

Siguiendo la estrategia del Ministerio de Cultura de discutir sus distintas política culturales con los ciudadanos colombianos, el pasado 12 de mayo la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura puso a consideración de expertos su documento de Política de Cultura Digital en el marco del Primer encuentro de **Bibliotecas en Tecnologías de la Información y Comunicación -Bibliotic**. A esta mesa de discusión asistió July Sandoval en nombre del equipo de trabajo del Programa de Masificación de TIC de la ETB. A continuación presentamos las recomendaciones hechas por este equipo al documento de Política de Cultura Digital.

1. Aunque el carácter tecnológico se defina como un componente de la política y no como el centro de la misma, es imposible lograr el éxito de esta estrategia sin enseñar a utilizar los nuevos medios de información y comunicación a la comunidad. Es necesario abordar la política con los Ministerios de Educación y de Comunicaciones también.
2. El concepto de cultura digital propuesto en el texto debe modificarse, pues allí si parece que el componente tecnológico es lo más importante. Mencionamos uno que puede aportar a esa discusión: (MARÍA PÉREZ- Instituto Universitario de Comunicación Digital/Madrid): *La cultura digital se identifica con el conjunto de relaciones de producción, circulación y consumo de significados en la vida social, señalada por un contexto socialmente dinámico en el que soportes, contenidos, agentes y usos negocian permanentemente relaciones de sentido que pueden nunca darse por acabadas.*
3. Se debe proyectar el fin que se persigue con el fomento de la cultura digital. Si son fines documentales o se busca el uso de esta información para estrategias en el ámbito educativo, investigativo.
4. SINIC es una herramienta que necesita mayor difusión, pues si bien el enlace se encuentra presente en las páginas de las entidades territoriales, su contenido debería armonizarse con otras entidades y estrategias del sector central como el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Fondo de Promoción Turística, Colombia es Pasión y Proexport.
5. La producción cultural tiene desafíos que el Ministerio debe contemplar, y que están relacionados con necesidad de recursos a universidades, secretarías,

colegios, que permitan la investigación, interpretación, creación, y digitalización de contenidos culturales.

6. Siendo el centro de la Política *“el consumo y la producción de contenidos”*, se entiende que en el aspecto de consumo, las entidades territoriales tienen infraestructura insuficiente para aprovechar esta iniciativa (cines, computadores, televisores).
7. Se deben convocar las industrias culturales que son quienes explotan derechos patrimoniales de obras protegidas por derecho de autor y derechos conexos. Todos ellos han desarrollado contenidos que pueden incluirse dentro de la estrategia.
8. Estrategias como la de exposiciones virtuales del Museo Nacional deberían apoyarse en otros museos, y aprovechar plataformas como la nuestra para darle uso a estos esfuerzos de digitalización.
9. La política de cultura digital también debe fortalecer la actividad que ejercen las secretarías y las instituciones encargadas de la cultura en departamentos y municipios, por medio de capacitaciones y estrategias que les permitan difundir el alcance de esta política y apropiar los recursos que se necesitan para su implementación.
10. Las entidades territoriales se deben comprometer con recursos para esta política, pues de lo contrario se hace insostenible, pues la cultura es un tema de las entidades territoriales desde la Constitución.

Las TIC se convierten en un medio que puede acercar nuevas generaciones a reconocer y reconstruir su cultura a través de medios no convencionales, que resultan más atractivos para aquellos que perciben lo cultural como algo distante, del pasado, ajeno a su modo de vida.