



(Re)imaginando la comunicación del siglo 22

Comunicación comunitaria e incidencia en tiempos de IA y *fakenews*

En el actual contexto comunicacional saturado de nuevos canales de difusión, de *influencers* que le disputan el *rating* a los medios tradicionales, de *fakenews* y contenidos generados por IA, y un exagerado nivel de monopolio y control de las TIC digitales:

→ Los medios de comunicación popular, comunitaria o alternativa se postulan, una vez más, como la posible solución: *medios de cercanía que informan de lo cotidiano buscando incidir y mejorar la realidad de sus comunidades.*

Estos medios están experimentando nuevas formas de comunicación participativa, reinventando las clásicas recetas de la comunicación popular. ¿Cómo lo están haciendo?

CORAPE y DW Akademie, junto a la Universidad Javeriana de Colombia, se unen para promover esta iniciativa regional que busca:

- mapear y sistematizar **experiencias novedosas** de comunicación participativa locales y comunitarias **de los territorios**;
- reflexionar colectivamente sobre los **desafíos y retos de la comunicación** y el periodismo en las dos próximas décadas;
- **diseñar estrategias** de sostenibilidad de esas experiencias y formas de replicarse en otros contextos.

Criterios metodológicos del evento

- El Laboratorio se ha pensado como un **espacio creativo para sistematizar experiencias desde los territorios**. Por eso, se evitarán espacios de conferencias o charlas magistrales favoreciendo las **conversaciones entre pares**.
- Al participar medios de comunidades y también de pueblos y nacionalidades, las metodologías y los diálogos estarán **adaptadas a estos contextos multiculturales** para favorecer la participación e **impedir que parte de los participantes acaparen las conversaciones**.
- Las metodologías concretas estarán, por lo tanto, centradas en los participantes y **se terminarán de diseñar una vez que el grupo se defina** y tengamos claro quiénes participarán en el Laboratorio.

Perfiles de las personas participantes

- Que sea “**joven**”, sea lo que signifique eso. Aunque no existe un rango de edad, sí buscamos personas que estén involucradas en las nuevas lógicas de comunicación.
- Que tenga cierta **experiencia en herramientas tecnológicas**, tanto analógicas como digitales, no necesariamente las más populares.
- Que esté involucrada en alguna **experiencia novedosa** de comunicación que su organización esté experimentando.
- Con **liderazgo** y capacidad para aportar a las reflexiones.
- Que se **comprometa** a participar en el proceso previo virtual (no más de cuatro horas mensuales entre enero y febrero) y asistir al evento en Quito.

Temas sobre los que trabajar

Se han perfilado cuatro ejes de reflexión y trabajo para prototipar estrategias para escalarlas y replicarlas en otros lugares:

- **1.-Enfoque político:** marcos reguladores y derecho a la comunicación
- **2.- Enfoque comunicacional/periodístico:** medios + organizaciones: alianzas para incidir desde los territorios
- **3.- Enfoque sociotécnico:** soberanía tecnológica + Inteligencia Artificial + Alfabetización Mediática Informativa
- **4.- Enfoque estratégico:** modelos de sostenibilidad - viabilidad

Todos estos temas estarían atravesados por **ejes transversales** acuciantes en la región como:

- Medio ambiente, extractivismo y cambio climático
- El avance de la ultraderecha y las políticas que amenazan derechos
- Individualismo: desmovilización organizacional y de la sociedad civil

Cronograma

	Oct'25	Nov'25	Dic'25	Ene'25	Feb'25	Mar'25	Futuro
Eta pa 1: preparación general							
Eta pa 2: laboratorio virtual							
Eta pa 3: laboratorio presencial							
Eta pa 4: actividades en el evento de la Juntanza							