armado y las dificultades para acceder físicamente a comunidades remotas sin acceso a internet, lo que también sucede a otros actores, como las instituciones de salud pública. Sin embargo, las comunidades indicaron que las agencias humanitarias y ONG han tenido una gran influencia, especialmente porque varias de ellas han estado trabajando en estos departamentos durante varios años, y, por lo tanto, han construido relaciones de confianza con las comunidades con las que trabajan. Han desempeñado un papel importante en la difusión

de información en salud en coordinación con instituciones públicas, medios de comunicación y los líderes sociales locales.

Redes y actores sociales

Cada comunidad tiene redes y actores sociales diferentes que suelen ser las fuentes de información más pertinentes a la hora de tomar decisiones durante una crisis de emergencia sanitaria. Por ejemplo, cada comunidad y grupo poblacional tienen líderes sociales que buscan representar a las comunidades o grupos poblacionales en espacios de interlocución locales, nacionales e internacionales, y suelen actuar como intermediarios entre las comunidades y los responsables de formular políticas y tomar decisiones. Sin embargo, el nivel de influencia y confianza en los/as líderes/as varía en cada comunidad y depende del grado de transparencia que perciba la población sobre ellos/as y la frecuencia con que proporcionan

información. Para las comunidades étnicas, los/as sabedores/as son las personas más influyentes en temas de salud, ya que han desempeñado funciones esenciales en las comunidades, como dar

información en distintos temas en salud, tratar enfermedades y afrontar pandemias durante siglos, especialmente donde no hay acceso al sistema de salud occidental.



3. METODOLOGÍA

Para profundizar las ideas, experiencias y percepciones respecto a la oferta y la demanda de información, en esta investigación se aplicó un enfoque cualitativo. En Chocó todo el proceso se llevó a cabo en el marco de la Investigación Acción Participativa (PAR), en el que las personas de las comunidades se convirtieron en investigadores/as de sus propias realidades y situaciones (Carleton University, 2021). En este caso, el colectivo juvenil Liderazgo Positivo, que

agrupa a siete líderes/as jóvenes emergentes (la mayoría de COCOMACIA), elaboró y ejecutó todo el proceso de investigación con el apoyo de la investigadora del equipo Arraigados en la Confianza 2.0 en Colombia, es decir, participaron en la definición de las metodologías y las preguntas de investigación, así como en la recopilación de datos, análisis y difusión de los resultados.

En Vaupés, la ONG Sinergias,

socio implementador del proyecto, ha estado forjando una relación de confianza con la comunidad indígena de Puerto Corroncho. Ellos conectaron al equipo de Internews en Colombia, con la comunidad, y apoyaron todo el proceso de recolección de información, junto con la investigadora de Internews. En Caquetá, la ONG Caribe Afirmativo, el otro socio implementador del proyecto, trabajó con dos personas indígenas con orientación sexual

e identidad de género diversas (SOGI en adelante) y las invitaron a participar en las entrevistas y grupos focales, para profundizar en un análisis interseccional.

Los resultados preliminares de esta investigación se compartieron en los territorios de las 3 comunidades/grupo poblacional, para recibir su retroalimentación y poder realizar los ajustes necesarios a los resultados finales sobre la oferta y la demanda de información.

El objetivo principal de la investigación es comprender los ecosistemas de información en Caquetá, Chocó y Vaupés, así como la manera en que las personas acceden y se relacionan con la oferta de información.

Para cumplir este objetivo, se realizaron 37 actividades de recopilación de datos (entrevistas, grupos focales y talleres) con 95 participantes de las comunidades, instituciones públicas, medios de comunicación/periodistas, agencias humanitarias y ONG de los tres departamentos. Esta información se complementó con análisis de literatura académica y no académica, informes oficiales y ponencias publicadas.

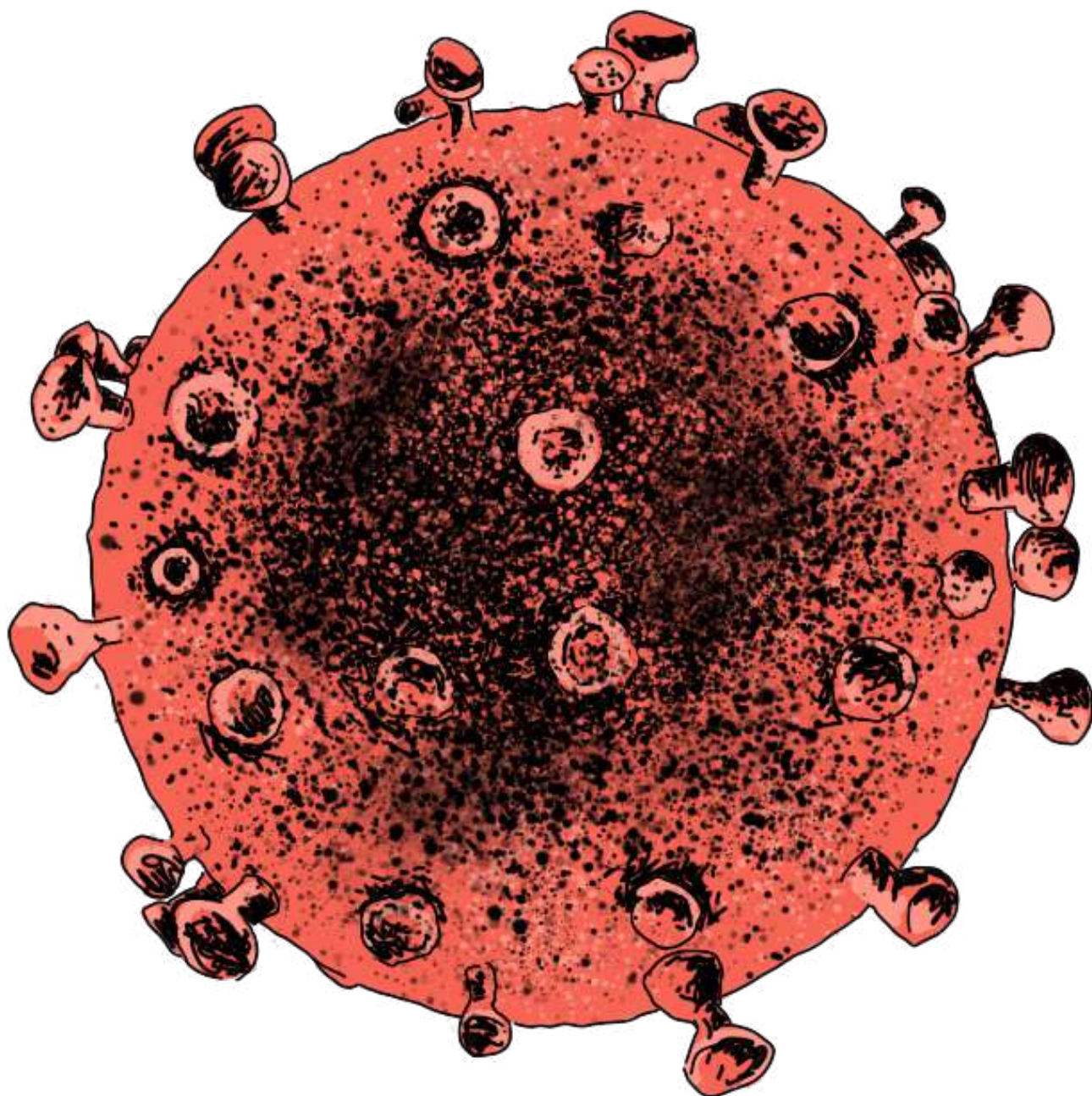


3. METODOLOGÍA

Departamento	Comunidad/grupo poblacional	Actor	Interviews	Entrevistas individuales	Entrevistas grupales (2-4 personas)	Talleres	Número de participantes
Chocó	Comunidades afrocolombianas	Comunidades afrocolombianas de COCOMACIA	1	3	2	1	30
		Instituciones públicas	4	1			7
		Medios de comunicación locales de COCOMACIA	1				1
		ONG/Agencias humanitarias	3				3
Vaupés	Comunidad indígena	Comunidad indígena de Puerto Corroncho	2	4	1		20
		Instituciones públicas	1	1			5
		Medios de comunicación			1		5
		ONG locales	2				2
Caquetá	Personas indígenas y LGBTQI+	Personas indígenas con SOGIESC diversas	2	1	1		9
		Instituciones públicas	2				6
		Medios de comunicación			1		5
		ONG/Agencias humanitarias	2				2

*Tabla 1. Participantes de todos los tipos de actores y actividades desarrolladas en Chocó, Vaupés y Caquetá.

4. ANTECEDENTES



El 6 de marzo de 2020, el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia confirmó el primer caso de COVID-19 en el país. Un mes después, el Gobierno nacional anunció medidas de aislamiento obligatorias mediante el Decreto 457 de 2020 y declaró la emergencia sanitaria a través de la Resolución 385 de 2020. Ambos estuvieron vigentes hasta febrero de 2022 (Ministerio de salud, 2021). Hasta diciembre de 2022, 141.943 colombianos habían fallecido a causa del COVID-19 y 6.323.357 en total habían contraído el virus. El 7 de diciembre de 2022, el Instituto Nacional de Salud (INS) anunció que el COVID-19 estaba bajo control y que el Gobierno nacional estaba analizando si la pandemia había alcanzado una

fase endémica estable.

El plan de vacunación nacional de Colombia comenzó en febrero de 2021. Hasta la fecha, más del 70 % de la población completó el esquema de vacunación y más del 40 % de la población total ha recibido una vacuna de refuerzo. Sin embargo, las cifras son más bajas en Chocó, Vaupés y Caquetá. En los primeros dos departamentos, menos del 40 % de la población completó el esquema de vacunación, mientras que en Caquetá solo lo hizo el 50 % (Ministerio de salud, 2022). De acuerdo con los registros a la fecha, en Chocó, el 64,9 % de la población es afrocolombiana; en Vaupés, el 81,7 % de la población es indígena, y en Caquetá, solo el 2,5 % de la población es indígena (Ministerio de salud, 2022).

Departamento	Municipio (ciudad capital)	Habitantes	Grupos poblacionales étnicos	Población étnica total	Porcentaje de población étnica
Chocó	Quibdó	520,295	Afro-Colombia	337,696	64,9%
Vaupés	Mitú	37,690	Indigenas	30,787	81,7%
Caquetá	Florencia	353,000		8,825	2,5%

*Table 2. Departamentos, municipios y poblaciones objetivo. Fuente: Elaboración propia según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE, 2020).

4. ANTECEDENTES



•••

En Colombia hay 115 naciones indígenas, equivalente a un 4,4 % de la población total. De acuerdo con el Convenio de Asociación 1255 de 2021, firmado entre el Ministerio de Salud y la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC), la ONIC publicó datos desagregados sobre los casos de COVID-19, personas recuperadas y fallecimientos entre las comunidades indígenas del país. Según su último informe, que incluye datos hasta febrero de 2022, hubo 94.015 casos de COVID-19 y 2.640 fallecimientos entre los pueblos indígenas de Colombia (ONIC, 2022). Según la ONIC, la falta de datos sobre la variable etnia en los registros sobre el COVID-19, tanto para los casos, como para el plan de vacunación, ha generado un subregistro sobre el impacto que el virus ha tenido sobre los pueblos indígenas en Colombia. Además, esto resulta agravado por el hecho de que el 79 % de las personas indígenas viven en zonas rurales de difícil acceso para la toma de pruebas y aplicación de la vacuna. Estas zonas también suponen desafíos

logísticos para los programas de vacunación, ya que, como se encuentran en zonas remotas, se requieren recursos adicionales para transportar las vacunas de manera segura en contenedores con control de temperatura (Connectas, 2022)

En Colombia, hay aproximadamente, 4.671.160 personas que se auto reconocen como afrocolombianas, lo que representa a un 10 %, de la población total. Las comunidades afrocolombianas tienen 155 títulos de propiedad colectiva sobre las tierras en seis departamentos diferentes (DANE, 2018). Hasta la fecha, hubo 137.685 casos de COVID-19 en este grupo poblacional y 3.540 fallecimientos, lo que corresponde al 2,5 % de los casos de COVID-19 de la población total en Colombia (Instituto Nacional de Salud, 2022). El departamento de Chocó presenta la proporción más alta de población que se auto identifica como afrocolombiana, equivalente a un 64,9 % de su población total.

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Marcos regulatorios

En Colombia, la libertad de expresión está consagrada en el artículo 20 de la Constitución Nacional y es aplicable tanto para las expresiones en línea como en otros medios. La ley 1341 de 2009 creó la Agencia Nacional del Espectro (ANE) que regula el uso del espectro radial para las comunicaciones y reconoce legalmente a los medios de comunicación comunitarios. La ley 1978 de 2019 modificó la anterior ley para reducir la brecha digital, pero algunos/as expertos/as sostienen que pone en riesgo la libertad de expresión y el pluralismo, ya que no garantiza la independencia de la entidad regulatoria respecto al poder ejecutivo (García Ramírez & Pérez Serna, 2021)

Las resoluciones 415 de 2010 y 433 de 2013 regulan las estaciones de radio y los canales de televisión comunitarios. El 29 de julio de 2021, se ratificó la ley 2108, la que consagra el acceso a internet como un derecho fundamental y universal de todos/as los/

as colombianos/as. Desde el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación de Colombia (Ministerio de las TIC en adelante) informaron que la ratificación de la ley permitiría que un millón de hogares más accedan a internet para finales del 2021 (Pérez, 2021). Sin embargo, en 2021 el último proyecto para garantizar redes de wifi gratuito en las comunidades rurales, no se implementó debido a un escándalo de corrupción de gran relevancia en el que el Ministerio de las TIC no pudo rendir cuentas por alrededor de 70.000 millones de pesos colombianos (aproximadamente USD 18.5 millones de dólares) (El Espectador, 2021).

Asociaciones de medios de comunicación y de periodistas

No existen asociaciones de medios de comunicación o de periodistas que reúnan específicamente a personas indígenas en Vaupés o Caquetá. En Chocó la red Barule Redecom (Red de Emisoras Comunitarias del Chocó) es una red de 10 estaciones de radio comunitarias, la mayoría de las cuales son administradas por organizaciones afrocolombianas. Tampoco existen asociaciones de medios de comunicación o de periodistas que reúnan específicamente a personas de colectivos LGBTQIA+.

Durante la primera fase del proyecto Arraigados en la Confianza en Colombia, se publicó un análisis del panorama de medios de comunicación a nivel nacional. En el informe se identifica a la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) como una organización sin ánimo de lucro influyente, que se dedica a proteger a periodistas que enfrentan amenazas, censura y otras violaciones a la libertad de prensa. La Federación Colombiana de Periodistas (FELCOPER) es otra organización reconocida, integrada por 29 asociaciones de periodistas, la cual controla las violaciones a la libertad de prensa, fomenta mejores condiciones de trabajo para los/as periodistas y promueve



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

•••

mejores prácticas relacionadas con la libertad de prensa (Internews, 2021). La Federación de Medios Comunitarios de Colombia (FEMEDIOS) es una red que representa a las estaciones de radio comunitarias de Colombia.

La Comisión Nacional de Comunicación de los Pueblos Indígenas (CONCIP) es una comisión que reúne a la Mesa Permanente de Concertación (MPC) con los Pueblos y Organizaciones Indígenas y fomenta los medios de comunicación por y para pueblos indígenas en Colombia. Está conformada por 16 delegados/as de seis organizaciones: la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC), la Organización de los Pueblos Indígenas de la Amazonia Colombiana (OPIAC), la Confederación Indígena Tayrona (CIT), las Autoridades Indígenas de Colombia (AICO) Por la Pacha Mama, el Gobierno Mayor y la Asociación de Medios de Comunicación Indígena de Colombia (AMCIC) (CONCIP, 2019). The National Communications

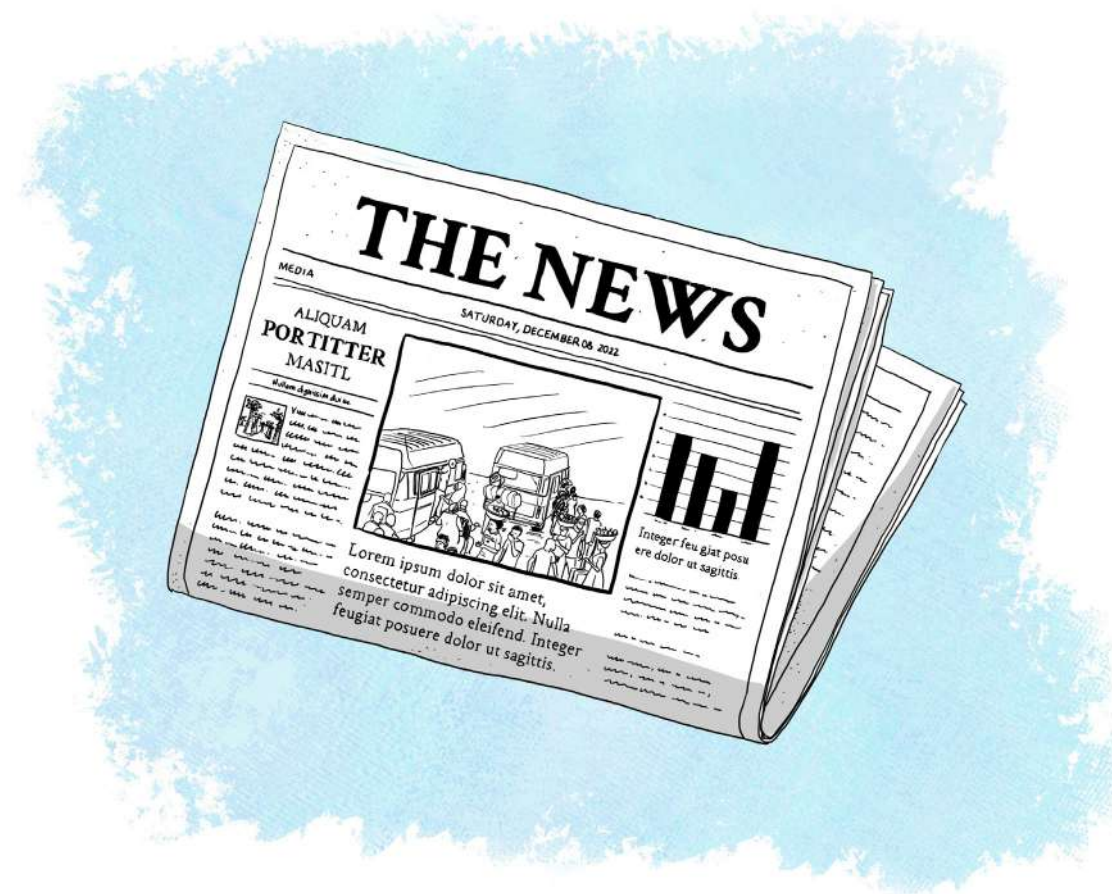
Commission of Indigenous Peoples (CONCIP) is a commission of the Permanent Roundtable for Consultation with Indigenous Peoples and Organizations (MPC) and promotes journalism for and by indigenous people in Colombia. It is composed of 16 delegates from six organizations: the National Indigenous Organization of Colombia (ONIC), the Organization of the Indigenous Peoples of the Colombian Amazon (OPIAC), the Tayrona Indigenous Confederation (CIT), Indigenous Authorities of Colombia for Pachamama (AICO), Gobierno Mayor, and Cauca Indigenous Media Association (AMCIC) (CONCIP, 2019).

Medios de comunicación generales

En Colombia existen tres tipos de medios de comunicación: comerciales, de interés público y comunitarios. Los medios de comunicación comerciales tienen fines de lucro y dependen de las publicidades y las suscripciones pagas para su sostenibilidad

económica. Los medios de comunicación de interés público no tienen fines de lucro, son financiados por el Estado, todos los ciudadanos pueden acceder a ellos y ofrecen contenido cultural y educativo. Su dependencia en la financiación estatal (generalmente limitada) hace que los medios de comunicación de interés público sean vulnerables a la influencia de intereses

políticos (RTVC, 2020). Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y actúan como una plataforma para que diferentes comunidades de todo el país compartan programas pertinentes y de interés para ellas. Estos medios son financiados principalmente por publicidades y donaciones, tanto públicas como privadas. Sin embargo, los medios comunitarios son los menos



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

•••

financiados, y, además, enfrentan desafíos respecto al soporte técnico y gastos adicionales, como impuestos, mantenimiento de equipos, revisiones técnicas y derechos de autor, entre otros (CRC, 2022). In 2017, there were seven main national newspapers and 41 main regional newspapers in Colombia, along with 1,704 radio stations, more than 50 public, private, regional, community, and local TV channels, and an undocumented number of national digital media outlets (Colombian Media Monitor, 2017). Despite this, there is a lack of plurality in Colombia's media landscape as the country's leading TV networks, newspapers, and radio stations are commercial and run by members of five groups with longstanding political and business interests. Of these groups, four are Colombian (Ardila Lule Group, Bavaria Group, Aval Group, Gilinsky Group) and one is Spanish (Prisa) (Narváez M, 2021). These groups have direct business interests, including in communications, and have funded political campaigns (Abril, 2020).

En 2017, en Colombia había

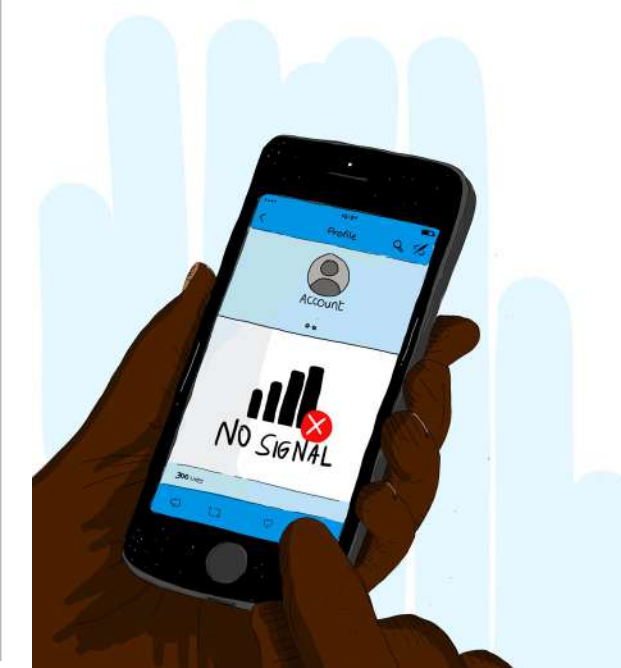
siete periódicos nacionales principales y 41 periódicos regionales principales, además de 1704 estaciones de radio, más de 50 canales de televisión públicos, privados, regionales, comunitarios y locales, y una cifra indefinida de medios digitales nacionales (Colombian Media Monitor, 2017). A pesar de esto, se observa una falta de pluralidad en el panorama de medios de comunicación en Colombia, ya que las principales redes de televisión, periódicos y estaciones de radio son comerciales y las operan miembros de cinco grupos empresariales con intereses políticos y comerciales de larga data. De estos grupos, cuatro son colombianos (Organización Ardila Lülle, Bavaria, Grupo Aval, Grupo Gilinski) y uno es español (Prisa) (Narváez M, 2021). Estos grupos tienen intereses económicos directos, incluso en las comunicaciones, y han financiado campañas políticas (Abril, 2020).

El uso de internet y de las redes sociales en Colombia ha aumentado, especialmente durante la pandemia de COVID-19.

Según el Ministerio de las TIC, en septiembre de 2022 hubo 600 000 puntos de acceso a internet más que en 2019 (Ministerio de las TIC, 2021). Según un estudio, el 87 % de los usuarios colombianos de internet dijeron que las redes sociales e internet son sus fuentes principales de noticias (Reuters Institute, 2021). **No obstante, el acceso a internet sigue presentando dificultades para muchas personas, en especial para las que viven en zonas rurales.** Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE), solo el 28,8 % de los hogares en zonas rurales tenían acceso a internet en 2021 (en comparación con el promedio nacional de 60,5 %).

Un análisis exploratorio sobre el consumo, la credibilidad y la confianza en los medios de comunicación durante la cuarentena en Colombia, en 2020 determinó que solo el 6,7 % de las personas encuestadas confían en la información de los medios de comunicación sobre la COVID-19. La mayoría de las personas

tienen una opinión neutral (31 %) o no están de acuerdo (30,9 %) con la afirmación de que los medios de comunicación brindan información precisa sobre este tema. Cuando se les preguntó cuáles son los tres medios de comunicación más confiables para acceder a información relacionada con el COVID-19, el 41,5 % de las personas consultadas respondieron "Canal 1" (un canal de televisión nacional), seguido por los periódicos nacionales, "El Tiempo" (36 %) y "El Espectador" (32,5 %), y por último, el canal de televisión nacional, "Televisión



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Televisión

Existen tres tipos de transmisión de televisión (por antena, cable y satélite) y cuatro tipos de acceso (abierto, cerrado, regional y comunitario). Todos los usuarios de televisión pueden recibir la señal abierta si viven en una zona con señal y esta solo transmite canales locales. La televisión cerrada solo se puede acceder por satélite y pago de suscripción, y transmite canales locales e internacionales. La televisión regional solo se accede en una zona geográfica específica, mientras que la televisión comunitaria solo está disponible en comunidades organizadas específicas que pagan por esta. La mayoría de las personas en Colombia tienen televisión abierta (69,7 %) o cerrada (72 %). La mayoría de las personas que pagan suscripción de televisión cerrada viven en las ciudades, mientras que la televisión abierta es más habitual en zonas rurales, donde hay menos señal y posibilidades económicas para

pagar la suscripción (Ministerio de las TIC, 2021).

En promedio, los/as colombianos/as miran cuatro horas de televisión por día. Esto aumentó en un 40% durante el confinamiento por la pandemia (Unisabana, 2021). Aunque los cinco canales nacionales de televisión más importantes son Caracol, RCN (privados), Canal Uno, Señal Colombia y CityTV (públicos), el 80 % de la audiencia mira los primeros dos canales, que también están disponibles en la televisión abierta. Detrás de estos se ubican los canales internacionales, como TNT y Fox, a los que solo se puede acceder mediante el pago de suscripción (Colombian Media Monitor, 2017).

Hay ocho canales de televisión públicos regionales y 43 operadores locales (42 sin fines de lucro y 1 con fines de lucro). En Chocó, hay 12 canales de televisión locales (9 comunitarios y 3 comerciales); en Caquetá, 12 (8 comerciales y 4 comunitarios), y en Vaupés, ninguno (FLIP, 2021).



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Departamento	Municipio	Canales de televisión locales	Tipo de medio
Chocó	Quibdó	CNC Chocó	Comercial
		Raza TV	
		RTV Noticias	
		AfroTV Chocó	
	Acandí	Acandí TV	Comunitario
	Bahía Solano	Cable Selva	
	Carmen de Atrato	ACAR	
	Condoto	Acosplatel	
	Itsmina	TV San Juan	
	Nuquí	Cable Coral	
Tadó	Televisión de Tadó		
Unión Panamericana	Asocounión		
Vaupés	Mitú	No TV Channels	
Caquetá	Florencia	Cable Sur Noticias	Comercial
		TV5	
	Curillo	Cable Curillo	
	El Doncello	Doncello	
	Belén de los Andaquíes	TV Andaquíes	
	Puerto Rico	Canal 8	
	San José del Fragua	Cable Fragua	
	San Vicente del Caguán	Magazín 7:40	
	Cartagena del Chaira	TV 10 Tu cable chairense	Comunitario
	Solano	TV Solano	
	Solita	TV Solita	
Valparaíso	La Alternativa en TV		

*Table 3. Mapeo de canales de televisión.

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Radio

En 2022 había 1704 estaciones de radio autorizadas: 756 eran comunitarias, 624 comerciales y 324 de interés público (Ministerio de las TIC, 2022). Sin embargo, **las estaciones de radio continúan teniendo dificultades respecto a la sostenibilidad**. La mayoría de las estaciones comunitarias y comerciales son financiadas por pautas publicitarias, lo que ha estado disminuyendo desde el 2014. Durante el auge del COVID-19 en 2020, las estaciones comunitarias y comerciales sufrieron un corte de sus ingresos debido a la reducción general del gasto en publicidad, como consecuencia del impacto económico de la pandemia en el sector privado (CRC, 2022). Por lo tanto, las estaciones de radio han experimentado un aumento de los gastos con relación a los ingresos.

Dejando los efectos del COVID-19 a un lado, las radios comunitarias enfrentan dificultades porque compiten con las radios comerciales por los fondos de publicidad y, además, el

apoyo estatal que reciben para costear los gastos operativos es **insuficiente (Dejusticia, 2021)**. A esta situación se suman el hecho de que las estaciones comunitarias son administradas por comunidades locales con menos acceso a financiación privada, las barreras relacionadas a la infraestructura, y, en algunos casos, el hecho de encontrarse en zonas de conflicto armado, lo que aumenta su vulnerabilidad frente a la censura.

La mayoría de las personas escuchan tres estaciones privadas: Olímpica Estéreo, RCN Radio y Caracol Radio. La mayor parte del contenido es música, seguido de noticias. Las estaciones de radio con mayor cobertura son públicas, ya que tienen un 79,1 % de penetración en el territorio colombiano (Colombian Media Monitor, 2017).

La radio ha sido el medio de comunicación más importante para las audiencias de zonas rurales. Esto es muy importante, ya que las comunidades objetivo de Caquetá, Chocó y Vaupés

tienen una alta proporción de población rural (55,4 %, 60 % y 39,2 %, respectivamente) (Gobierno de Chocó, 2020; Findeter, 2019; PNUD, 2019). En Chocó hay 25 estaciones de radio (diez estaciones comunitarias, seis comerciales y ocho públicas); en Caquetá hay 18 (seis estaciones comunitarias, seis públicas y seis comerciales), y en Vaupés, solo hay tres (dos públicas y una comunitaria) (FLIP, 2021).



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Departamento	Municipio	Radio	Tipo de medio de comunicación
Chocó	Quibdó	COCOMACIA stereo 106.8 FM	Community
		La Voz del Chocó 1.150 AM	Commercial
		Ecós del Atrato 1.400 AM	
		Caracol Radio 91.3 FM	
		Radio Universidad del Chocó 97.3 FM	Public
		Colombia Stereo 100.3 FM	
		Radio Policía Nacional 104.3	
		Domingo Sabio Stereo 90.8 FM	
		Carrasquilla Stereo 93.4 FM	
		Bahía Solano	Radio Nacional 95.3 FM
	Marina Stereo 102.3 FM		
	Bajó Baudó	Litoral Stereo 88.3 FM	Public
	Carmen de Atrato	Emisora Municipal	Community
	Condoto	Emisora Cultural 2001 100.8 FM	
	Itsmina	Radio Sonar 88.3 FM	Commercial
		Platino Stereo 102.3 FM	
	Lloró	Brisas del San Juan 106.3 FM	Community
		Canalete Stereo 106.8	
	Medio Baudó	Lloro Stereo 88.3 FM	Commercial
		Emisora Vida FM 103.8 FM	
	Nuquí	Medio Baudó Stereo 98.2 FM	Public
	San José de Palmar	Riscales Stereo 105.8 FM	Community
		Palmar Stereo 106.8 FM	
Tadó	Soberana Stereo 100.8 FM	Community	
Unión Panamericana	Cristal Stereo 90.3 FM		
Vaupés	Mitú	Yurupari Stereo 104.3 FM	Community
		Colombia Stereo 99.3 FM	Public
		Policía Nacional 91.3 FM	
Caquetá	Florencia	La Caqueteña 93.1 FM	Commercial
		Radio Uno, RCN Radio 1440 AM	
		Armonías del Caquetá 970 AM	
		Cristalins Stereo 101.1 FM	
		Colombia Stereo 100.1 FM	Public
		Emisora de la Policía Nacional 103.1 FM	
		Radio Universidad de la Amazonía 98.1 FM	
		Emisora Comunitaria 104.1	Community
	Emisora Comunitaria Radio Andaquí		
	Belén de los Andaquiles	Chaira Stereo 94.1 FM	Commercial
	Cartageba del Chaira	Linda Stereo 95.1 FM	
	El Doncello	Coreguaje 90.7 FM	Public
	Milán	Paujil Stereo 107.1 FM	Community
	Paujil	Caquetá Stereo 104.1 FM	
	Puerto Rico	Ecós del Caguán 107.1 FM	Public
	San Vicente del Caguán	Emisora Colombia Stereo 99.1 FM	
		Emisora Colombia Stereo 103.9 FM	
Solano	Solita Stereo 107.1 FM	Community	

*Table 4. Mapeo de radio.

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Periódicos

Los periódicos tienen un alcance limitado en Colombia. En 2021 había alrededor de 335 medios de información impresos. Sin embargo, la mayoría de los medios de comunicación impresos se concentran en las ciudades más grandes del país, y el 86 % de los municipios no tienen ningún tipo de medio de comunicación impreso (FLIP, 2021). No obstante, los periódicos son los medios de comunicación más antiguos en Colombia y el 25,8 % de la población aún los

lee diariamente. A pesar de la creciente popularidad de medios digitales, en los últimos diez años no ha cerrado ningún periódico reconocido, sino que, por el contrario, se han adaptado y ahora muchos tienen también presencia en línea (Colombian Media Monitor, 2017). Los periódicos nacionales más importantes son los siguientes: El Tiempo, El Espectador, El Nuevo Siglo, Publimetro, ADN, La República y Portafolio. En Chocó circulan cinco periódicos; en Caquetá, y en Vaupés, uno solo. Todos estos son comerciales.



Departamento	Municipios	Periódicos	Tipo de medios de comunicación
Chocó	Quibdó	El Presente	Comercial
		El Opinador	
		Periódico Siglo XXI	
		El Manduco	
		Chocó 7 días	
Vaupés	Mitú	Marandúa	
Caquetá	Florencia	Periódico Extra	
		Periódico el Colono del Sur	
		Alerta Caquetá 7 Días	

*Table 5. Mapeo de periódicos

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medios de comunicación en línea

A medida que ha aumentado el uso de internet, también lo han hecho los medios de comunicación en línea.

Colombia es el cuarto país con mayor cantidad de usuarios de internet en Latinoamérica, con al menos 12,5 millones de usuarios por mes.

Los colombianos destinan más tiempo a estar conectados (4,3 horas por día) que a mirar televisión o escuchar la radio (Colombian Media Monitor, 2017). Otros estudios sugieren un consumo aún mayor, ya que indican que, en promedio, las personas destinan 6 horas diarias en zonas urbanas y 4,7 horas en zonas rurales (DANE, 2021). La mayoría de los medios de comunicación más importantes del país están también en línea y, particularmente, en las redes sociales. Además, han surgido

medios de comunicación independientes en línea. Los más reconocidos a nivel nacional son los siguientes: La Silla Vacía, KienyKe, Las 2 Orillas y Pulzo. La Revista Cambio, una revista impresa, cerró y reabrió en 2021 como una revista independiente en línea. No hay suficientes fuentes de información que indiquen la cifra exacta de medios de comunicación en Colombia, sin embargo, se estima que son más de 650 (Colombian Media Monitor, 2017).

Cada vez son más los colombianos que cambian los medios tradicionales de comunicación por los canales en línea para buscar información.

En 2019, el 83,9 % de los colombianos decían que desconfiaban de los medios de comunicación tradicionales, principalmente porque percibían que estos favorecían o reflejaban la agenda política del

Gobierno (The New Journalism Foundation, 2019).

Los medios de comunicación en línea han dado a conocer nuevos actores que de otra manera no hubiesen podido influir en la opinión pública (Ramos, 2021), lo que conlleva a la democratización de la producción y de la difusión de la información.

like radio, are thus more relevant. All online media sources in these departments are concentrated in their capitals and are commercial. In Caquetá, there are twelve online media sources, in Chocó there are three, and in Vaupés there is one.

Pese a la creciente audiencia en línea en Colombia, es importantes señalar que al menos el 39,5% de la población total no tiene acceso a internet.

En las zonas rurales, la brecha es aún más profunda; el 71,2 %

de la población rural no tiene conexión a internet.

Chocó y Vaupés son dos de los departamentos con la cobertura a internet más baja del país: solo el 14,6 % y el 10,6 % de la población, respectivamente, tiene acceso a internet. Sin embargo, en Caquetá el acceso a internet es del 60,5 %, similar al promedio nacional (DANE, 2021). Por lo tanto, **otros medios de información con una penetración más amplia en las zonas rurales, como la radio, son más pertinentes para brindar información en contexto de emergencia en salud.**

Todos los medios de comunicación en línea en estos departamentos se concentran en las ciudades capitales y son comerciales. En Caquetá, hay doce fuentes de información en línea; en Chocó hay tres, y en Vaupés hay solo una.

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Departamento	Municipio	Suscripciones de internet	Velocidad de internet
Caquetá	Florencia	9.1%	Low
Chocó	Quibdó	12.3%	Low
Vaupés	Mitú	0.5%	Very Low

*Table 6. Las suscripciones de internet y la velocidad de internet en los departamentos objetivo. Fuente: Elaboración propia sobre la base de las cartografías de medios de comunicación de FLIP.

Department	Municipalities	Online media	Type of media
Chocó	Quibdó	NotiChocó	Commercial
		Mario en tu Radio	
		Aldemar Valencia	
Vaupés	Mitú	La Voz del Vaupés	
Caquetá	Florencia	Editorial Amazónico	
		Florencianos	
		Selva.com	
		Caquetá al día	
		Tu Caquetá.com	
		Red Digital Noticias	
		SomosCaquetá.com	
		Lente Regional	
		Caquetá Noticias.com	
		Al día más que noticias	
Talento Regional			
Enfoque Caquetá			

*Table 7. Mapeo de medios de comunicación en línea.

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medios de comunicación comunitarios, públicos y étnicos

El 26 de septiembre de 2016, el Gobierno de Colombia y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), firmaron un acuerdo de paz que buscaba poner fin a 60 años de conflicto armado interno. El acuerdo incluyó seis puntos de reforma estructural para alcanzar una paz estable y duradera. En el punto dos del acuerdo, titulado “Participación política: Una oportunidad democrática para construir la paz”, se destaca la necesidad de fortalecer los medios de comunicación comunitarios, con el objetivo de propiciar la participación y la pluralidad de los medios de comunicación, promover los valores cívicos y reconocer la diversidad de las identidades étnicas y culturales de Colombia (Gobierno de Colombia & FARC, 2016). Sin embargo, los medios de comunicación comunitarios aún enfrentan obstáculos para poder sobrevivir, como la falta de financiación, formación e infraestructura, la

censura y el conflicto entre actores armados (Dejusticia, 2021).

Los medios de comunicación comunitarios y públicos contrarrestan la concentración de la propiedad de los medios de comunicación privados y la influencia que pueden tener las familias, las personas, las empresas o los grupos políticos en la difusión de información (UNESCO, 2008). Las comunidades indígenas y afrocolombianas que quieren establecer sus propios medios de comunicación pueden hacerlo únicamente como medios de comunicación comunitarios o públicos. Sin embargo, los pueblos indígenas en Colombia han estado exigiendo una nueva medida destinada a desarrollar medios de comunicación indígenas desde la década de 1990, en parte porque no quieren adaptarse a los tipos de medios de comunicación existentes, comunitarios o públicos, puesto que, por un lado, a los medios públicos no se les permite obtener ingresos por la publicidad (lo que limita sus fuentes de financiación) y, por otro lado, los medios comunitarios



tienen una cobertura limitada, lo que restringe el alcance a los pueblos indígenas que viven en zonas dispersas (Cuesta Moreno, 2012).

En 2017 las comunidades

indígenas trabajaron junto al Gobierno de Colombia y al Ministerio de las TIC en la Política Pública de Comunicación de y para los Pueblos Indígenas. Esta política dispone pautas para garantizar la pertinencia cultural y la representatividad en

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

los medios de comunicación e información sobre la base del conocimiento ancestral indígena, la protección de la propiedad intelectual y los derechos territoriales, y la articulación con la ley indígena y las formas propias de comunicación. Por ley, esta política pública debe ser reconocida en el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia. Sin embargo, hasta 2022 aún no ha sido mencionada y, por lo tanto,

no se ha implementado (Garzón Barreto, 2021).

Las comunidades afrocolombianas han reclamado su derecho a una comunicación propia con mayor representatividad en los medios de comunicación y mayor participación en las comunicaciones que se producen sobre ellas, y han hecho campañas en contra de la discriminación y el racismo en los medios de

comunicación masivos. Sin embargo, desde la Conferencia Nacional de Organizaciones Afrocolombianas (CNOA) se afirma que estas demandas no se han atendido debido a la falta de progreso en procesos de formación en comunicación con enfoque diferencial, acceso a recursos y falta de infraestructura en los territorios colectivos de comunidades negras. Las dificultades más desafiantes

que afrontan las comunidades afrocolombianas al desarrollar sus propios medios de comunicación y acceder a información de calidad, de manera estable y confiable, son la falta de acceso a tecnología, a medios de comunicación suficientes y plurales, y a conexión a internet (CNOA, 2019).

A la fecha, no existen cifras confiables sobre medios de comunicación étnicos, ni



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

datos desagregados sobre el número de medios de comunicación administrados por y para comunidades indígenas y afrocolombianas. En 2020, el Ministerio de las TIC anunció una convocatoria para que las comunidades étnicas participaran en el otorgamiento de licencias de radio comunitarias, con el fin de aumentar su transmisión. Sin embargo, de las 116 solicitudes enviadas por diferentes

comunidades étnicas, el Ministerio de las TIC solo consideró viables 14 y no hay información reciente sobre el resultado de las estaciones otorgadas, ubicaciones o progreso.

En Chocó, no hay medios de comunicación administrados por y para pueblos indígenas. Sin embargo, sí hay medios de comunicación afrocolombianos que probablemente

son administradas por afrocolombianos/as, ya que conforman el 65 % de la población del departamento y son manejados por consejos comunitarios locales. Por ejemplo, COCOMACIA Estéreo es administrada por el consejo comunitario de COCOMACIA, que representa a 39.224 personas de 124 comunidades (Córdoba, Entrevista sobre COCOMACIA, 2022).

En Vaupés, no hay medios de comunicación propios indígenas, a pesar de que la población indígena conforma el 82 % de la población total del departamento. Una persona indígena con formación periodística dijo que esto se debe principalmente a la falta de recursos educativos que tengan en consideración la cultura, las lenguas y los contextos indígenas, para crear medios de comunicación indígenas. Vaupés no cuenta con centros de educación superior, ni con programas específicos para periodistas o medios de comunicación locales. La mayoría de las comunidades indígenas

viven en zonas dispersas que carecen de infraestructura para montar, conectar y mantener el equipamiento necesario (Caballero, Entrevista con indígena - Sinergias, 2022).

En Caquetá, una mujer trans del pueblo indígena Piratapuyo, es locutora en la radio comunitaria Andaquí, situada en Belén de los Andaquíes. Ella hace énfasis en la falta de apoyo para la creación de medios de comunicación indígenas y para garantizar su sostenibilidad (Entrevista con mujer trans indígena en Florencia, Caquetá, 2022).

Las voces indígenas y afrocolombianas han estado subrepresentadas en los medios de comunicación nacionales, regionales y locales. En un estudio realizado por cinco pueblos indígenas (Totoroes, Yoonuko, Yanakona, Guambiano y Nasa) y la Universidad del Valle de Colombia, se determinó que los medios de comunicación se tienden a centrar en cinco características generales al cubrir temas relacionados con personas y comunidad.



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La colectivización es la idea de que los pueblos indígenas son una unidad homogénea, lo que ignora la diversidad de los pueblos indígenas en Colombia con sus diferentes lenguas, cosmovisiones y prácticas culturales. La criminalización se refiere a la representación de los movimientos indígenas como una amenaza al orden nacional. La segregación y la exclusión ocurre cuando los medios de comunicación colocan límites identitarios y destacan a lo indígena como no convencional o externo a la identidad colombiana. La reificación tiene lugar cuando las personas indígenas son consideradas como “un otro”, como sujetos manipulados por el poder dominante, despojándolos de su agencia. Finalmente, la arcaización tiene lugar cuando las prácticas culturales indígenas son representadas como arcaicas o antiguas (Cuesta Moreno, 2012). **Las comunidades afrocolombianas y personas con SOGIESC diversas también manifiestan exclusión, discriminación y representación falsa en los medios de comunicación masivos.**



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Panorama específico de los medios de comunicación comunitarios

La mayoría de las estaciones de radio y periódicos del Chocó que son relevantes y tienen un alcance importante entre las comunidades afrocolombianas de COCOMACIA son locales. Sin embargo, la mayoría de los canales de televisión que mira la mayoría de los participantes del mismo departamento, son nacionales, y todos los medios de comunicación en línea consultados, son publicados por periodistas independientes locales. En Vaupés, la comunidad indígena de Puerto Corroncho también considera a las fuentes de información locales como las más relevantes, en particular las estaciones de radio y el único periódico local de la región. Vaupés no cuenta con canales de televisión locales, ya que solo se puede acceder ampliamente a dos canales nacionales: Caracol TV y RCN. Asimismo, solo hay tres televisiones disponibles en la comunidad de Puerto Corroncho y la radio es más accesible. En Caquetá las personas buscan más medios de comunicación en línea que en los otros departamentos seleccionados. Los periódicos tradicionales impresos, como Semana y El Tiempo, son consultados a través de sus redes sociales, en especial Facebook. La radio es también pertinente y una de las dos personas indígenas con SOGI diversas, escucha el medio de comunicación indígena Koreguaje Estereo.



5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Departamento	Comunidad	Radio	Alcance	T.V.	Alcance	Periódico	Alcance	Medios en línea	Alcance
Chocó	Comunidades afrocolombianas de COCOMACIA	COCOMACIA Stereo 106.8 FM	Local	CNC	Local	Chocó 7 días	Local	marioenturadio.com	Local
		Radio Universidad del Chocó 97.3 FM							
		Radio Nacional 95.3 FM		RCN	Nacional	El Manduco			
		La Voz del Chocó 1.150 AM							
		Colombia Stereo 100.3 FM	Caracol T.V.	Nacional	El Atrateño	Aldemar Valencia (independent journalist)			
		Radio Policía Nacional 104.3							
		Caracol Radio	Nacional	Canal Uno	Siglo XXI	Nacional			
		Radio Uno							
Vaupés	Comunidad indígena de Puerto Corroncho	Yurupari Stereo 104.3 FM	Local	Caracol T.V.	Nacional	Marandúa	Local		
		Colombia Stereo 99.3 FM							
		Policía Nacional 91.3 FM		RCN					
		Caracol Radio	Nacional						
Caquetá	Personas indígenas y LGBTQI+	Radio Universidad de la Amazonía 98.1 FM	Local	TV5	Local			Talento Regional	Local
		Radio Andaqui		Caracol T.V.				Nacional	
		La Caqueteña 93.1 FM	RCN		Nacional				
		National Police Station 103.1 FM		Nacional				RCN	
		Blu Radio	Comunidades indígenas de Putumayo		RCN				Nacional
		Olímpica Stereo		Comunidades indígenas de Putumayo				RCN	
		Koreguaje Stereo	Comunidades indígenas de Putumayo		RCN				Nacional

*Table 8. Panorama de medios de comunicación en las comunidades objetivo.

5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

•••

Al buscar entender la influencia de los medios de comunicación, los participantes y comunidades definen la influencia como la proximidad y pertinencia de la información según su contexto y realidad. En Chocó, las comunidades afrocolombianas escuchan principalmente COCOMACIA Estéreo, cuya cobertura alcanza a alrededor del 80 % de las comunidades que viven a orillas del río Atrato, y que comparte información relacionada con emergencias de cambio climático, como inundaciones. En la comunidad de Puerto Corroncho en Vaupés, la fuente de información más confiable es la radio comunitaria Yuruparí, en donde algunas veces personas indígenas comparten información en sus propias lenguas. En Caquetá, las personas confían principalmente en los/as periodistas que viajan hasta el lugar de los hechos y ofrecen pruebas visuales de lo que está sucediendo en sus municipalidades.

Nivel de influencia



Chocó (Afro Colombiano)

Vaupés (Indígenas)

Caquetá (personas indígenas y LGBTQI+)



*Figure 9. Level of influence of different media outlets among the target communities.

6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Instituciones públicas

Las instituciones públicas fueron fundamentales en la respuesta a la pandemia del COVID-19 en Colombia, tanto en difusión de información, como en la prestación de servicios de salud.

El Ministerio de Salud está a cargo de desarrollar políticas públicas y brindar directrices informativas a las Secretarías de Salud departamentales y municipales. El Instituto Nacional de Salud (INS), que forma parte del Ministerio de Salud, proporciona directrices operativas y controla el registro de la cantidad de personas

actualmente infectadas, recuperadas o fallecidas a causa de la COVID-19. A la fecha, toda persona colombiana debe estar registrada en una de las 40 Entidades Promotoras de Salud (EPS), que organizan y supervisan la prestación del plan de salud obligatorio del país. El sistema de salud de Colombia actual está consagrado en la Ley 100 de 1993 (Congreso de la República de Colombia, 1993).

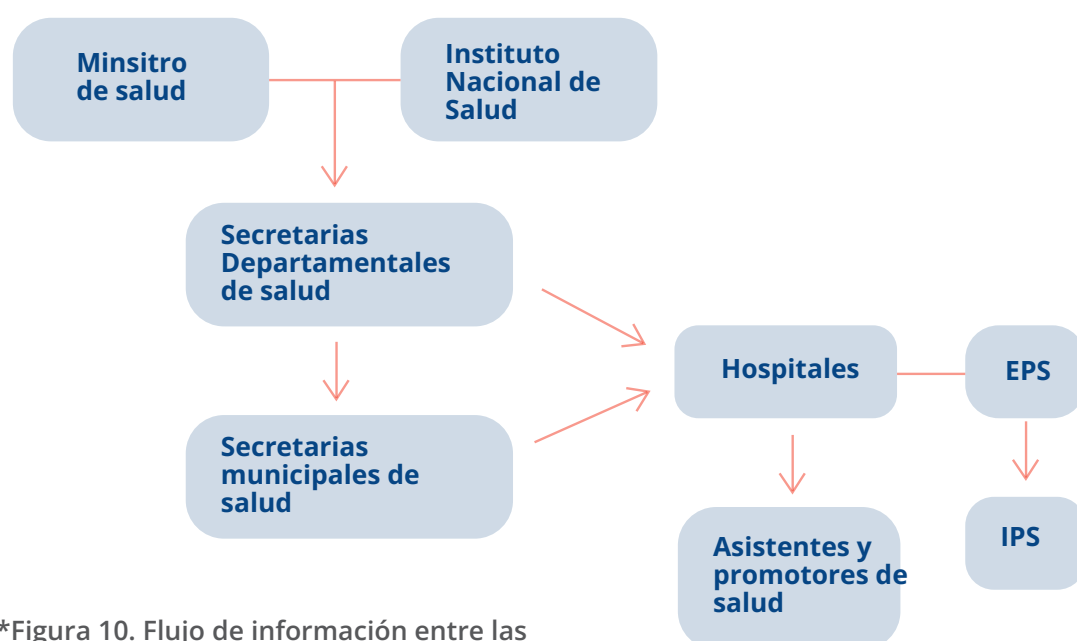
La ilustración abajo muestra el flujo de información que se brinda desde las instituciones de salud pública a otras instituciones públicas locales y a la población en general.

Las entidades de la figura 10 ofrecen información oficial de salud. Todas tienen sus propias páginas web y redes sociales. Sin embargo, las comunidades y participantes de los grupos focales y entrevistas, identificaron tres problemas esenciales relativos a la difusión de información sobre la pandemia: la información no está adaptada al contexto y, por lo tanto, no es pertinente para las costumbres y las experiencias locales; no hay una oficina de comunicaciones específica o personas encargadas específicamente en temas de comunicaciones en las instituciones de salud pública locales, y la mayoría de la información se publica en línea, por lo que es inaccesible para la mayoría de las personas que habitan en zonas rurales.

Debido a que las directrices de salud sobre la pandemia se direccionaron de arriba hacia abajo, de lo nacional a lo local, para las personas, la información estaba

descontextualizada y no era relevante según la cultura y experiencias locales. Se supone que las instituciones locales deben adaptar la información al contexto, pero esto no siempre sucede. Un representante de un medio de comunicación local de Vaupés comentó lo siguiente:

“Les he dicho en más de una oportunidad a las instituciones públicas que la información que proporcionan no es pertinente para la población, pero estas instituciones solo quieren cumplir las directrices del Ministerio de Salud y de las organizaciones internacionales, como la OMS y la OPS, que promueven etiquetas y tweets, sin tener en cuenta que la mayoría de la población de este departamento ni siquiera usa Twitter” (Grupo focal con medios locales en Vaupés, 2022).



*Figura 10. Flujo de información entre las principales instituciones de salud pública.

6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

•••

Muchas oficinas de salud locales necesitan políticas o protocolos de comunicación para adaptar los mensajes a los diferentes contextos y coordinarse con los medios de comunicación locales, con el fin de responder mejor a las necesidades de información de poblaciones específicas en los departamentos.

Gran parte de la información sobre la pandemia se publicó en línea, pero solo el 28 % de la población rural tiene acceso a internet (DANE, 2021). En Chocó solo el 14,6 % de la población tiene acceso a la información en línea, mientras que en Vaupés el porcentaje es del 10,6 %. En Caquetá, donde el acceso a internet es mayor, al menos el 60,5 % de la población está conectada.

Los tres departamentos cuentan con brigadas en salud, unidades de salud móviles, que viajan hasta las comunidades rurales más pobladas para hacer control y prevención en salud, hacer pruebas médicas y vacunar. Los asistentes y promotores en salud que hacen parte de estas brigadas brindan información al sistema nacional de salud, sobre datos relacionados con el impacto del COVID-19. También responden preguntas y distribuyen folletos. Sin embargo,

estas brigadas no llegan a todas las comunidades debido a la distancia, la geografía, el costo del transporte y los problemas de seguridad, entre otros.

“Es muy costoso acceder a la mayoría de las comunidades, porque las brigadas deben viajar por lancha o avionetas. Además, tenemos un sistema de salud fragmentado en el que las personas de un mismo municipio o comunidad están afiliadas a diferentes EPS (Entidades Privadas de Salud), y las EPS no envían brigadas a lugares donde no tienen una gran cantidad de afiliados debido a que los costos del transporte son muy altos”. (Entrevista con coordinadora de epidemiología de la secretaría departamental de salud del Chocó, 2022).

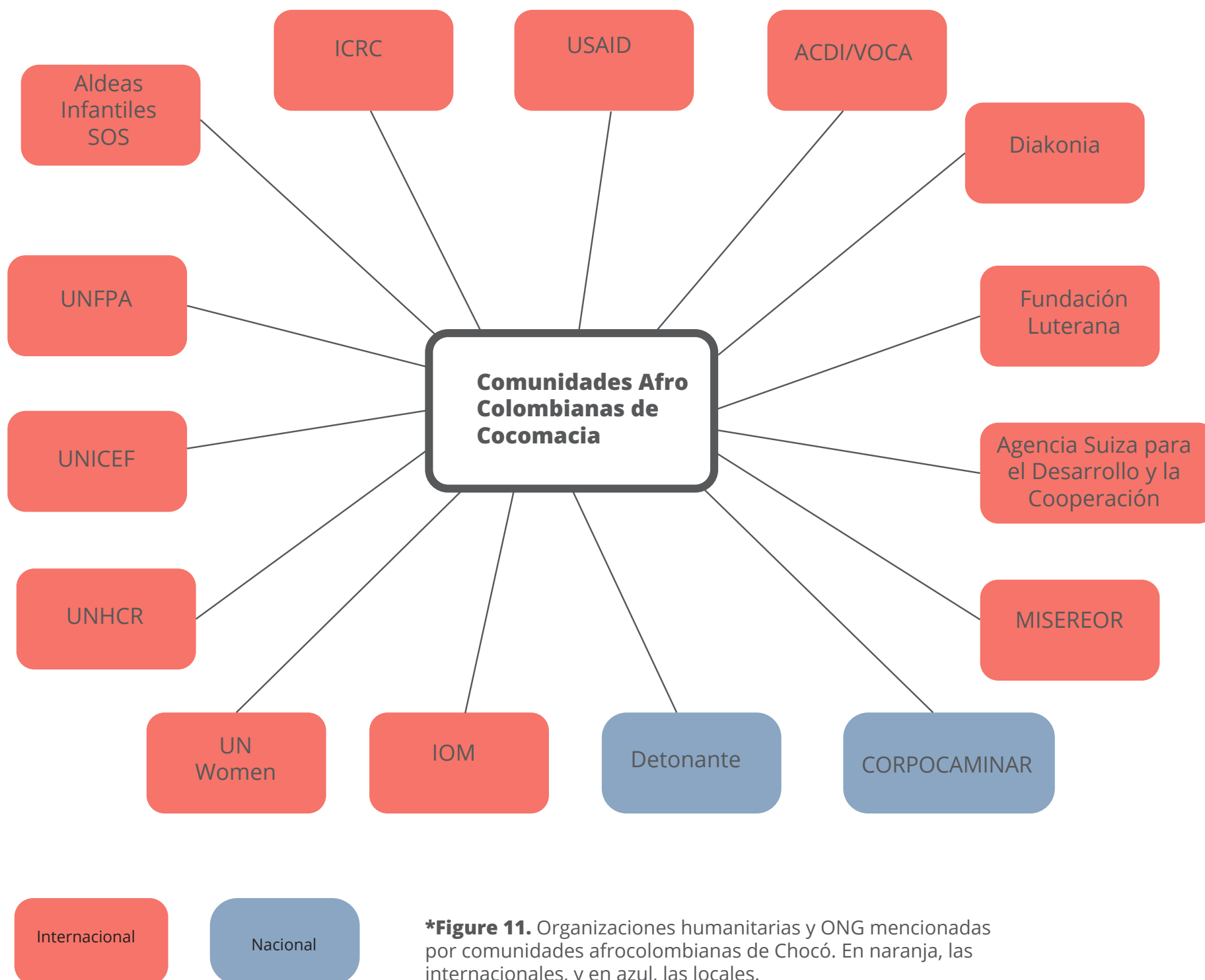


5. ANÁLISIS DEL PANORAMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Agencias humanitarias y ONG

La presencia de agencias humanitarias y ONG varía en cada departamento. En Chocó hay muchas organizaciones humanitarias locales e internacionales que se centran principalmente en la prevención de la violencia y el apoyo a los sobrevivientes del conflicto armado; la atención médica; sustento de vida y educación, y fortalecimiento de capacidades a organizaciones de la sociedad civil e instituciones públicas.

Todos los actores que participaron en esta AEI mencionaron a al menos 26 organizaciones. La mayoría de estas organizaciones han trabajado directamente con COCOMACIA y otras han prestado apoyo a instituciones públicas y ONG locales, con el propósito de implementar programas y proyectos en las comunidades locales. Las únicas dos organizaciones locales mencionadas fueron CORPOCAMINAR y Detonante. En Chocó, la respuesta humanitaria es coordinada a través del Equipo Local de Coordinación (ELC), dirigido por la Oficina de Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios (OCHA) (Humanitarian Response, 2020).



***Figure 11.** Organizaciones humanitarias y ONG mencionadas por comunidades afrocolombianas de Chocó. En naranja, las internacionales, y en azul, las locales.

6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las agencias humanitarias y las ONG se comunican con las comunidades locales a través de diferentes medios, según el contexto y el lugar en donde quieran transmitir el mensaje.

Primero, en Chocó estos actores se coordinan con instituciones públicas locales o con líderes/as comunitarios/as, para brindarles apoyo en fortalecer sus acciones con las comunidades locales. Por ejemplo, llevan a cabo talleres con funcionarios/as públicos de diferentes instituciones y con líderes/as locales, para coordinar su respuesta y mejorar su preparación ante situaciones de emergencia.

Segundo, se coordinan con medios de comunicación locales enviándoles comunicados de prensa, especialmente a las radios locales que tienen más cobertura en zonas rurales y dispersas, para difundir mensajes clave. Por ejemplo, algunas agencias humanitarias divulgaron información sobre medidas de

bioseguridad en la pandemia, por medio de radios locales.

Tercero, las que trabajan directamente en los departamentos y tienen oficinas allí, suelen tener grupos de WhatsApp con algunos/as líderes/as locales de diferentes comunidades con las que trabajan, para compartir información cuando hay acceso a señal. Cuando el acceso a internet y a la señal telefónica es limitado, estos actores realizan talleres y actividades presenciales, ya que consideran que esta es la manera más eficaz de transmitir mensajes a las comunidades étnicas.

Los actores humanitarios afirman que aún no han definido cuáles son los mejores canales para enviar información a las comunidades, ya que estos varían según cada comunidad.

Según estas organizaciones, las comunidades con menos acceso a radio u otros medios de comunicación, prefieren recibir información de manera presencial o por WhatsApp cuando

tienen señal. Estas organizaciones utilizan sus propias páginas web y redes sociales para compartir información. También transmiten información de otros actores, como instituciones públicas, medios de comunicación y líderes/as locales por sus propios medios. En cuanto a los formatos, la mayoría de los ejemplos identificados por esta AEI son pósteres, folletos, anuncios en radios, videos e infografías que no suelen permitir una comunicación bidireccional o un diálogo con la audiencia.

A pesar de esto, las agencias humanitarias y las ONG se enfrentan a varios obstáculos para coordinar su respuesta y difundir información en un contexto de emergencia sanitaria, como los altos costos de transporte, actores armados y dificultades de acceso físico por las condiciones geográficas. Además, uno de los principales retos para dar una respuesta oportuna y difundir información para salvar vidas en distintas comunidades, es el flujo de comunicación entre las mismas

agencias humanitarias y los demás actores, especialmente entre aquellos que no están permanentemente en el departamento.

“Digamos que, en el ámbito de las organizaciones internacionales, si bien es cierto que muchas tienen buenas relaciones e intercambian información de manera oportuna, hay otras que operan desde otros lugares. Por ejemplo, el alcance de sus actividades incluye a Chocó, pero operan desde otras partes del país, por lo que, en ocasiones, la información no fluye de manera adecuada entre las mismas organizaciones humanitarias y esto limita el flujo de información que llega a las comunidades” (entrevista con una organización humanitaria, 2022).

IEEn la comunidad de Puerto

6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

●●●

Corroncho en Vaupés solo se mencionaron dos ONG locales: Sinergias (socio implementador de Internews en Vaupés) y CODESBIF, que implementa los programas del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), institución estatal a cargo de garantizar la protección de niños, niñas y adolescentes en Colombia. Hay muchísimos menos agentes humanitarios en Vaupés debido a que la población es muy pequeña y está ampliamente dispersa. Según Sinergias, en Vaupés no hay organizaciones humanitarias como en otros departamentos de Colombia,

“porque Vaupés tiene una población tan dispersa y con tan poca gente, que suele ser difícil obtener financiamiento para trabajar en este tipo de zonas” (Entrevista con Sinergias, 2022). Sinergias es la ONG más mencionada en Vaupés respecto a la difusión

de información en salud y COVID-19, ya que se centra en la salud de las comunidades indígenas.

“Considero que el enfoque de Sinergias es interesante, porque trabajan con sabedores locales. Ojalá en algún momento lleguen a todas las comunidades indígenas... el mayor problema es que las únicas ONG activas en este departamento trabajan en las comunidades más cercanas a Mitú [la ciudad capital de Vaupés], porque los costos de transporte son tan altos que las organizaciones humanitarias y las ONG prefieren permanecer cerca” (Entrevista con indígena - Sinergias, 2022). communities.



***Figure 12.** ONG locales mencionadas por las comunidades indígenas de Puerto Corroncho en Vaupés.



6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

●●●

En Caquetá la mayoría de las organizaciones mencionadas por las personas indígenas con diversidad de SOGI son nacionales y se centran en prestar apoyo específico a poblaciones diversas .

Durante el auge de la pandemia de COVID-19 en Caquetá, el Gobierno local dispuso una medida para restringir las salidas de hombres y mujeres en días alternados en Florencia (ciudad capital). Las personas afirmaron que esta medida fue muy discriminatoria y que **“limitaba la movilidad de las personas trans y**

no binarias de Caquetá... Esto violaba el derecho al trabajo de las trabajadoras sexuales que se encuentran en situaciones de pobreza, miseria y exclusión histórica” (Grupo focal con la oficina de inclusión social de la Universidad de la Amazonía en Florencia, Caquetá, 2022). Lo mismo ocurrió en otras partes de Colombia que no forman parte de este estudio.

Las personas con SOGIESC diversas de Caquetá también señalaron

que el haber priorizado a la población LGBTQIQA+ en la vacunación contra el COVID-19, fue una medida discriminatoria, ya que se basó en el prejuicio de considerar que esta población es posible portadora del VIH, y, por lo tanto, podían tener más comorbilidades y vulnerabilidad frente al COVID-19. “Incluso a nivel institucional, suele asumir que si somos LGBTQIQA+, somos personas portadoras de VIH. Por ejemplo, el día mundial contra el SIDA, el 1 de diciembre, somos las primeras en ser llamadas. Se olvidan de que las

personas heterosexuales y binarias también pueden ser portadoras de VIH”. (Entrevista con el enlace LGBTQI+ de la Gobernación del Caquetá, 2022)

Las ONG que prestan apoyo a personas con diversidad de SOGIESC e indígenas, han prestado asistencia, se han pronunciado en contra de medidas discriminatorias, y han brindado información relevante sobre derechos humanos y asistencia psicosocial.

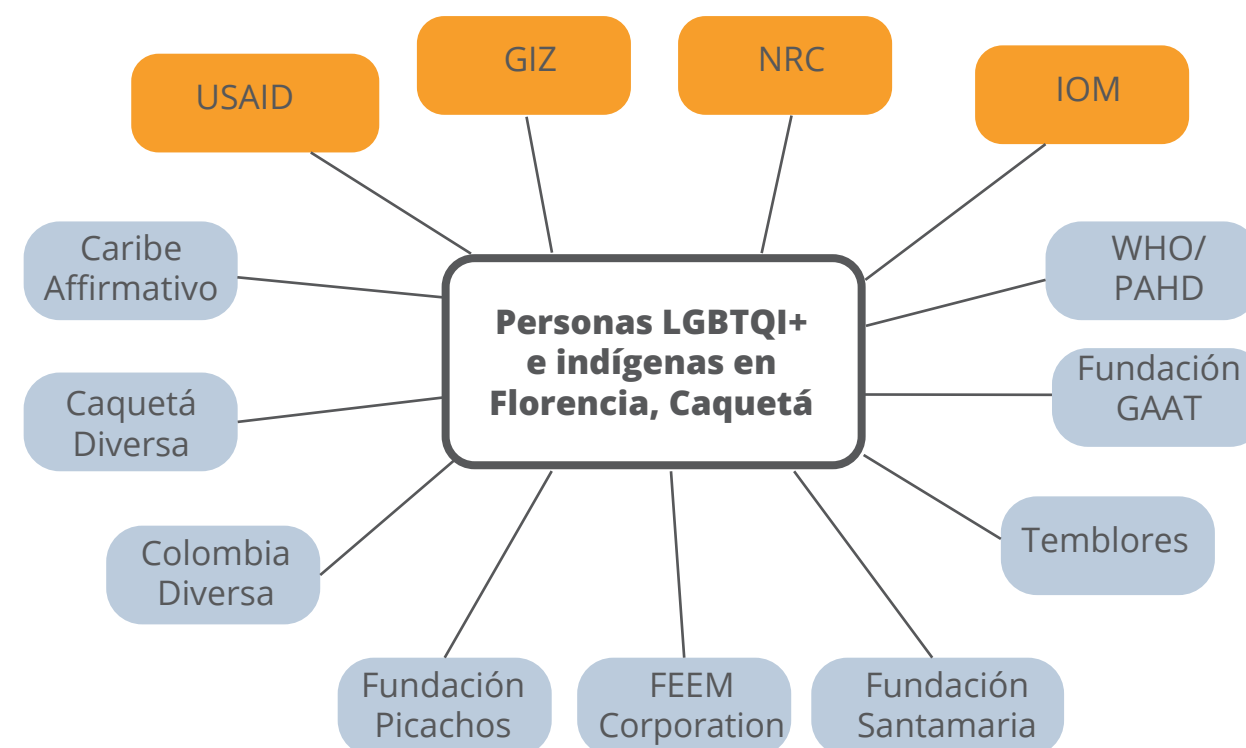


Figure 13. Organizaciones humanitarias y ONG mencionadas por participantes con SOGIESC diversas en Caquetá. En naranja, las internacionales, y en azul, las locales.

6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Redes Sociales

Las redes sociales han ampliado los espacios de participación política y han permitido que los medios de comunicación independientes sean accesibles a una mayor cantidad de personas. No obstante, la información errónea y los rumores sobre la COVID-19 y las vacunas fueron compartidos y documentados principalmente en las redes sociales. Para afrontar esta situación, Google y Facebook trabajaron junto con La Silla Vacía y Colombiachek para verificar los rumores y compartir información precisa a través de Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Twitter. Al menos el 61 % de los usuarios en línea expresaron preocupación por la veracidad de la información publicada en las redes sociales (Reuters Institute, 2021).

“Siempre hubo rumores de que las vacunas dañan a las personas, de que tienen un chip que convierte [a las

personas] en zombis... Escuché que este mundo de internet ha cubierto mucha información y que hay redes sociales en las que hay información cierta y falsa que la gente cree. En esta comunidad, los jóvenes trajeron algunos rumores que encontraron en las redes sociales”. (Entrevista con líder indígena en Puerto Corroncho, Vaupés, 2022).

En Caquetá las redes sociales son más relevantes que en los otros dos departamentos, ya que más personas tienen acceso a internet. Las personas indígenas con diversidad de SOGI entrevistadas, dijeron que Facebook y WhatsApp son las principales redes sociales a través de las cuales comparten información con sus amigos/as y familiares. Manifestaron también que suelen usar estas redes sociales para acceder a dos de los periódicos más importantes, Semana y El Tiempo, y a otros medios de comunicación independientes locales.

6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Actores sociales

Las comunidades también buscan información en los actores sociales locales, entre los que se incluye a organizaciones que representan grupos poblacionales específicos, líderes/as sociales y comunitarios/as, sabedores/as de comunidades locales, universidades y organizaciones religiosas.

Cada comunidad comprendida en esta AEI cuenta con organizaciones que buscan representarlas en espacios regionales, nacionales e internacionales.

Las comunidades indígenas y afrocolombianas confían en la información transmitida por medio del voz a voz, por amigos/as, familiares y vecinos/as. En Chocó cada comunidad de COCOMACIA tiene un/a líder/esa local que las representa en procesos y espacios de toma de decisión. En Vaupés las comunidades son representadas por organizaciones como la ONIC, que representa a todos los pueblos indígenas de Colombia, OPIAC, que representa a



6. FUENTES DE INFORMACIÓN DIFERENTES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



los pueblos indígenas de la región amazónica, y en Puerto Corroncho, la Asociación de Autoridades Tradicionales Indígenas (AATIS), compuesta por líderes de diferentes zonas y comunidades.

Las autoridades tradicionales indígenas y los/as líderes/as locales de COCOMACIA son elegidos/as por cada comunidad para representarlas en los

procesos y espacios de toma de decisiones. Las personas con SOGIESC diversas no tienen representantes específicos, pero las autoridades tradicionales indígenas siguen siendo importantes para las personas que se autoidentifican como indígenas y tienen SOGI diversas. Los/as líderes/as comparten información con sus comunidades frecuentemente. En Puerto

Corroncho, por ejemplo, la comunidad se reúne cada ocho o diez días y comparte información oralmente en Kubeo (uno de los idiomas indígenas más hablados en la comunidad).

Respecto a información en temas de salud, los/as sabedores/as, que han vivido en comunidades afrocolombianas e indígenas durante siglos, son fuentes de

información importantes sobre cómo curar y tratar enfermedades.

Las universidades también han sido una fuente de información importante para las comunidades indígenas y afrocolombianas, así como también las organizaciones religiosas que han establecido lazos de confianza con las comunidades afrocolombianas e indígenas a lo largo del tiempo.

Department	Community / population	Social organizations	Leaders	Sabedores	Universities/ Technical institutions	Religious Organizations
Chocó	Afro Colombian communities	COCOMACIA	Local leaders of COCOMACIA	Afro Colombian sabedores	Universidad Tecnológica del Chocó	Claretian missionaries
				Midwives		Diocese of Quibdó
				Indigenous sabedores		
Vaupés	Indigenous community of Puerto Corroncho	ONIC	Indigenous traditional authorities		Uniminuto	Apostolic Vicariate of Mitú
		AATIS			SENA	
		OPIAC				
Caquetá	Indigenous and LGBTQI+ people	Mariposario			University of the Amazon in Caquetá	
		Association of victims of antipersonnel mines			Rosario University	
		Trans Health league			Los Andes University	

*Tabla 14. Actores sociales identificados por las comunidades de Chocó, Vaupés y Caquetá.

7. CONCLUSIÓN

A pesar de la gran cantidad de información disponible a nivel nacional, las comunidades locales no siempre tienen acceso a fuentes de información suficientes y diversas que les permitan tomar decisiones informadas. Todavía hay mucho por hacer para fomentar la pluralidad y la independencia de los medios de comunicación, así como para dar más espacio a voces alternas. La falta de acceso a internet y a dispositivos electrónicos limita la accesibilidad de la información en muchas

comunidades indígenas y afrocolombianas que, en cambio, reciben más información por la radio, la televisión y el voz a voz.

No existen medios de comunicación propios indígenas en Chocó, Vaupés o Caquetá, y debido a que la mayor parte de la información se produce fuera de los contextos locales y por actores externos, hay menos información que sea relevante a nivel local para las comunidades étnicas. Si bien en Chocó hay medios de comunicación

afrocolombianos, esta población continúa siendo subrepresentada en los medios nacionales de comunicación, y las comunidades indígenas, afrocolombianas y personas con SOGIESC diversas, siguen protestando contra las formas en las que son representadas, discriminadas y estigmatizadas en los medios de comunicación masivos. Esto es importante, ya que las comunidades que hicieron parte de esta investigación definieron el nivel de influencia y fiabilidad de las fuentes de información según

su cercanía con los contextos y realidades locales.

Los actores que no provienen de medios de comunicación también son proveedores de información pertinente, especialmente respecto a temas en salud. Las instituciones públicas algunas veces buscan adaptar la información y las directrices oficiales del orden nacional e internacional a los contextos locales. Con el fin de proporcionar información precisa, oportuna y veraz a las comunidades en riesgo



7. CONCLUSION

●●●

frente a emergencias en salud, las organizaciones humanitarias tienen que coordinarse con los diferentes actores en una situación de emergencia. Las instituciones públicas, las agencias humanitarias y ONG, enfrentan dificultades estructurales al compartir información con las comunidades locales, por ejemplo, altos costos de transporte, conflicto armado, distancia y dificultad de acceso físico, lo que limita su alcance y labor en las comunidades más cercanas a las ciudades capitales. Estos actores desempeñan un papel importante en generar comunicación bidireccional con comunidades étnicas. Es importante continuar ajustando los enfoques de participación comunitaria y tomar medidas para estar a disposición de los periodistas locales, así como para recibir preguntas de las comunidades a través de distintos canales. Esto podría generar confianza y representar una alternativa sólida contra y la desinformación que circula en las comunidades.

Los rumores se han difundido ampliamente a través de las redes sociales, y muchos de ellos se han divulgado por medio del voz a voz. Las personas que dialogaron con Internews, expresaron que no consideran a las redes sociales como fuentes confiables de información. En Caquetá, donde hay mayor acceso a internet, no se conocen herramientas que permitan verificar los rumores que han

sido ampliamente difundidos. Por último, los actores sociales, como los/as líderes/as locales, los/as sabedores/as, las universidades y las organizaciones religiosas, son fuentes de información importante y confiables, que permiten una comunicación bidireccional, y, en algunas ocasiones, que las personas cuestionen y confirmen la información con personas de confianza.



8. REFERENCIAS

- Abril, D. C. (2020, Diciembre 02). Laorejaroja. Obtenido de Los dueños de los medios de comunicación y de las grandes empresas en Colombia: <https://www.laorejaroja.com/los-duenos-de-los-medios-de-comunicacion-y-de-las-grandes-empresas-en-colombia1/>
- Ali, M. (2010, January). Medios de comunicación, asuntos étnicos e intercultural en Colombia. *Razón y Palabra*.
- Caballero, W. (2022, Junio 2). Entrevista con indígena - Sinergias. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- Carleton University. (2021). Participatory Action Research (PAR): Resources for researchers, practitioners, organizers, and communities. Obtenido de <https://participatoryactionresearch.sites.carleton.edu/about-par/>
- Cervera Quintero, J.P. (2021). Conectividad de Internet en Colombia y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2020). *Ciencia y Poder Aéreo*, 39-54.
- CNOA. (2019, Enero 30). Foro: Censo, Pueblo Afrocolombiano y Medios de Comunicación. Obtenido de C.N.O.A: <https://convergenciagnoa.org/?s=comunicacion+afro>
- Cobos, T. (2021, September 14). Medios noticiosos y audiencias: una exploración al consumo y a la credibilidad y confianza en estos durante la cuarentena por covid-19 en Colombia. *Revista de Comunicación*, 20 (2), 113-129. doi:<https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A6>
- Colombian Media Monitor. (2017). Media Ownership Monitor Colombia. Obtenido de Federación Colombiana de periodistas: <https://colombia.mom-rsf.org/es/media/>
- CONCIP. (2019). Política Pública de Comunicación Propia de los Pueblos Indígenas de Colombia. Obtenido de Comisión Nacional de Comunicación de los Pueblos Indígenas): <https://concip.mpcindigena.org/index.php/normativa/politica-publica-de-comunicacion-indigena-ppci#:~:text=El%20documento%20de%20la%20Pol%C3%ADtica,y%20a%20trav%C3%A9s%20de%20sus%20organizaciones>
- Congreso de la República de Colombia. (1993, Diciembre 23). Ley 100 de 1993. Obtenido de www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/ley-100-de-1993.pdf
- Connectas. (2022). Indígenas y COVID-19: La pandemia desde las comunidades de Latinoamérica. Konrad Adenauer Stiftung e.V.
- Constitución Política de Colombia (1991). Corte Constitucional. (2022, Agosto 01). Sentencia T-276/22. Obtenido de <https://www.corteconstitucional.gov.co/Relatoria/2022/T-276-22.htm>
- CRC. (2022, May 27). Comisión de Regulación de Comunicaciones. Gobierno de Colombia. Obtenido de Executive Report: Diagnosis of the Broadcasting sector and Identification of Regulatory Needs.
- Cuesta Moreno, O. J. (2012). Notas sobre la radio indígena en Colombia. *Prospectiva*(17), 141-155.
- Cuesta, J. (2017). Análisis jurídico de las funciones de los consejos comunitarios en territorios colectivos de comunidades negras. *Justicia*, 22 (32), 160-181. doi:<https://doi.org/10.17081/just.22.32.2910>
- DANE. (2018). Informes de Estadística Sociodemográfica Aplicada. Obtenido de Población Negra, Afrocolombiana, Raizal y Palenquera: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/enfoque-diferencial-e-interseccional/autorreconocimiento-etnico>
- DANE. (2020). Los efectos del COVID-19, una oportunidad para reafirmar la realización de los derechos humanos de las poblaciones afrodescendientes en el desarrollo sostenible. Bogotá: DANE .
- DANE. (2021). Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares – ENTIC Hogares 2020. Bogotá: DANE.
- Dejusticia. (2021, Octubre 27). Las radios comunitarias tienen mucho poder para proteger el liderazgo social. Recuperado de <https://www.dejusticia.org/las-radios-comunitarias-tienen-mucho-poder-para-proteger-el-liderazgo-social/>
- DNP. (2014, Diciembre). Departamento Nacional de Planeación. Recuperado de Misión para la transformación del campo: definición de categorías de ruralidad: <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/estudios%20economicos/2015ago6%20documento%20de%20ruralidad%20-%20ddrs-mtc.pdf>
- Durán, M. (2022, Junio 2). Entrevista con líder indígena en Puerto Corroncho, Vaupés. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- El Espectador. (2021, Septiembre 9). La historia del escándalo del Mintic, Karen Abudinen y Centros Poblados. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/la-historia-del-escandalo-del-mintic-centros-poblados-y-karen-abudinen/>
- FEDEMEDIOS. (n.d.). Obtenido de <https://fedemedios.org/nosotros/fedemedios/>
- Findeter. (2019). Vaupés: Rutas del Desarrollo Sostenible. Retrieved from <https://fnd.org.co/docs/subdirecciones/fortalecimiento-territorial/cartillas/Vaupés.pdf>
- FLIP. (2021, Diciembre 21). Cartografías de la Información. Obtenido de <https://flip.org.co/cartografias-informacion/>
- García Ramírez, D., & Pérez Serna, D. (2021). Nueva Ley de Convergencia: desafíos y necesidades para el sector audiovisual en Colombia. In D. García Ramírez, J. Ramos Martín, & D. G. Valencia N, Economía política de los medios, la comunicación y la información en Colombia (pp. 125-152). Bogotá: Universidad del Rosario.
- Garzón Barreto, J. C. (2021). El trío digital de las TIC y la protección de la industria de los medios en Colombia: algunos sesgos y tensiones jurídicas, técnicas y financieras del Pacto por la Transformación Digital del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. In

10. REFERENCIAS

- D. García Ramírez, J. Ramos Martín, & D. G. Valencia N, Economía política de los medios, la comunicación y la información en Colombia (pp. 95-123). Bogotá: Universidad del Rosario.
- Gobernación del Chocó. (2020). Plan Departamental de Desarrollo 2020-2023. Obtenido de file:///C:/Users/ThinkPad/Downloads/choco-final-pddd.pdf
- Gobierno de Colombia & FARC. (2016, Noviembre 12). Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. Obtenido de https://www.jep.gov.co/Marco%20Normativo/Normativa_v2/01%20ACUERDOS/Texto-Nuevo-Acuerdo-Final.pdf?csf=1&e=0fpYAO
- (2022, Julio 22). Grupo focal con la oficina de inclusión social de la Universidad de la Amazonía en Florencia, Caquetá. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- (2022, Junio 3). Grupo focal con medios locales en Vaupés. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- Humanitarian Response. (2020). Equipo Local de Coordinación Chocó. Obtenido de <https://www.humanitarianresponse.info/en/operations/colombia/equipo-local-de-coordinaci%C3%B3n-choc%C3%B3>
- Instituto Nacional de Salud. (2022, Abril 11). COVID-19 en población afrocolombiana en Colombia | Boletín No. 94 | 08-04-2022. Obtenido de Instituto Nacional de Salud: <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/coronavirus-poblacion-afrocolombiana.aspx>
- Instituto Nacional de Salud. (2022, April 1). COVID-19 en población indígena en Colombia | Boletín No. 109 | 01-04-2022. Obtenido de Instituto Nacional de Salud: <https://www.ins.gov.co/Noticias/Paginas/coronavirus-poblacion-indigena.aspx>
- Internews. (2021, March 16). On the move during the COVID-19 pandemic: Information, trust and influence among Venezuelans in Nariño Colombia. Obtenido de Internews: <https://internews.org/resource/move-during-covid-19-pandemic-information-trust-and-influence-among-venezuelans-narino/>
- Latorre, D., & Vargas, E. (2020). Emisoras comunitarias en Colombia, un grito en medio del silencio. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Laura. (2022, Julio 21). Entrevista con mujer trans indígena en Florencia, Caquetá. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- Ministerio de las TIC. (2021, Febrero 08). Acceso a internet en Colombia se aceleró durante la pandemia. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/161793:Acceso-a-internet-en-Colombia-se-acelero-durante-la-pandemia>
- Ministerio de las TIC. (2021, Septiembre 21). Colombia avanza en su meta de estar conectada en un 70 % en 2022: DANE. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/182108:Colombia-avanza-en-su-meta-de-estar-conectada-en-un-70-en-2022-DANE>
- Ministerio de las TIC. (2022, Junio 02). Obtenido de Estaciones de radio en Colombia: <https://www.mintic.gov.co/portal/maparadio/631/w3-channel.html>
- Ministerio de salud. (2021, Noviembre 27). Emergencia sanitaria se extenderá hasta el 28 de febrero de 2022. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Emergencia-sanitaria-se-extender%C3%A1-hasta-el-28-de-febrero-de-2022.aspx>
- Ministerio de salud. (2022, Octubre 30). Cobertura vacunación contra COVID-19. Obtenido de <https://app.powerbi.com/>
- Ministerio de salud. (2022, Octubre 25). Vacunación contra COVID-19. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/Vacunacion/Paginas/Vacunacion-covid-19.aspx>
- Narváez M, A. (2021). Economía política como teoría de la comunicación. In D. García Ramírez, J. Ramos Martín, & D. Guillermo Valencia N., Economía política de los medios, la comunicación y la información en Colombia (pp. 3-36). Bogotá: Universidad del Rosario.
- NPR. (2020, Marzo 11). Coronavirus FAQ: What does endemic mean — and are we there yet? Obtenido de <https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2022/03/11/1085839027/coronavirus-faq-what-does-endemic-mean-and-are-we-there-yet>
- ONIC. (2022, Marzo 4). BOLETÍN 056 Sistema de Monitoreo Territorial - SMT (ONIC) Información para proteger la vida y los territorios. Obtenido de <https://www.onic.org.co/comunicados-onic/4444-hola>
- Pedroza, C. (2022, Agosto 2). Entrevista con coordinadora de epidemiología de la secretaría departamental de salud del Chocó. (A. M. Barajas, & S. Moreno, Entrevistadoras)
- Pérez, V. (2021, Agosto 2). Asuntos Legales. Obtenido de El presidente Iván Duque promulgó la ley con respecto al acceso a internet en todo el territorio nacional: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-presidente-ivan-duque-promulgo-la-ley-sobre-acceso-a-internet-en-el-territorio-nacional-3210004>
- PNUD. (2019). Caquetá: Retos y desafíos para el Desarrollo Sostenible. Obtenido de <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/co/>
- Ramos, J. (2021). Capitalismo informacional y tecnopolítica: tensiones y resistencias. In D. García Ramírez, J. Ramos Martín, & D. G. Valencia N, Economía Política de los medios, la comunicación y la información en Colombia (pp. 37-54). Bogotá: Universidad del Rosario.
- Reuters Institute. (2021). 2021 Digital News Report: Colombia. Obtenido de Reuters Institute, Oxford University: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/colombia>
- Rodríguez, M. C. (2022, Junio 10). Entrevista con Sinergias. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- RTVC. (2020, Noviembre 3). Comunicación pública y privada en Colombia, definición, características y retos. Obtenido de RTVC: Sistema de medios públicos: <https://www.rtv.gov.co/noticia/comunicacion-privada-publica-colombia-definicion-caracteristicas-retos>

10. REFERENCIAS

- Rodríguez, M. C. (2022, Junio 10). Entrevista con Sinergias. (A. M. Barajas, Entrevistadora)
- RTVC. (2020, Noviembre 3). Comunicación pública y privada en Colombia, definición, características y retos. Obtenido de RTVC: Sistema de medios públicos: <https://www.rtvco.gov.co/noticia/comunicacion-privada-publica-colombia-definicion-caracteristicas-retos>
- The New Journalism Foundation. (2019, Octubre 1). El 84% de los colombianos desconfía de los medios de comunicación. Obtenido de <https://premioggm.org/noticias/2019/10/el-84-de-los-colombianos-desconfia-de-los-medios-de-comunicacion/>
- UNESCO. (2008). Media development indicators: a framework for assessing media development. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102>
- Unisabana. (2021). Tendencias durante la Pandemia: El consumo de la televisión en Colombia. Obtenido de <https://www.unisabana.edu.co/portaldenoticias/al-dia/el-consumo-de-television-en-colombia/>
- Vargas, W. (2022, Julio 22). Entrevista con el enlace LGBTQI+ de la Gobernación del Caquetá. (A. M. Barajas, Entrevistadora).

11. NOTAS

¹En este informe, los departamentos son subdivisiones político-administrativas del territorio nacional colombiano. En total hay 32 departamentos en Colombia.

²Los consejos comunitarios son organizaciones étnicas con personalidad jurídica y agrupan a diferentes comunidades negras en Colombia, reconocidas por la Ley 70 de 1993.

³De acuerdo con Internews, la información errónea es información falsa que se difunde a través mecual quier forma. La desinformación deliberada es información falsa que se difunde de manera intencionada y con el propósito de engañara otros (Internews, 2021).

⁴En las comunidades étnicas, los sabedores y sabedoras son considerados personas sabias. Se trata de personas que han dedicado su vida a mantener el conocimiento ancestral, la cosmogonía y las prácticas tradicionales relacionadas con la prevención y el tratamiento de algunas enfermedades.

⁵Las metodologías implementadas, se explican en profundidad en los informes de demanda informativa de cada departamento.

⁶Una fase endémica significa que el virus continuará circulando, pero que sus consecuencias disminuirán a niveles más controlables en comparación con la fase previa de pandemia (NPR, 2020).

⁷De un total de 1.905.617 personas indígenas en Colombia, se estima que alrededor del 5 % contrajo el COVID-19, y que, de un total de 48.258.494 colombianos, alrededor del 13 % contrajo el virus.

⁸Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia incluye en estos datos a la población de Raizal (personas con herencia cultural afro-anglo-antillana) y Palenque (personas de San Basilio de Palenque, el primer pueblo africano libre de América).

⁹Los títulos de propiedad colectiva sobre las tierras para las comunidades negras en Colombia se dispusieron en la ley 70 de 1993. Esta ley se funda en el principio constitucional de que Colombia en una nación multiétnica y pluricultural. Las familias que viven allí son personas afrocolombianas con su propia cultura, historia e identidades.

¹⁰Se estima que la población afrocolombiana es aún mayor, ya que el 1 de agosto de 2022, la Corte Constitucional colombiana falló a favor de diferentes organizaciones de base que denunciaron deficiencias en la aplicación de esta estadística. La Corte Constitucional determinó que el DANE deberá realizar una evaluación estadística completa de la población afrocolombiana en el país en un plazo máximo de 10 meses (alrededor de mayo de 2023)(Corte Constitucional, 2022).

¹¹Si bien los datos que tenemos actualmente indican que, proporcionalmente, más personas indígenas contrajeron COVID-19 en comparación con las personas afrocolombianas, la falta de estadísticas actualizadas en el país sobre la población afrocolombiana limita esta estimación.

¹²La Constitución Nacional de Colombia de 1991 sentó las bases de la libertad de expresión, el pluralismo y la posibilidad de que la sociedad civil y las entidades públicas desarrollen sus propias actividades de comunicación.

¹³El uso del espectro radial determina la cobertura para cada estación de radio.

¹⁴Los territorios colectivos de comunidades negras en Colombia están compuestos por comunidades de origen africano que, durante la época colonial, como estrategia para liberarse de la esclavización, se instalaron en la selva de la región del Pacífico de Colombia. La Ley 70 de 1993 reconoció estos territorios y el derecho de los/as pobladores/as a conformar su propia representación política y a participar en proyectos regionales.

¹⁵En las zonas rurales, la densidad poblacional es intermedia y se puede acceder con mayor facilidad que a las zonas dispersas, que tienen menos habitantes y están más alejadas de las carreteras de acceso (DNP, 2014).

¹⁶No hay estaciones de radio comunitarias indígenas en Caquetá.

¹⁷Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR), Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNPF), Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), ONU Mujeres, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Aldeas Infantiles SOS, Fundación Luterana, la obra episcopal de la Iglesia católica alemana para la cooperación al desarrollo(MISEREOR), Diakonia,ACDI/VOCA y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM).

¹⁸Se mencionaron cinco organizaciones internacionales: La Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ), USAID, CNR, OMS/OPS y OIM, y 8 ONG locales y nacionales: Caribe Afirmativo, Caquetá Diversa, Colombia Diversa,

¹⁹Fundación GAAT (Grupo de Acción y Apoyo a Personas Trans), Fundación Santamaría, Fundación Picachos, Temblores y la Fundación por la Educación Multidimensional (FEM).

EVALUACIÓN DE ECOSISTEMAS DE INFORMACIÓN EN COLOMBIA: CHOCÓ, VAUPÉS, AND CAQUETÁ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Internews



**Arraigados
en la Confianza**