



# POLÍTICA DE CULTURA DIGITAL

## INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías y las nuevas lógicas de la comunicación ofrecen múltiples posibilidades de acceso a la información, pero especialmente les brindan a los ciudadanos la oportunidad de superar su condición de receptores de información para convertirse en productores de contenidos y en creadores culturales. Estas tecnologías imponen retos impostergables a las entidades responsables de las políticas culturales de todos los países. Colombia, por supuesto, no es la excepción, y ya se han realizado abordajes al tema a través del Ministerio de Cultura, la entidad que tiene la responsabilidad de decidir, entre otros aspectos, el énfasis de los proyectos que liderará en el territorio nacional.

El Ministerio ha abordado el tema y ha entendido que el asunto no es sólo de tecnologías o de consumo, sino que alrededor de los usos de estos medios se ha construido una nueva cultura, una serie de nuevas maneras de estar juntos: la cultura digital. Por ese motivo, el Ministerio formuló una política pública en cultura digital y ha puesto en marcha procesos asociados con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en distintos campos del arte y la cultura. El documento que se presenta aquí recoge los avances en esta materia, luego de haber sometido un primer borrador a un debate en el cual participaron más de 300 personas entre expertos, comunicadores, instituciones y ciudadanos.

## ANTECEDENTES

La sociedad colombiana viene desarrollando varios procesos relacionados con las Tecnologías de Información y Comunicación. Algunos de ellos son: Compartel,

*La tecnología remite hoy no a nuevas máquinas o aparatos, sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras.*

**Jesús Martín-Barbero**

un programa que ayuda a resolver el problema de conectividad; Computadores para Educar, proyecto que entrega computadores para uso educativo; Agenda de Conectividad, que orienta los énfasis y prioridades que el Gobierno debe tener para promover el acceso a Internet; Gobierno en Línea, una herramienta clave para impulsar la transparencia de la gestión pública y diferentes proyectos de capacitación técnica impulsados desde el Sena, las universidades y el Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones. La Ley de Tecnologías de Información y Comunicaciones es el marco regulatorio más reciente que agrupa estos procesos, recoge la experiencia y la proyecta al futuro.

Al revisar estas experiencias, queda claro que ya se está haciendo mucho de lo que hay que hacer en dotación tecnológica, conectividad, difusión de información y cualificación en el uso de estas nuevas tecnologías. Pero en términos culturales, eso es insuficiente, pues los usos de éstas no sólo son formas de circulación de datos, sino que están generando una enorme revolución cultural en todo el mundo. Incluso, las experiencias sugieren que los procesos de dotación de computadores y conectividad, sin respeto ni estímulos a procesos culturales pueden fragmentar las identidades culturales de las sociedades o comunidades.

Cifras de 2009<sup>1</sup> estiman que Latinoamérica posee 560 millones habitantes, de los cuales un 30% es usuario de Internet. Los latinoamericanos representan el tercer conglomerado a nivel mundial en el número de usuarios de Internet (172 millones), después de China (298 millones) y EE.UU. (227 millones de usuarios). Se estima que para el 2011 la penetración de Internet en Latinoamérica alcanzará el 43%. Para el 2014, las proyecciones prevén que los usuarios hispanoparlantes de la región superarán los 200 millones de personas. Estos datos son alentadores en términos de conectividad y acceso, teniendo en cuenta que en los países desarrollados el porcentaje de penetración es del 70%. Sin embargo, este crecimiento en el acceso no ha ido aparejado con un desarrollo en el uso y apropiación de estas nuevas tecnologías en la región, especialmente en Colombia.

El 70% de la información que circula en Internet se produce en países desarrollados. También el 70% de los contenidos de la red está en inglés, a pesar que, como se dijo más arriba, somos el tercer conglomerado de usuarios a nivel mundial. Según los estudios, enviar y recibir correo electrónico (85,5%), buscar información (81,6%) y chatear (68,8%) son las actividades que encabezan la lista de usos de Internet en el continente. Tan sólo un 8% de los usuarios latinoamericanos desarrolla, crea y syndica contenidos. Según el Índice Relativo de Uso de Internet<sup>2</sup>, entre los catorce países que conforman la región, Colombia ocupa la novena posición de acuerdo al desarrollo de Internet en el continente<sup>3</sup>. En materia de penetración, el país se encuentra en el promedio de la región. Lo que

1 Cifras de la investigación "Estudios hábitos y usos de Internet en Latinoamérica 2009", en *Tendencias Digitales*, disponible en <http://www.tendenciasdigitales.com/2.0>

2 Las siguientes son las dimensiones que conforman el Índice Relativo de Uso de Internet: *penetración* (penetración de Internet con relación al país líder de la región); *intensidad* (cantidad de horas de navegación con relación al país líder de la región); *diversidad* (cantidad de usos de Internet por usuario con relación al país líder de la región); *complejidad* (proporción de personas que se autocalifican como usuarios avanzados y expertos con relación al líder de la región); *transacciones* (proporción de compradores en el total de usuarios, con relación al país líder de la región); *contenido* (proporción de los sitios de Internet locales entre el total de sitios que conforman el listado por país).

3 Igualmente, según el Índice Relativo de Uso de Internet, se distinguen tres segmentos en el continente. El más avanzado está encabezado por Chile y Brasil; en un nivel medio se ubican países como Argentina y Venezuela, y en el nivel bajo se encuentra Colombia.

rezaga a Colombia en relación con los demás países del continente en cuanto al desarrollo de Internet es la dimensión *contenido* y es obvio que este asunto constituye el reto principal que debe asumir la sociedad colombiana desde el punto de vista cultural. Allí es donde está la diferencia entre los usuarios colombianos y los usuarios latinoamericanos que encabezan la lista.

En la misma línea, cifras presentadas durante la XI Reunión sobre Uso y Penetración del Internet en Colombia muestran que el 52% de los niños y jóvenes usa el computador para videojugar<sup>4</sup> y que en Colombia el 82% de la navegación está orientada al entretenimiento, pues apenas un 15 % se dedica a actividades educativas y productivas<sup>5</sup>. Es evidente que nuestra relación con la red ha sido una relación de consumidores y no de creadores.

Aún más, la empresa Everis (consultores internacionales) diseñó un indicador llamado Indicador de la Sociedad de la Información (ISI) que consiste básicamente en cruzar las variables penetración, equipamiento, infraestructura, usuarios y conectividad, normalmente consideradas para las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), con variables del entorno social y económico como el PIB. El ISI muestra que para Colombia el incremento es más bajo en la región (solo 4,13 sobre 10 puntos posibles, donde 9 es el promedio alto esperado en Europa y EE.UU., y el puntaje más alto en la región es el de Chile, con 5,5). Esta cifra evidencia que el avance tecnológico tiene enormes retos en poblaciones social o económicamente vulnerables y que el desarrollo tecnológico debe asumir políticas más agresivas de inclusión.

Esta ubicación del país en el contexto de la región demuestra la necesidad de acompañar los procesos de acceso y dotación con estrategias de cualificación de los usuarios y, muy especialmente, con una agresiva política de fomento a la creación de contenidos propios y pertinentes por parte de los distintos sectores de la sociedad.

El Ministerio de Cultura, por lo tanto, ha ubicado y analizado unas experiencias específicas y paradigmáticas en el uso de TIC, para el fortalecimiento y el desarrollo cultural, a partir de las cuales se formulan lineamientos de políticas para fortalecer aciertos y evitar los errores, en un trabajo que continúa de forma permanente. Estas prácticas nos han sugerido que no siempre la dotación tecnológica es positiva y que es necesario promover la cultura digital de manera integral.

## COMPRESIONES BÁSICAS

Entendemos la cultura digital como una forma de las relaciones entre las personas, con mediación tecnológica. Ésta se diferencia de la cultura análoga y de la manera más tradicional de comunicarnos en los siguientes aspectos:

- 4 "Generaciones interactivas, niños y jóvenes frente a las pantallas", estudio presentado por Claudia Aparicio Yáñez, directora de gestión social de Teléfonica Colombia.
- 5 "Comportamiento de los usuarios en Internet", estudio presentado por el ingeniero Wilmar Alonso Camargo.

- En la cultura digital se enfatiza más el sentido y el propósito de la comunicación que la construcción del mensaje.
- La forma tradicional de comunicación análoga exige una estructura única, lineal, que no se puede fragmentar o desordenar, mientras que el mensaje digital se construye con planos, íconos e imágenes que se pueden relacionar de múltiples maneras y con muchos órdenes, todos válidos.
- En una cultura digital se desdibujan las funciones de emisor y receptor, que en las formas más tradicionales de la comunicación son claramente diferentes. Esta característica de la cultura digital es especialmente importante en el campo cultural porque ofrece la posibilidad de convertir a los ciudadanos en productores de contenidos y no sólo en consumidores de información.
- La cultura digital ofrece enormes posibilidades de innovación y productividad a la sociedad, mientras que la forma análoga de asumir las tecnologías —que hemos venido haciendo en Colombia—, nos relega en el plano del desarrollo y la competitividad a nivel internacional, pues nos asigna el papel de consumidores de contenidos de Internet.
- Una cultura digital exige el desarrollo de nuevas destrezas, de nuevas formas de lectura no sólo de textos, sino de íconos, imágenes y signos.
- En una cultura digital se tienden a acercar la comunicación masiva y la dirigida, el entretenimiento y el acceso al saber, la recepción y la construcción de mensajes. Estos acercamientos imponen nuevos retos a las formas tradicionales de relaciones entre las personas, que no son sólo los del acceso a las tecnologías, sino principalmente la comprensión de otras maneras de construcción de cultura.
- La cultura análoga tiende a reducir los objetivos e instrumentos de la comunicación a procesos de entrega de mensajes, con demoras en la recepción, complicadas listas de datos, muy pocos formatos y con énfasis en la racionalidad como instrumento único para la decodificación. La cultura digital, por el contrario, permite procesos complejos y diversos de construcción de contenidos con sentido, inmediatez en la recepción y la respuesta, bases de datos que agilizan el proceso de búsqueda de información, conectividad que genera redes de conocimiento y socialización,

consumo o lectura en diversos formatos, convergencia de formatos, desarrollo de habilidades comunicativas de los ciudadanos, en un entorno que asocia sin conflicto la razón con la diversión, la creación, el goce y la recreación.

- Las reglas del juego en la cultura digital rompen con la linealidad y la racionalidad de lo análogo y están marcadas por la interactividad, la fragmentación, la movilidad, la portabilidad y la reedición de contenidos de múltiples fuentes por parte del receptor.

No se trata, entonces, de aceptar generosamente que la cultura pasa por los medios: estamos ante un mundo en el cual es claro que los medios de comunicación son determinantes en la creación de sentido y generadores de cultura: las nuevas maneras de ser de la especie, de percibir el mundo, de relacionarnos, de establecer prioridades, las nuevas estéticas, las formas de hacer el amor o la guerra están hoy determinadas por los contenidos de los medios y por las formas como hemos decidido usar esos contenidos.

Si pretendiéramos descomponer la cultura digital, tendríamos que decir que el último componente, el menos importante, es el de la tecnología, pues los componentes principales para moverse en este universo cultural tienen que ver con la postura, las comprensiones, la claridad en las intenciones y muy especialmente la fortaleza cultural de la comunidad para usar la tecnología a favor de sus propósitos. Una definición de tecnología, en la perspectiva de cultura digital, sería la “capacidad de una sociedad para usar los medios que necesite para resolver sus problemas”.

Los medios ofrecen enormes posibilidades para el fortalecimiento de procesos culturales en las sociedades, pero igualmente pueden dificultar el desarrollo de las mismas culturas, dependiendo de muchos factores. Uno de ellos es el nivel de comprensión que tengamos sobre lo siguiente: en comunicación (digital o no) es la intención la que determina el medio y el mensaje, el tiempo y el espacio, el emisor y el receptor de la comunicación.

En el marco de la política, la cultura digital no se trata entonces sólo de garantizar conectividad, sino de fortalecer el capital simbólico de la sociedad y sus comunidades, para lo cual se requiere que ese capital exista, sea visible, llegue a ser percibido por otros, que esa percepción sea positiva, ofrezca modelos a seguir, se transforme y se recree por acción de los creadores.

En este sentido, la misión del Ministerio de Cultura está asociada por lo tanto con la promoción del uso de los medios con propósitos de desarrollo cultural y social y no tanto con la dotación tecnológica. Se trata de promover que los

ciudadanos y sus organizaciones produzcan mensajes (tanto hacia su comunidad como hacia la sociedad) a través de los medios sobre la base de estas comprensiones. Es necesario un trabajo pedagógico de adentro hacia fuera del Ministerio para superar algunos prejuicios como los que confunden a la cultura digital con:

- El uso de Internet.
- Procesos de dotación o conectividad.
- Creación de sistemas de información pública.
- Consumo de mensajes virtuales.
- Textos o mensajes en soportes digitales.

La política de cultura digital, como todas las del Ministerio, es integral, se aplica a todos nuestros proyectos y áreas de trabajo, a todas nuestras acciones y en todos los campos.

### **PUNTOS CRÍTICOS DE LA CULTURA DIGITAL**

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están causando profundas y permanentes transformaciones en nuestras maneras de comunicarnos, hacer negocios, participar en política, informarnos, divertirnos, aprender, expresarnos, crear. Los alcances y límites de esta revolución digital aún son insospechados. Se trata de un tema en permanente evolución y reacomodo, en el que hay que reconocer que nadie tiene la última palabra. Cualquier legislación o política que intente poner *orden* o hacer proyecciones en este terreno debe por tanto ser consiente de que se trata de un tema inacabado, con dinámicas internas que se escapan de las voluntades de los Estados, en el que aún siguen estando pendientes muchas precisiones y tareas que deberán concretarse a medida que los acontecimientos lo permitan.

### **INCLUSIÓN O HEGEMONÍA**

En este nuevo escenario, asuntos como la identidad, la diversidad, la inclusión y la expresión cultural han generado interesantes retos y preguntas: ¿es acaso perentorio inducir a todas las comunidades y sujetos para que se sumerjan y participen en estas nuevas dinámicas? ¿Cuál es el tipo de ciudadanía digital que es urgente promover y cómo es preciso hacerlo? Para el Ministerio de Cultura es vital dar continuidad a este debate, en el cual nuestra postura sigue siendo la de

promover no tanto el consumo de Internet como el diálogo intercultural, con profundo respeto por las decisiones de las comunidades.

### DERECHOS DE LOS AUTORES

El Ministerio de Cultura ratifica su compromiso con el respaldo público a los derechos de los creadores sobre sus obras. Pero esta postura no es ajena al evidente hecho de que las nuevas tecnologías, al masificar las posibilidades de creación, han generado nuevos retos a la legislación sobre derechos de autor: ¿sobre qué premisas se debe rediseñar la legislación cuando incluso los mismos creadores están empezando a cambiar sus posturas tradicionales sobre estos asuntos? Muchas de las transacciones culturales han vuelto a la lógica del truke gracias a las posibilidades tecnológicas y a las redes sociales de intercambio de contenidos (videos, música, fotografías, textos y licencias, entre otros). Además de permitir “vender y comprar” bienes culturales, los usuarios intercambian sin la mediación del mercado, o al menos sin la mediación de las industrias culturales como las habíamos entendido hasta el momento. Más complejo es aún el asunto sobre cuando se diluyeron las fronteras entre creadores y consumidores: cualquier persona fácilmente puede crear piezas musicales, producir videos, o elaborar textos aparentemente académicos, compartirlos con otros u ofrecerlos “gratis” a cambio de nada más que la satisfacción propia. En este marco es evidente que nuestra concepción y legislación sobre derechos de autor merece, por lo menos, ser revisada, así como el concepto de industria cultural.

### CONVERGENCIAS

Cuando apareció con fuerza Internet ya se habían masificado los computadores personales, y múltiples hipótesis auguraban una especie de fusión de todos los medios de comunicación en esta nueva herramienta. Una errada comprensión de la convergencia predijo equivocadamente el final de la fotografía, la radio, el cine, la TV, el video y el surgimiento de un único y nuevo universo mediático audiovisual en cuyo centro estaban el computador y la red. Incluso algunos expertos hoy defienden la convergencia audiovisual como la fusión del cine, el video, la TV e Internet gracias a la Televisión Digital Terrestre y a una imaginada combinación de ésta con Internet. Lo cierto es que este imaginario no sucedió: cada medio se volvió más fuerte al aprender de los otros. Internet supo ganarse un espacio como un medio nuevo diferente y espectacular sin necesidad de destruir al cine, la TV, el video o la fotografía. La televisión es más interactiva, pero cada vez se diferencia más de Internet, el cine puede producirse en formatos digitales, pero sigue contando maravillosas historias que Internet sabe que no puede contar, la gente sigue yendo a lo museos y las galerías a dejarse encantar por la fotografía y la

pintura pues sabe que Internet puede sorprender pero difícilmente embelesar. Y la red se ufana con razón de haber creado maneras de acercarnos como especie a través de las redes sociales, los sistemas de información y otros medios. La convergencia parece ser más bien la habilidad que los creativos y creadores en todos los medios desarrollan para aprender de los otros medios y formatos. En este tema, parece evidente que no es necesario ni pertinente promover o permitir que todos los medios por los que tradicionalmente nos hemos expresado, como la radio, la televisión y el cine, se ajusten a las dinámicas y formatos de Internet: se trata más bien de estar atentos al reacomodo que cada uno de ellos está experimentando en el actual escenario de convergencia. Desde el punto de vista de la cultura, el Ministerio está mucho más interesado en otra forma de convergencia: la convergencia entre los ciudadanos gracias a la mediación de los medios. Sin embargo, el tema de la convergencia sigue apareciendo en los debates sobre la cultura digital y las TIC y es necesario desatar procesos que faciliten la observación social sobre las dinámicas de los medios.

### REGULACIÓN

Ante riesgos como la homogenización cultural, la hegemonía de algunos países y empresas en el flujo de información, o los nuevos delitos y peligros que surgen en la red, ¿deben los Estados regular el flujo de información? ¿Promover ciertos contenidos y vetar otros? ¿Una regulación se debe dejar en manos del mercado o al criterio de los ciudadanos? La tendencia generalizada en los gobiernos es fomentar el uso ‘sano’ de los medios y la detección de nuevos delitos informáticos para incluirlos en la legislación penal.

El Ministerio de Cultura es consciente de que estos puntos críticos forman terrenos en los que todavía se requieren precisiones y cualquier postura definitiva es inaplicable, pues las transformaciones están en pleno auge. Lo que se requiere entonces es una actitud abierta y de permanente reflexión y análisis. Mientras tanto, el Ministerio ha adoptado un principio orientador para todos sus planes y acciones en este campo. Este principio es el de aprovechar y fortalecer los medios de comunicación con la intención de promover los valores democráticos y favorecer la convergencia entre ciudadanos. Es decir, exaltando la expresión de las diversas culturas, el diálogo, la inclusión y el reconocimiento de nuestras distintas maneras de ser.

### HABILIDADES COMUNICATIVAS

Para los ciudadanos, el desarrollo de habilidades de lectoescritura y comunicativas es un código clave de acceso a la modernidad. Pero las habilidades comunicativas pueden ser diferentes e incluso opuestas, según el proyecto social. Es común que se consideren como habilidades comunicativas la recepción de mensajes, la



obediencia, la aparición en medios, o las destrezas técnicas. Un cierto tipo de habilidades es aún más necesaria: la habilidad para establecer relaciones entre íconos y planos (montaje audiovisual), la destreza para leer imágenes en movimiento, las habilidades narrativas y la construcción coherente de discursos... Pero es muy importante además considerar habilidades comunicativas que son determinantes en el fortalecimiento del proyecto democrático: la capacidad de interlocución, la habilidad para argumentar y dejarse convencer, y la capacidad para construir relatos propios y ponerlos a interactuar con los de otros, provocando el surgimiento de nuevos sentidos.

El uso de medios en términos culturales exige desatar procesos de uso, pero también de producción de contenidos en tecnologías diversas.

## MODELO DE GESTIÓN

Frecuentemente se entiende el término cultura digital como el uso de computadores conectados a Internet y el desarrollo por parte de los usuarios de las destrezas técnicas para la navegación. Ese es el modelo usado en Colombia y en el mundo para el fomento del uso de TIC pero, como vimos atrás, estos elementos no necesariamente fomentan una cultura digital. El uso de TIC en cualquier escenario público incrementa su posibilidad de impacto positivo si además de fomentar el uso de las tecnologías busca propiciar la creación de contenidos; es decir, si ponemos en el centro a las personas y a su capacidad de creación, en vez de las máquinas. Desde esa perspectiva, un posible modelo de fomento a la cultura digital en comunidades, instituciones y diversos grupos de ciudadanos exige el desarrollo sincronizado de los siguientes elementos:

1. **Capacitación técnica:** para facilitar la recepción, consumo, uso y apropiación de contenidos.
2. **Formación en comunicaciones:** desarrollo de habilidades, destrezas y conocimientos para la creación de relatos y los mensajes que los usuarios decidan poner a circular o de habilidades, destrezas y conocimientos requeridos para el proyecto de comunicación. La formación incluye tanto las destrezas técnicas en el manejo de los equipos como las habilidades comunicativas y las destrezas narrativas que el proyecto requiere.
3. **Planeación:** claridad en los propósitos comunicativos, pues se deben incluir detalles sobre el papel específico de cada medio y de la tecnología. La intención comunicativa es el verdadero ordenador de todas las otras decisiones: configuración y naturaleza del hardware y el software y la

forma de organización requerida para el éxito del proyecto, así como su posterior financiación.

4. **Gestión:** recursos necesarios para la sostenibilidad del propósito y las formas de ordenamiento de esos recursos. Los recursos no sólo son financieros, sino también involucran al tiempo y el espacio, el saber social, la infraestructura, las patentes, el personal y las formas de organización (formas de relación entre los actores involucrados en los procesos y muy especialmente de los productores de contenidos).
5. **Tecnología:** entendida como la capacidad de la sociedad para resolver problemas usando la mediación de las máquinas. Exige el diseño de la tecnología pertinente de acuerdo con el propósito del proyecto. No sólo se refiere a los computadores, aunque con frecuencia es el tipo de “maquinaria” más usada en cultura digital, pues también incluye tecnología para la creación: escáneres, cámaras, celulares, etc.
6. **Conectividad:** capacidad de mantener relaciones estables con otras personas distantes o con contenidos virtuales alojados en la red. No todo acceso a Internet ofrece la conectividad que los proyectos requieren: el tipo de proyecto de la organización o institución es el que permite definir el perfil de la conectividad requerida. El tipo de conectividad que se requiere para procesos pedagógicos o para subir contenidos con frecuencia es mucho más exigente que la conectividad estándar para el avance de Internet.

El Ministerio de Cultura considera como el más importante de los elementos del modelo y propósito del mismo la capacidad de los ciudadanos para consumir y, en especial, para producir contenidos usando las tecnologías de la comunicación, de manera que los otros componentes están al servicio de esa capacidad y no tienen sentido en sí mismos.

Según la clasificación ya aceptada universalmente, las comunidades (grupos de personas que comparten propósitos y sentidos), que usan medios con frecuencia, pueden atravesar por tres niveles:

1. **Comunidades de resistencia:** aquellas que usan los medios para resistir al Estado, su normatividad e institucionalidad y que normalmente se expresan agresivamente. El proceso de expresión con frecuencia cohesiona internamente a las comunidades fortaleciendo identidades y sentidos compartidos.



2. **Comunidades de proyectos:** usan los medios para propósitos que les beneficien y no solamente para protestar. Con frecuencia este tipo de comunidades proyecta sus sentidos a la sociedad, a otras comunidades, evidenciándolos como maneras propias de hacer o ser y entrando en comunicación con otras identidades que comparten sentidos diversos.
3. **Comunidades de legitimación:** usan los medios para expresarse con fuerza, en clara legitimación de sí mismas dentro de la sociedad, con el propósito de ayudarla a construir, con disposición a interactuar y enriquecerse con otras culturas, sin temor a perder la ‘identidad’ propia.

Mediante la implementación de esta política, el Ministerio de Cultura busca que las diversas comunidades de ciudadanos colombianos usen la tecnología con la lógica de la legitimación.

## CRITERIOS DE OPERACIÓN DESDE EL MINISTERIO DE CULTURA

La política de cultura digital ha ubicado cuatro tipos de procesos según su propósito:

1. **Modernización del Ministerio de Cultura:** proyectos internos, que tienen como objetivo habilitar al Ministerio para proceder con las TIC en la sociedad: dotación del Ministerio y sus entidades, financiación y formación de funcionarios. En este grupo se encuentran los procesos permanentes de dotación tecnológica que coordina el Grupo de Sistemas, el proyecto de Telefonía IP y el mantenimiento a las redes. Entre este grupo de proyectos están las metas relacionadas con la disminución del uso del papel y la modernización en general del Ministerio.

2. **Desarrollo de sistemas de información:** proyectos cuyo propósito consiste en poner a disposición del sector cultural información útil para la toma de decisiones. La esencia de este grupo de proyectos es generar usos sociales de la información mediante las nuevas tecnologías. En todos los casos se usa información técnica densa y no masiva destinada a expertos o trabajadores del sector. En este grupo se encuentran los sistemas de información: el Sistema Interno de Información sobre la Gestión, el SINIC y los sistemas de datos en general.
3. **Difusión masiva e interactiva de la gestión:** proyectos cuyo propósito consiste en difundir información cultural e institucional usando nuevas tecnologías, con el propósito de llegar a amplios sectores de la población. En este grupo de proyectos se encuentra la página web del Ministerio y sus entidades, los micrositiros de proyectos específicos y los contenidos alojados en ellos. La tendencia de este grupo de proyectos es la Web 2.0, que ofrece la posibilidad de subir contenidos dirigidos a gestores culturales y ciudadanos.
4. **Fomento a la cultura digital:** proyectos cuyo propósito es generar la apropiación social de la cultura digital y de la creación a través del uso de nuevas tecnologías entre los ciudadanos y muy especialmente los del sector cultural. No solamente se implementan estos proyectos en comunidades ubicadas en un territorio físico determinado, sino también en grupos del sector cultural (cineastas, artistas, graficadores, realizadores de radio y video, etc.). Es satisfactorio para el Ministerio verificar que existen proyectos en ejecución en distintos campos del arte y la cultura: el Plan Audiovisual Nacional fomenta la creación cinematográfica en comunidades; los Laboratorios LASO estimulan la creación musical por parte de grupos de jóvenes; los laboratorios de creación incluyen el uso de TIC en expresiones artísticas; los Centros de Memoria estimulan el uso de tecnologías para crear contenidos asociados a la memoria de los municipios; los archivos digitales ofrecen usos sociales de la memoria colectiva de la nación y el proyecto específico de fomento a la cultura digital implementa el modelo en comunidades organizadas en distintas regiones del país y entre los creadores de contenidos en medios de comunicación. Este grupo de proyectos busca fomentar el uso de tecnologías digitales que fortalezcan en las comunidades y en la sociedad:

- La participación de los ciudadanos en la decisión de sus propósitos comunicativos.
- La producción de contenidos más allá del consumo.
- El uso de medios articulados a los procesos de desarrollo cultural.
- Las habilidades para adelantar producción y lectura de imágenes en movimiento y de relaciones entre íconos.
- El uso de medios y tecnologías coherentes con los propósitos comunicativos.
- La articulación de uso de medios con proyectos de beneficio para las comunidades (medios para la construcción de lo público).
- Las habilidades narrativas de la población colombiana en diferentes formatos.
- La capacidad de la comunidad para expresar una imagen de sí misma.
- La capacidad para compararse (emotiva y racionalmente) con otros.
- El conocimiento crítico de su historia.
- El uso y la interpretación compartidas del lenguaje, los códigos no verbales, el tiempo y el espacio.
- Los sistemas de valores aceptados socialmente.
- La capacidad narrativa.
- Las destrezas técnicas en el uso de las tecnologías.

En este tipo de procesos el Ministerio de Cultura considera determinante la aplicación de los siguientes principios:

- **Reconocimiento de la diferencia:** no se diseñan intervenciones, planes o proyectos estandarizados a los que deban sujetarse las distintas

comunidades. Cada comunidad tiene necesidades particulares que es necesario conocer y detectar para atenderlas con intervenciones ajustadas a sus requerimientos específicos.

- **Autonomía y autodeterminación:** el Ministerio es sólo un facilitador y acompañante de la comunidad en el logro de sus objetivos. La definición de los propósitos y sentidos de los proyectos siempre deben estar en manos de la propia comunidad.
- **Fomento de la independencia:** todas las acciones deben estar encaminadas a impulsar en la comunidad las herramientas que les permitan hacer sostenibles sus iniciativas sin que sea necesaria la presencia y asistencia permanente del Ministerio.
- **Fomento de la participación:** las acciones deben hacer posible que todos los ciudadanos, sectores y grupos organizados de la sociedad se comprometan y participen en la generación de espacios de participación y convivencia.
- **Inclusión social:** la comunicación debe permitir el acceso de diversas voces y actores al escenario de lo público, la creación y uso de múltiples sistemas de interpretación de las realidades, la construcción del bien común, el estímulo a la aparición de puntos de vista contrastantes y la expresión poderosa de las minorías. La inclusión se debe entender como la construcción de la sociedad desde la diversidad. Este concepto exige pasar del respeto por la diversidad a una valoración positiva de la diferencia, para construir la sociedad con otros.
- **La diversidad como riqueza:** las acciones deben propiciar el reconocimiento y el diálogo intercultural entre los diversos grupos, sectores e instituciones de manera que se reconozca y valore la diversidad y pluralidad de miradas y prácticas en torno a las distintas formas de ser de los colombianos.

## CONCLUSIÓN

La política de cultura digital busca que Colombia pase a convertirse en creadora de contenidos antes que en usufructuaria de la información suministrada. Partiendo del hecho de que habitamos en una nación diversa, los contenidos que surjan de la misma comunidad, y en los que el Ministerio de Cultura será sólo un

facilitador, deberán incrementar entre los ciudadanos su capacidad de identificar al otro y de crecer a partir de la diferencia. Las nuevas tecnologías de la información posibilitan el acceso a la información y a la difusión del talento, y le dan un espacio a la innovación, el fomento de la independencia entre los ciudadanos y la sostenibilidad y visibilidad de sus proyectos o propuestas. Como tecnologías que son, las TIC se encuentran en permanente condición de cambio. Así que antes que regular el medio como tal, el propósito de la política es avanzar en la consolidación de una ciudadanía integrada gracias al uso de este medio, que antes que la dotación tecnológica permita el desarrollo cultural y social y promulgue una cultura digital de manera integral.