



Agenda social sobre el derecho a la comunicación

Documento de trabajo



PLANETA PAZ

Sectores Sociales Populares
para la Paz en Colombia



MINISTERIO DE CULTURA

Agenda social sobre el derecho a la comunicación

DOCUMENTO DE TRABAJO

 MINISTERIO DE CULTURA

 **COMUNICACIÓN**
COMISIÓN NACIONAL
POR EL DERECHO
A LA
COMUNICACIÓN


PLANETA PAZ
Sectores Sociales Populares
para la Paz en Colombia

¿ES COMUNICACIÓN LO QUE CORRE POR NUESTRO PAÍS?

Cuando se trabaja en el mundo de la comunicación y la información, y se vive en un país duramente afectado por los conflictos sociales y políticos, es inevitable apostarle a la comunicación como un campo de acción para la solución dialogada de las diferencias. Si en el entorno familiar, institucional, organizativo, mediático y en las relaciones entre el Estado y la sociedad civil se consolidara la comunicación como eje estructurante, surgirían posibilidades para un futuro distinto.

Ubicar la comunicación al servicio de la promoción del debate, del intercambio de ideas, culturas, maneras de ser y de comprender la realidad, y en favor de la negociación de las diferencias en todos los ámbitos de la vida, es el horizonte de sentido de esta agenda social en comunicación.

Desde esta perspectiva, la comunicación es una necesidad urgente, y un derecho que todas y todos debemos exigir.

La Campaña CRIS, o Campaña por el derecho a la Comunicación, es un proceso de movilización social que se pregunta por el tipo de comunicación que tenemos en nuestro entorno. Está integrada por personas de todas las regiones y de diferentes sectores sociales, reunidas en torno a una reflexión:

¿Es comunicación lo que corre por nuestro país?

En esta búsqueda, los representantes de la sociedad civil que conforman la Campaña se orientan a hacer su aporte para la transformación de prácticas comunicativas excluyentes, incidir en la construcción de políticas públicas relacionadas con comunicación y cultura, fortalecer las redes de organizaciones y personas comprometidas con el ejercicio de una comunicación incluyente y democrática, así como ser parte de los debates de

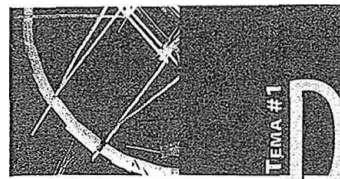
AGENDA SOCIAL SOBRE EL DERECHO
A LA COMUNICACIÓN
Documento de trabajo

Una publicación del Proyecto PLANETA PAZ

Programación concertada con el MINISTERIO DE CULTURA

Bogotá, D.C., noviembre de 2003

Diseño: RICARDO ALONSO C.



Democratización

la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información que organiza Naciones Unidas.

La agenda social en comunicación que aquí se presenta es el fruto de encuentros, discusiones e intercambios generados en el proceso desarrollado por el sector de Comunicación de Planeta Paz; en la interlocución de las comunidades con el Estado; así como en otros espacios que se han abierto en el país para pensar la comunicación.

Se ha generado la reflexión alrededor de ocho temas sobre el estado de la comunicación en el país:

- Democratización de la comunicación
- Medios ciudadanos y comunitarios
- Control social
- Comunicación, cultura y diversidad
- Comunicación como derecho
- Comunicación, conflicto y paz
- Comunicación, globalización y poder
- Tecnologías de información y comunicación

De cada tema se hace una breve presentación, y luego se presentan diversas propuestas que las comunidades plantean a las instituciones del sector público y del sector privado, así como a la Academia. Finalmente, aparecen las líneas de acción que diferentes sectores sociales definen para su propia intervención en la construcción de país desde la comunicación.

Presentamos esta agenda social como material de trabajo para ser discutida, enriquecida, ampliada y contextualizada en cada localidad. Esta es una contribución más para dinamizar el movimiento social en torno a la comunicación y la cultura en Colombia, así como para entrar en diálogo con movimientos sociales de otras partes del mundo.

CUANDO EN UNA SOCIEDAD SE ASUME COMO COSTUMBRE Y VALOR

FUNDAMENTAL

TENER PRÁCTICAS

DE COMUNICACIÓN

ENTRE SUS

MIEMBROS COMO

PARTE INTEGRAL DE SU VIDA; CUANDO EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS SE HACE FRECUENTE EL DIÁLOGO ENTRE MAESTROS Y ALUMNOS,

de la

comunicación

CUANDO EN LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS HAY ESPACIOS Y CANALES PARA "PONERSE DE ACUERDO" FRENTE A LAS PEQUEÑAS Y GRANDES DECISIONES, SE PUEDE DECIR QUE HAY UNA BUENA BASE PARA LA DEMOCRACIA.

La democracia no es sólo un sistema. Es el ejercicio cotidiano de contar con los otros, de argumentar y producir acuerdos. ¿Cómo puede haber representación en la democracia si no hay comunicación entre los representantes y los representados? ¿Qué pasa con un país en el que no se discute, no se presentan puntos de vista distintos?

En nuestra sociedad se encuentran grandes vacíos en la comunicación. En primer lugar, al interior de las organizaciones, en las que generalmente hace falta establecer más canales de participación y de comunicación.

En segundo lugar, existe casi una

incomunicación total en el país, entre los movimientos sociales, que conforman la mayoría de la población, y los sectores que dirigen la economía, la política y el poder. Vivimos en una democracia representativa, pero estamos desconectados y sin mecanismos de interlocución cuando las iniciativas de quienes nos representan no coinciden con los intereses de los sectores populares. Cuando las divergencias son consideradas como terrorismo y no como aporte a la construcción de un país desde la diversidad.

En tercera instancia, es fundamental pensar en el acceso equitativo de las comunidades a la información y a la comunicación. Un acceso que trascienda el uso de tecnologías, y que atienda la problemática política y social que ha creado barreras de exclusión a la diferencia cultural, étnica y de opinión.

Una nación con una comunicación democrática es aquella que trabaja por construir una fuerte opinión pública. Que genera escenarios públicos para desarrollar de manera legítima los temas que son de

Propuestas:

interés común. Es una nación conciente de que la comunicación es un servicio público y, por lo tanto, pone sus canales de comunicación al servicio de la construcción de ciudadanía. Tiene un espíritu de búsqueda por la multiplicidad de intereses y la pluralidad de opiniones, hace evidente la expresión de las minorías, así como de la oposición.

El Estado tiene el deber de hacer de conocimiento general todo lo relacionado con los procesos públicos, de equilibrar los intereses privados y de no tomar partido por ninguno de ellos. Le corresponde garantizar el bien común.

Sin embargo, vemos cómo en el país la información se concentra cada vez en menos manos, como se refleja en el hecho de tener solamente un diario de circulación nacional. En los medios de comunicación predomina el discurso de los grupos económicos y políticos que ejercen el poder, y se cierran las puertas a otras corrientes de pensamiento, a otras maneras de entender los conflictos sociales, a otras fuentes. El mundo popular aparece por allí cuando genera crónica o noticia, pero no como fuente de opinión.

El derecho a pensar distinto es una garantía que se hace preciso reivindicar en Colombia.

- Generación de un proceso de construcción de un *Código de Ética* nacional para los medios de comunicación, por parte del Ministerio de Comunicaciones en concertación con el Ministerio de Cultura, los medios de comunicación, los operadores de telecomunicaciones, la Defensoría del Pueblo, las asociaciones de usuarios de medios, y los observatorios de medios.
- Desarrollo legal de la cláusula de conciencia establecida en el artículo 73 de la Constitución para fortalecer la posición del periodista en el interior de la empresa periodística.
- Presentación de un proyecto de ley estatutaria que desarrolle el artículo 20 de la Constitución y que proteja a los corresponsales regionales, en su vulnerabilidad frente a los actores armados.
- Fomento en los niveles familiar, institucional, escolar y comunitario de procesos participativos que admitan la controversia dentro del mayor respeto a la libertad de pensamiento.
- Toda la gestión estatal tiene que estar abierta y visible a la sociedad para que esta pueda opinar, participar y hacer veeduría.
- Fomento de la concertación con la comunidad de las políticas y acuerdos regionales, nacionales e internacionales (como el caso del ALCA), en todos los niveles de decisión.
- Veeduría a la gestión pública a nivel local, regional y nacional por parte de los medios de comunicación masivos y comunitarios.
- Sanción pública por parte del Estado al incumplimiento de las normas establecidas para los medios de comunicación.
- Adopción de medidas que garanticen abrir espacios de debate en horarios de alta audiencia en los canales, por parte de la Comisión Nacional de Televisión.

Líneas de acción:

- Participar de las convocatorias del Ministerio de Comunicaciones para que en cada municipio de Colombia haya una emisora comunitaria administrada por organizaciones sociales.

Generar medios comunitarios tanto de prensa, radio, televisión e internet que garanticen el flujo de la diversidad de opiniones.

Fortalecer los medios comunitarios existentes con propuestas más consolidadas de comunicación y mayor apropiación de las comunidades.

- Presionar a las diferentes instancias del Estado para la creación de niveles de discusión y debate de los asuntos públicos a nivel local, regional y nacional, y participar activamente en ellos.
- Impulsar y participar en la elaboración del *Código de Ética* nacional para los medios de comunicación para posicionar las necesidades y propuestas de los sectores sociales en esta materia como su acceso a los medios, la visibilidad de sus iniciativas, la forma en que quieren ser nombrados, entre otras.
- Generar una Constituyente de Comunicación, que promueva un debate nacional acerca del derecho a la comunicación y el estado de implementación en el país.
- Fortalecer las agremiaciones de periodistas para que tengan condiciones laborales y profesionales apropiadas de manera que puedan ejercer un periodismo democrático y abierto que contraste fuentes y presente diferentes puntos de vista sobre la realidad.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CIUDADANOS Y COMUNITARIOS SON

ESPACIOS PARA

PROMOVER INTER-

LOCUCIÓN TANTO

AL INTERIOR DE

LAS COMUNIDADES

ciudadanos

COMO HACIA FUERA DE ELLAS. PERMITEN PONER EN RELACIÓN A TODA LA LOCALIDAD Y TIENEN LA VENTAJA DE TENER, EN MUCHOS CASOS, MA-

Los proyectos comunicativos de estos medios, que se encuentran expresados en los manuales de estilo, tienen un aspecto fundamental: la participación de la

y comunitarios

YOR CREDIBILIDAD Y LEGITIMIDAD POR SUS CONTENIDOS Y LENGUAJE, CERCANOS A LA GENTE. AÚN CUANDO HAY DIVERSAS MODALIDADES DE

PROPIEDAD, PARTICIPACIÓN, PROGRAMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO, TODOS ELLOS TIENEN ALGO EN COMÚN: SU FUNCIÓN SOCIAL.

EN COMÚN: SU FUNCIÓN SOCIAL.

comunidad. Esta puede darse de diversas maneras: en su propiedad, en la producción, en las juntas de

programación, constituyéndose en audiencias activas, entre otras formas. Es el proyecto comunicativo que sustenta estos medios el que debe proponer los mecanismos de participación. Los proyectos comunicativos son el resultado de los consensos y necesidades comunicativas, características culturales y formas organizativas de las comunidades. Deben ser elaborados con la comunidad, deben hacerse públicos y ser ampliamente difundidos para que sean conocidos y avalados por las localidades, y para que los mismos grupos sociales se conviertan en veedores de su cumplimiento. Hay sostenibilidad social cuando la comunidad ha asumido el medio de comunicación como suyo.

Los proyectos comunicativos deben estar orientados también a hacer de los medios organizaciones sociales estables y autosostenibles, que tengan respaldo y credibilidad en el sector financiero para poder acceder a créditos y a que las compañías aseguradoras expidan las pólizas de garantía que se exige a las emisoras comunitarias.

La mayoría de estos medios de comunicación están ubicados en zonas de conflicto armado. El conflicto enmudece y el silencio es la muerte de la democracia. Por eso, ellos son la posibilidad de darle un respiro al miedo y el aislamiento. Al mismo tiempo, el hecho de estar al frente de un medio que llega a muchos, los convierte en blanco de las presiones por parte de los actores armados y de los grupos de poder.

Por la función social que cumplen los medios ciudadanos y comunitarios, deben ser considerados de manera especial por parte de medios privados, congresistas y todos aquellos que definen políticas públicas en comunicación y cultura.

Propuestas:

- Acceso a internet para los medios comunitarios y ciudadanos a través de la asignación de computadores y conexiones adecuadas, o destinando un tiempo específico para el uso de los equipos del programa Computadores para Educar, por parte del Ministerio de Comunicaciones.
- Acceso a enlaces satelitales por parte del Ministerio de Comunicaciones para las emisoras comunitarias.
- Asistencia técnica permanente para todos los medios por parte del Ministerio de Comunicaciones.
- Ubicación de los sistemas de transmisión dentro del perímetro urbano, por la situación de orden público y presiones de los grupos armados, o garantía de la seguridad del personal y de los equipos.
- Apoyo a la gestión de créditos de los medios comunitarios para renovar equipos y adquirir tecnología adecuada, entre otros, por parte del Ministerio de Comunicaciones.
- Disminución de las obligaciones tributarias para los medios comunitarios.
- Autorización de operar radios comunitarias en las ciudades por parte del Ministerio de Comunicaciones.
- Consulta y concertación con los grupos étnicos y raciales de las soluciones comunicativas que ofrece el Gobierno, considerando las necesidades, culturas, realidades y proyectos de vida de estas comunidades.
- Capacitación a los medios ciudadanos y comunitarios en materia de la legislación que los cubre, mecanismos de participación a los que tienen derecho, mantenimiento técnico, manejo administrativo, financiero, organizacional y de internet, programas de edición, normas que rigen los derechos de autor, así como de los trámites para los recaudos por este concepto, entre otros, parte del Ministerio de Comunicaciones, de Cultura y de la Comisión Nacional de Televisión.

Líneas de acción:

- Apoyo a los medios comunitarios mediante la publicación de campañas institucionales y pautas, por parte de las diferentes dependencias estatales.
 - Inclusión del tema de la comunicación y apoyo a los medios ciudadanos y comunitarios en los planes de desarrollo locales y regionales.
 - Respaldo de las casas de la cultura a los medios comunitarios y ciudadanos.
 - Inclusión de los medios ciudadanos y comunitarios en la discusión de cualquier política pública relacionada con comunicación y cultura.
 - Coordinación y articulación entre las diferentes entidades del Estado relacionadas con los medios ciudadanos y comunitarios para ser más eficientes.
 - Incorporación de los medios ciudadanos y comunitarios en la legislación como instituciones de economía solidaria.
 - Apropiación de los medios ciudadanos y comunitarios por parte de las comunidades, participando en la producción, juntas de programación, y en su defensa como espacios locales de democracia y expresión comunitaria.
 - Fiscalización y control social a los medios ciudadanos y comunitarios a través de organizaciones veedoras o ligas de usuarios.
 - Seguimiento y control del manejo de los recursos públicos a través de los medios ciudadanos y comunitarios.
 - Concertación de tarifas adecuadas a la función social de los medios ciudadanos y comunitarios para el pago de los derechos de autor por parte de Sayco y Acinpro.
 - Diagnóstico de los medios ciudadanos y comunitarios en Colombia, por parte de facultades de comunicación.
 - Investigación en el área técnica y tecnológica para el mejoramiento de los medios ciudadanos y comunitarios por parte de facultades de comunicación.
 - Realizar acuerdos con comunidades para formación en capacitación.
 - Crear consejos locales y regionales de medios de comunicación comunitarios y fortalecer las redes y agremiaciones existentes.
 - Discutir la viabilidad y oportunidad de crear asociaciones nacionales.
 - La o las asociaciones que se creen deberían diseñar estrategias de acompañamiento a los medios asociados para fortalecerlos y garantizar que cumplan con su función.
 - Deberían ser transparentes en los recursos que se consigan y construir colectivamente los planes de trabajo y las propuestas que se vayan a adelantar.
 - Debería haber unos criterios claros de representación para que las localidades, regiones y los diferentes tipos de medios se sientan participantes activos.
 - Se debería hacer veeduría a las asociaciones que se creen.
 - Se debería reiterar entre los asociados que la asociación facilita la organización, pero no sustituye la opinión y las voces de las redes locales.
 - Gestionar procesos de capacitación con universidades, ONG, y ministerios de Comunicaciones, Cultura y Educación, entre otros.
 - Gestionar la destinación y ejecución de rubros de los presupuestos municipales y departamentales a proyectos de comunicación comunitaria.
 - Programar una audiencia pública a través de la televisión nacional para debatir la normatividad que rige la televisión comunitaria con la presencia de los ministerios de Comunicaciones, Cultura, la CNTV, los canales comunitarios, ONG, sociedad civil y diversos actores políticos.
 - Promover la conformación de veedurías y ligas de usuarios de medios que fiscalicen y hagan control social a los medios ciudadanos y comunitarios.
 - Involucrar a las comunidades en la elaboración de los manuales de estilo.
 - Desarrollar estrategias de promoción de los medios ciudadanos y comunitarios en las comunidades sobre sus propósitos, funcionamiento y formas de participación a través de campañas públicas, u otros mecanismos.
 - Realizar un debate que clarifique las diferentes posiciones sobre el tema de la necesidad de tener una ley que regule las radios comunitarias, y según las conclusiones generar la actividad de cabildeo tanto frente al Congreso como a la sociedad para que entienda y se apropie de la propuesta.
- Generar un debate sobre el tipo de programación de las radios y canales de televisión ciudadanos y comunitarios que permita evidenciar el tipo de país que se está comunicando por estos medios y hacer propuestas para que sus programaciones sean más incluyentes y respondan a los intereses de diferentes grupos sociales.

EN MEDIO DE LA GRAN CON-
TROVERSA QUE GENERA EL
PAPEL QUE
EJERCEN
LOS MEDIOS
DE COMU-
NICACIÓN

social

FRENTE A LA CONSTRUCCIÓN DE PAÍS Y A LA RE-
CONCILIACIÓN, SURGE TAMBIÉN LA INQUIETUD
SOBRE QUIÉNES SON LOS ACTORES Y LOS PODE-
RES EN EL PROCESO INFORMATIVO.

Es en la estrecha relación entre los grupos económicos y los medios masivos de comunicación donde se tergiversa la función que estos últimos tienen de generar opinión pública en forma responsable para construir ciudadanía, y se crea el panorama que vivimos actualmente, de tener, a cambio, máquinas productoras de consumidores. Y es precisamente este actor del proceso, el receptor, quien hace posible que funcione el juego del poder económico a través de los medios. Es su consumo lo que alimenta la producción. En este sentido, es realmente la audiencia quien decide qué tipo de programación tenemos. Muy distinta es la dinámica de la información, la educación y el entretenimiento cuando los ciudadanos tienen una posición crítica y toman acciones que defienden sus opiniones frente a los medios de comunicación.

El artículo 20 de nuestra Constitución otorga a la sociedad el derecho a ser informada y, por tanto, habilita al ciudadano para ejercer veeduría sobre los generadores de información, educación y entretenimiento. Si las instituciones creadas para producir políticas públicas, si los medios de comunicación masivos, e incluso los comunitarios, sintieran la presencia de una sociedad organizada, se exigiría mayor responsabilidad, se ampliaría el espectro de representación simbólica en el país, y se concertarían las políticas sobre la materia.

Como lugares privilegiados para que las audiencias participen activamente en el debate público y ejerzan su derecho a la comunicación están las ligas y asociaciones de usuarios, y los observatorios de medios. Aunque en Colombia no ha habido una costumbre de presencia activa de ligas o asociaciones fuertes, que participen en las discusiones no solamente a la hora de la elección del los comisionados de la Comisión Nacional de Televisión, es el momento de apoyar a aquellas cuyos intereses no son politiqueros, y de crear nuevas que agrupen intereses legítimos de sectores sociales. Por otro lado, es también el momento y la oportunidad para que los observatorios de medios que existen en algunas universidades, y otros que están surgiendo desde organizaciones no gubernamentales y sociales se unan y se fortalezcan para hacer un seguimiento riguroso al tratamiento de los temas por parte de los medios de comunicación.

Por otro lado, en los últimos años se ha ido creando en algunos medios de comunicación la figura de la "defensoría", sea del lector, del televidente o del radiooyente. Si bien hay un debate en el mundo acerca de quién debe financiar a los "Defensores", es claro que éstos deben ser independientes a los medios, de manera que sean legítimos defensores de las audiencias, y no de los medios mismos. Esa legitimidad también se pone en cuestión cuando estos espacios son ubicados en los horarios de menor audiencia, como en la televisión, bordeando la medianoche. La labor de los Defensores, en su calidad de representantes de la ciudadanía, debe ir más allá de la respuesta a la reacción de su público. Ellos deben garantizar los derechos de la audiencia, atender sus reclamos, y vigilar que el tratamiento de los textos, titulares y material gráfico esté acorde con las reglas éticas y profesionales del periodismo. Deben verificar que se confronten fuentes y se le dé el tratamiento adecuado a la información. Que, como generadores de opinión pública, tengan amplios criterios de inclusión, y se rijan por alta exigencia en el manejo de los informativos.

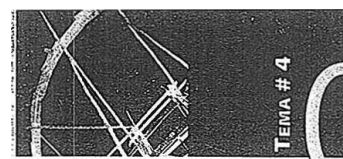
La estimulación de audiencias activas, participativas, críticas y propositivas lograría la exigencia a los medios de comunicación del ejercicio de su función social ceñido a los cánones de la ética, y al Estado el cumplimiento a cabalidad de su papel de regulador.

Propuestas:

- Construcción colectiva, animada por el Estado, de un Código de Ética nacional para los medios de comunicación. Éste debe ser concertado entre el Ministerio de Comunicaciones, de Cultura, sectores sociales, medios de comunicación, entes estatales reguladores de la comunicación, asociaciones de usuarios de medios, operarios de las telecomunicaciones y la Defensoría del Pueblo.
- Cumplimiento por parte de los medios de comunicación del Código de Ética.
- Veeduría por parte de los observatorios de medios, de las asociaciones de usuarios y de la sociedad en general del cumplimiento del Código de Ética. Éstos están llamados a imponer una sanción moral a los medios en caso de su incumplimiento.
- Inclusión de los sectores sociales en toda discusión y definición de políticas públicas relacionadas con comunicación y cultura.
- Creación de eventos públicos donde se discuta el papel de las audiencias en la generación de iniciativas para mejorar la calidad de la comunicación y la información en el país por parte de las facultades de Comunicación Social.
- Promoción por parte de la Defensoría del Pueblo de la figura del Defensor del lector, radioyente y televidente en todos los medios de comunicación.
- Ubicación de los espacios de Defensores de radioyentes y televidentes en horarios de alta audiencia.
- Revisión legal de las condiciones en que los medios de comunicación rectifican, y redefinición de la rectificación para que de manera efectiva se garantice el derecho a la honra y al buen nombre.

Líneas de acción:

- Crear asociaciones de usuarios de medios de comunicación, reconocidas por el Estado, que generen espacios de encuentro dentro de la comunidad, y sirvan de interlocutores de las audiencias con los medios, las entidades gubernamentales, los periodistas, los libretistas y los actores.
 - Generar intercambio de experiencias entre las asociaciones de usuarios y quienes hacen las veces de defensores en los medios.
 - Utilizar ampliamente los espacios de Defensores de lectores, radioyentes y televidentes, así como los espacios para cartas de los lectores y otros mecanismos que han creado los medios para el ejercicio de veeduría y control.
 - Demandar espacios de alta visibilidad para los Defensores de las audiencias.
 - Exigir a los medios de comunicación la debida rectificación y realizar cabildeo ante el Congreso de la República para la revisión de las condiciones del derecho a la rectificación.
 - Generar campañas de movilización social del estilo de "El 23 de octubre, apague la tele prenda la vida", y acciones de resistencia como el cambio de canal, en las que se incida sobre el consumo y el "rating", y se genere una reflexión en torno a lo que las audiencias esperan de los medios.
 - Buscar acercamientos con el Congreso de la República, el Gobierno Nacional y otras instancias que definan temas relacionados con la comunicación, con el fin de tener una representación de la sociedad civil en las decisiones, acciones, procesos y políticas sobre el tema.
- Capacitar audiencias en recepción crítica de medios y en producción de mensajes.
- Crear una red entre observatorios de medios desde las universidades, las organizaciones sociales y las ONG, que permita hacer una veeduría y seguimiento al tratamiento de la información con mayor contundencia.



Comunicación

AUNQUE COLOMBIA ES UNA
NACIÓN CONSTITUIDA POR DI-
FERENTES ETNIAS
Y RAZAS, Y A PESAR
DE LA EXISTENCIA
DE GRANDES SEC-
TORES SOCIALES

cultura

QUE RECLAMAN SER CONSIDERADOS DESDE LA
DIVERSIDAD: DE CULTOS, DE GÉNERO, DE OPCIO-
NES SEXUALES, ENTRE OTROS, LAS RELACIONES

y diversidad

COTIDIANAS Y LAS DECISIONES POLÍTICAS EN EL
PAÍS PARECEN REFLEJAR UNA SOLA CULTURA HO-
MOGÉNEA.

Gracias a las luchas de las mujeres se ha logrado
abrir una ventana al reconocimiento del género,
mas estamos aún lejos de pensarnos en equidad.

Rara vez se tocan temas como el ritual de la coca
entre los indígenas, el derecho al territorio de los
afrocolombianos, las candidaturas de mujeres a
cargos públicos o la ley de parejas del mismo sexo,
tanto en las Corporaciones del Estado, como en
los medios de comunicación y en la calle. Es
evidente que nos pensamos como pertenecientes a
una cultura exclusiva y excluyente. Nuestro verbo
(o nuestra conciencia) no ha asimilado que existe
la diversidad, y que ello implica reconocimiento de
la diferencia, y respeto hacia ella. Se cree que todos
somos iguales, y por eso se regula desde los
estándares de la cultura que está en el poder.

Los valores que las sociedades reproducen en los
medios de comunicación perpetúan estereotipos de
exclusión y discriminación. Las comunidades

indígenas, las
poblaciones
afrocolombianas, las
personas con opción
sexual distinta, el
campesinado, los

jóvenes, entre otros sectores, reclaman hacer una
entrada digna al universo del lenguaje de los
colombianos. Dejar atrás el desconocimiento y la
difamación e iniciar una nueva era, de verdadera
comunicación social, en la que los grupos
poblacionales entren en una relación de respeto y
valoración hacia el otro.

La identidad de una nación se construye a partir de
múltiples procesos e identidades culturales.

¿Cómo garantizar que la información refleje la
diversidad cultural, étnica, regional e ideológica en un
mundo cada vez más globalizado?

Propuestas:

- Inclusión de un capítulo sobre grupos poblacionales específicos en el *Código de ética para medios de comunicación*, que garantice la representatividad de los sectores sociales populares y las poblaciones minoritarias en el escenario informativo.

- Iniciativas del Ministerio de Cultura para dar a conocer los grupos poblacionales diversos, su cultura y su calidad de vida.

Participación de los sectores sociales en la definición de políticas públicas de comunicación y cultura.

- Fomento y divulgación de la producción comunicativa de grupos poblacionales específicos por parte del Ministerio de Comunicaciones.

- Que los defensores de usuarios de medios de comunicación realicen una evaluación de la participación y el tipo de información que de los sectores sociales se presentan en los medios.

- Creación de canales de diálogo entre directores de informativos y responsables editoriales con sectores sociales populares, por parte de la defensoría de los usuarios en los medios de comunicación.

- Atención por parte del Ministerio de Comunicaciones a las necesidades específicas de cada grupo poblacional.

Líneas de acción:

- Generar procesos al interior de los sectores para identificar necesidades comunicativas y proponer estrategias, tanto hacia el interior del sector, como hacia los medios masivos.

- Promover debates públicos, como foros y cine clubes, en los que se cuestione el discurso homogenizante y la exclusión de los sectores sociales marginados.

- Producir medios y mensajes independientes.

Aliarse con pares a nivel internacional y participar activamente en las acciones globales de los movimientos sociales.

- Utilizar las tecnologías de información y comunicación para difundir las realidades y propuestas locales.

- Elaborar un manual de estilo desde el sector de lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas (LGBT), para que los periodistas conozcan cómo nombrarlos, qué imagen difundir de ellos y cómo tratar sus temas.

- Desarrollar una escuela de formación en comunicación para los sectores sociales populares.

Comunicación

LA COMUNICACIÓN ES PARTE ESENCIAL DE LA DIGNIDAD HUMANA, Y

COMO TAL ESTÁ EN

LA BASE DE LOS DEMÁS DERECHOS

Y DEBE SER GARANTIZADO POR

LOS ESTADOS. COMPRENDE DERECHOS CONTENIDOS EN INSTRUMENTOS INTERNACIONALES COMO LA CONVENCION AMERICANA DE DERE-

como

derecho

CHOS HUMANOS Y EL PACTO DE NACIONES UNIDAS SOBRE DERECHOS CIVILES Y POLITICOS,

TALES COMO EL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESION, LA INFORMACION, LA VERDAD Y EL DERECHO DE RECTIFICACION O RESPUESTA, ENTRE OTROS.

Como actores, el Estado y los entes privados son responsables frente a los ciudadanos por el derecho a la comunicación. Es deber del Estado reconocer, respetar, defender y proteger los derechos de todos los ciudadanos. Las empresas privadas como los medios de comunicación y los operadores de telecomunicaciones, deberán respetar el derecho a la comunicación y responder a la sociedad por su adecuada prestación. Tanto empresas como Estado están administrando un bien público.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos protege el derecho "a la libertad de opinión y expresión". Incluye además el derecho "de no

ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin

limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

De esta manera, la comunicación reúne un grupo de derechos relacionados, que comprendidos en su globalidad tienen un mayor alcance a simplemente sumarlos. Es entendida como un proceso de doble vía que incluye tanto el derecho a informar como a estar informado. Contiene también el derecho de las culturas, que resalta nuevos aspectos de este derecho y lo enriquece. Igualmente, permite una mejor comprensión de la necesidad de garantizar la presencia de diferentes lenguajes en los medios masivos, y de garantizar la representación adecuada de diferentes sectores sociales.

Junto con los derechos contenidos de manera expresa en el artículo 19, se pueden trabajar otros derechos que aunque no estén explícitos, se derivan de ese derecho ya reconocido. Lo anterior les otorga mayor fuerza y oportunidad de ser considerados por parte de quienes elaboran políticas, de las Cortes y otras

instancias de decisión tanto a nivel nacional como internacional.

En Colombia hay un reconocimiento expreso de temas como la libre circulación de información, la libertad de expresión, la libertad de prensa, el pluralismo y la independencia de los medios masivos de comunicación en la Constitución Política, en las normas y en la jurisprudencia.

Por otro lado, entender la comunicación como derecho le brinda a los diferentes sectores sociales y comunidades la oportunidad de trabajar para su implementación y pleno ejercicio. Así, generar movimiento social en torno a su exigibilidad es una urgencia, y una posibilidad que construye a su vez tejido social y mayores oportunidades para el ejercicio democrático de la participación.

Propuestas:

- Realización de una campaña de difusión pública y diseño de una estrategia pedagógica que explique a la ciudadanía su derecho a la comunicación, los derechos que lo contemplan y los mecanismos para su exigencia, por parte del Ministerio de Comunicaciones y la Comisión Nacional de Televisión.
- Desarrollo del derecho a la comunicación, difusión de sus alcances entre la ciudadanía en todo el país y defensa de ese derecho, por parte de la Defensoría del Pueblo.
- El Estado debe consultar la opinión de las comunidades a la hora de la definición de políticas públicas en comunicación y cultura, y debe garantizar que esas opiniones y propuestas sean consideradas de manera efectiva.
- Educación a la comunidad en torno a los temas del derecho a la comunicación, y difusión de los debates en torno a la Sociedad de la Información y el Conocimiento, por parte del Ministerio de Comunicaciones.
- Creación de un *Grupo de trabajo interinstitucional sobre el derecho a la comunicación* por parte del Ministerio de Comunicaciones, con el fin de hacer seguimiento y evaluación del estado del derecho en Colombia, con miras a elaborar un informe para ser presentado en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en Túnez 2005.
- Establecer, por parte de los canales de televisión, un espacio en horario triple A a las defensorías de los televidentes.
- Que cada medio escrito y radial tenga un defensor de los lectores y oyentes.
- Que cada operador de telecomunicaciones tenga un defensor de los usuarios para defender su derecho a la comunicación.
- Que la academia y la Defensoría del Pueblo estudien la viabilidad de la presentación de un proyecto de ley marco sobre la comunicación que garantice el pleno ejercicio del derecho para todas las personas.

Líneas de acción:

- Hacer un diagnóstico que permita evaluar el tipo de violaciones al derecho a la comunicación en Colombia.
- Buscar acercamientos para debatir sobre el derecho a la comunicación en Colombia y su implementación, con el Ministerio de Comunicaciones, de Cultura, la Comisión Nacional de Televisión, la Defensoría del Pueblo, los medios de comunicación nacionales y regionales, los operadores de telecomunicaciones, y cualquier otra entidad relacionada con el tema.
- Trabajar para comprometer al Ministerio de Comunicaciones para que cree, promueva y desarrolle el *Grupo de trabajo interinstitucional sobre el derecho a la comunicación* y participar activamente en él.
- Hacer cabildeo para que las propuestas de las comunidades sobre la ley marco de comunicaciones queden expresadas en el proyecto de ley, y participar en el proceso legislativo.
- Participar en los debates regionales, nacionales e internacionales sobre el derecho a la comunicación.
- Utilizar los mecanismos de defensorías de usuarios de medios y servicios de telecomunicaciones presentando reclamos y propuestas.

Comunicación

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

EN COLOMBIA SE EJERCE EN MEDIO

DE UN CONFLICTO

ARMADO INTERNO

QUE LO CONDICIONA

Y LO LIMITA. LA

COMUNIDAD, LA

SOCIEDAD CIVIL, LOS PERIODISTAS, ENTRE OTROS

SON LOS DIRECTAMENTE AFECTADOS.

conflicto

y paz

Según el Comité para la Protección de Periodistas de Nueva York, Colombia está dentro de los cinco primeros países más peligrosos para ejercer el periodismo. Las cifras no mienten. Entre enero y septiembre de 2003 murieron 5 periodistas en razón de su oficio, 41 han sido amenazados, 3 han sufrido atentados contra su vida, 10 han sido secuestrados, 6 exiliados y ha habido al menos tres obstrucciones a la labor que cumplen por parte de los diferentes actores armados. Las zonas más peligrosas para ejercer el periodismo en Colombia son: Santander, Putumayo, Nariño y Cesar.

Pero el conflicto no sólo afecta a los informadores. Las organizaciones y la comunidad en general se han visto afectadas por la imposibilidad de comunicarse libremente. Éstas han tenido que idearse mecanismos de comunicación ingeniosos y móviles que varían, se renuevan, se reinventan para poder existir y cumplir su función.

Sin embargo, en las zonas de conflicto se presentan condicionamientos por parte de los grupos que restringen la comunicación. No se pueden enviar mensajes por escrito sobre convocatorias porque nadie asiste por temor a los actores armados. Otros medios como el teléfono, el fax y el mismo internet son mirados con reserva por la posibilidad de que estén intervenidos.

Así, la forma de convocar y pasar mensajes es por razones personales. Hasta consultas y debates se hacen por este medio porque hay lugares en que no se permiten que haya reuniones de más de tres personas porque el actor armado que controla la zona las considera sospechosas.

Se presentan presiones a los medios ciudadanos y comunitarios que han obligado a que restrinjan su programación a emisiones musicales, o incluso a cerrarlas temporalmente. Los operadores de las radios están muy presionados porque cualquier información puede ser malinterpretada y puede hacerlos objeto de llamados, amenazas y hostigamientos de los actores armados. Los distintos grupos armados han prohibido el uso de carteleras porque se piensa que son mensajes en clave que se envían al enemigo.

Además de las amenazas y condicionamientos de los actores armados contra los operadores de las radios, la participación de la población y de organizaciones sociales en las emisoras se ve restringida. La gente

tiene temor y prevención de participar con sus denuncias, demandas y propuestas porque se incrementan los riesgos. Muchos prefieren callar y los que pueden denunciar la situación, lo que sucede en esas localidades, prefieren sacar la información hacia Bogotá para que sea tramitada por organizaciones no gubernamentales sin delatar la fuente.

Incluso los espacios culturales han sido afectados. Antes de que la presencia de los actores armados fuera tan fuerte, la comunidad acostumbraba a realizar concursos, organizar bazares. Ahora ya no se hacen. En varias oportunidades las personas participantes fueron retenidas por espacio de unas horas por parte de uno de los actores armados. Se decía que era una forma de incitar a la comunidad y de enviar mensajes al otro actor.

Lo cierto es que en medio de la guerra cada vez más las voces se ahogan, las alternativas se cierran, las mismas organizaciones tienen que cerrar, y en algunos casos hasta los métodos abusivos que utilizan los actores son utilizados por los sectores como alternativas que se convierten en viciadas y peligrosas. Sólo se conoce la versión oficial. La violencia enmudece y en el silencio no es posible la comunidad.

Es preocupante que cuando no hay silencio, la información que llega al público tanto por medios comerciales como por comunitarios dista mucho de la realidad. El conflicto y las presiones están haciendo que la representación simbólica del país esté construyéndose sobre bases interesadas, sin contrastación de información y, en últimas, sobre el silencio.

Propuestas:

- Reconocimiento y respeto por parte de las autoridades locales y regionales de los espacios de reunión, comunicación y cultura y garantía para su realización.
- Garantía por parte de las autoridades locales y regionales para que la comunidad puede desarrollar el libre intercambio de ideas y la controversia.
- Protección por parte de las autoridades locales y regionales de los medios de comunicación, periodistas, comunicadores populares, trabajadores de la cultura, entre otros, como generadores de identidad, de procesos de información y del derecho a la verdad.
- Promoción por parte de las diferentes autoridades colombianas de la organización de la comunidad a través del reconocimiento, respeto y protección a sus organizaciones sociales.
- Respeto de los actores armados a las manifestaciones culturales y comunicativas de las comunidades, así como a la posibilidad de hacer reuniones, encuentros y cabildos.
- Respeto de los actores armados a los medios de comunicación comerciales y comunitarios, casas de la cultura y a los periodistas, como protegidos por el DIH.
- Respeto de los actores armados a las organizaciones sociales y a la labor que cumplen dentro de una sociedad democrática.
- Respeto de los actores armados al derecho a la comunicación de las comunidades en sus diferentes formas y manifestaciones.

Pronunciamientos y manifestaciones públicas de rechazo a los ataques contra el derecho a la comunicación vengan de donde vengan.

- Búsqueda de alternativas sociales frente al silenciamiento y desarticulación de la organización social a través de la creación de nuevas formas de comunicar en medio del conflicto.
- Investigaciones por parte de facultades de comunicación sobre las implicaciones sociales y de desarrollo que tiene para un país el silenciamiento y la circulación de información incompleta y centrada en fuentes oficiales.
- Desarrollo de formas alternativas de comunicación.

Líneas de acción:

- Promover en el país la Campaña "Medios territorios de Paz", en la que las instalaciones de los medios sean pintados con los símbolos respectivos para mostrarlos como protegidos por el DIH. Esta campaña tendría por objeto que los actores armados respeten los medios y que los periodistas reflexionen y asuman un compromiso de trabajo profesional que aporte a la paz. (Se inició en Cúcuta desde febrero de 2003.)
- Enlazar emisoras comunitarias en campañas y programas que promuevan el trabajo comunitario, propuestas de paz y desarrollo social.
- Producir programas que involucren a las comunidades y que suplan, en muchos casos, la imposibilidad de hacer debates presenciales que por miedo a las acciones de los grupos armados no se pueden realizar.
- Propiciar la realización de cabildos o espacios donde la comunidad pueda disentir y ser escuchada sin temor a ser estigmatizada por sus opiniones, en donde haya presencia e interlocución con las diferentes autoridades.

LA EXPANSIÓN GLOBAL DEL MODELO NEOLIBERAL, LOS AVANCES

TECNOLÓGICOS Y EL SURGIMIENTO DE ACUERDOS GLOBALES Y REGIONALES. DE

COMERCIO MULTILATERAL HAN LLEVADO A LA CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MUNDO.

globalización

y poder

El sistema global, en el cual 225 de las personas más adineradas tienen una riqueza combinada que es, más o menos, igual al ingreso anual de 2.5 billones de las personas más pobres del mundo, se refleja en los patrones de propiedad de los medios de comunicación. Un puñado de corporaciones de medios de comunicación internacional y regional -AOL, Time Warner, News Corporation, General Electric, Sony, Vivendi, Viacom, Televisa, Globo y Clarín, entre unos cuantos-, controlan grandes secciones del mercado de medios de comunicación, e incluso de la operación de telecomunicaciones.

Cada vez se hace más difícil distinguir las actividades concernientes a la cultura de masas, la comunicación, la información o el entretenimiento. Estas empresas mediáticas gigantes, productoras en cadena de

símbolos, multiplican la difusión de mensajes de todo tipo, donde se entremezclan televisión, dibujos

animados, cine, televisión por cable, videojuegos, CD musicales, DVD, edición, espectáculos deportivos, etc.

Los medios de comunicación, que en su origen son concebidos como canales de la libertad de expresión contra los abusos de poder político y económico, en la era de la globalización han pasado a expresar los intereses de un puñado de gigantescas empresas mediáticas identificadas con el establecimiento económico y político, en detrimento del derecho de los ciudadanos a una información veraz.

Esta alianza de los medios de comunicación con el "establecimiento" ha dejado sin sentido la idea de los medios como "cuarto poder", pues han perdido su función esencial de contrapoder. Paradójicamente, hoy los medios son el único poder sin contrapoder.

En Colombia, la interacción de los medios de comunicación con las estructuras de poder, y los intereses políticos, económicos y sociales, limitan la independencia y equidad que deben tener. De esto

Propuestas:

depende que la información deje de ser considerada un derecho, y sea tratada como un producto comercial. Que las audiencias sean vistas como consumidores y no como ciudadanos.

Por otro lado, los monopolios corporativos de los medios de comunicación también han expandido sus intereses a través de la ampliación de los derechos de propiedad intelectual, en particular los "derechos de autor" y "patentes", lo que representa obstáculos a la democratización del conocimiento. ¿Qué se puede hacer para recompensar a los creadores sin permitirles monopolizar el conocimiento a perpetuidad? ¿Qué necesita hacerse para proteger los bienes globales y la cultura en la esfera pública, que es la herencia de la humanidad?

Ante este sistema monopolizado, la comunicación es una estrategia para construir una globalización positiva, que pone de presente la internacionalización de los procesos locales. Con este fin, las organizaciones sociales comienzan a apropiarse de las herramientas tecnológicas del capital y a ponerlas al servicio de su causa. Hoy existen redes virtuales antiglobalización, como "Ourmedia", "Indymedia" y "La Iniciativa de Comunicación", que trabajan por la comunicación para el cambio social. Asimismo, han surgido movimientos sociales internacionales como el Foro Social Mundial, que abre el espacio para la socialización de corrientes de globalización alternativa.

En medio de este panorama, ¿cómo ejercer un contrapoder eficaz a los medios de comunicación? ¿Qué clase de instancias reguladoras debemos tener a nivel internacional?

- Regulación antimonopolio de los proveedores de información, y por la independencia de los medios con relación a los poderes políticos y económicos a través de un proyecto de ley.
- Investigación y debate acerca de las implicaciones que tiene el fenómeno de globalización en la construcción simbólica de un país, por parte de la academia.
- Promoción de la investigación académica en torno a la propiedad de los medios en el país y su relación con los grupos de poder.
- Regulación de los derechos de propiedad y patentes; para proteger los conocimientos ancestrales y garantizar el acceso democrático al conocimiento.
- Promoción del uso creativo de las tecnologías de información y comunicación entre los sectores sociales populares, para la visibilización de los procesos locales, y su conexión con movimientos sociales internacionales.

Líneas de acción:

- Vincular a los observatorios de medios nacionales con sus pares internacionales, para coordinar acciones, discutir conceptos y fortalecer a la ciudadanía como veedora de los medios.
- Participar en los movimientos de globalización alternativa, haciendo visible la perspectiva local y colombiana.
- Incluir el tema de la comunicación como un eje central de discusión en los movimientos sociales alternativos.

Desarrollar estrategias de comunicación para los procesos organizativos locales y los sectores sociales populares, con miras a fortalecerlos y lograr una mayor presencia pública.

- Fomentar procesos pedagógicos con perfil social y comunitario en las escuelas de comunicación, para que capaciten a los sectores sociales.
- Hacer uso creativo de las tecnologías de información y comunicación, poniendo a circular productos locales en el mundo.
- Construir una red de intercambio de conocimiento, propuestas y materiales, entre las experiencias comunicativas locales de todo el país, a manera de trueque.

Tecnologías

CUANDO SE HABLA DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN HAY QUE

TENER EN CUENTA, ENTRE OTROS, ASPECTOS COMO LA MISMA TECNOLOGÍA, LOS RECURSOS NATURALES Y LA COMUNICACIÓN INTERACTIVA.

de información

y comunicación

El espectro electromagnético, las orbitas satelitales y los espacios virtuales son los recursos naturales que de alguna manera utilizan las TICs

Toda aplicación de tecnología que nos facilite la transmisión de mensajes o datos en sus distintas formas cae dentro del rango de las llamadas TICs: El correo electrónico, los salones de charla virtual (chats), la Red, los buscapersonas y los teléfonos celulares hacen parte de este grupo. Estas tecnologías utilizan el espectro electromagnético y los espacios virtuales para llegar a su destinatario final, generando participación en procesos conocidos como interactivos.

En Colombia, en los últimos 10 años ha habido un desarrollo tecnológico importante:

- En el año 95 no se usaba Internet, actualmente el número de computadores conectados a la red son más o menos 2 millones. Si se consideran 3

personas por computador, se estaría hablando de 6 millones de usuarios.

- En el año 91 teníamos 2 millones de líneas telefónicas, actualmente tenemos 10 millones.

- En el año 92 no teníamos un sólo teléfono celular, actualmente tenemos más de 5 millones.

- En el año 91 no teníamos un solo hogar que recibiera televisión directa satelital, ahora tenemos cientos de miles.

Aunque los datos presentados muestran un avance tecnológico en Colombia, es evidente que no hay una relación directa con el desarrollo del país ni con el mejoramiento de la calidad de vida de los Sectores Sociales Populares. Falta mucho terreno por recorrer para que esa tecnología llegue a la población y sea empleada desde la perspectiva del derecho a la comunicación para todos los ciudadanos. De otra parte, mayores desarrollos tecnológicos no implican necesariamente universalización de los mismos, es decir, que todos puedan tener acceso a ellos o puedan obtener sus beneficios. En la era de la información es más visible cómo los nuevos desarrollos científicos y tecnológicos generan mayores inequidades y exclusiones para los sectores sociales populares, quienes cada vez están más lejos del acceso y sus beneficios, salvo las limitaciones o posibilidades que

brinda el mercado (ya no son 'ciudadanos' o 'nacionales' sujetos de derechos sino 'clientes' en el mercado de perdedores/ganadores).

En la medida en que se implementen acciones tendientes a incrementar la cobertura de las TICs, cualificar sus contenidos con un propósito de educación, capacitar a las comunidades como sujetos emisores y receptores, se garantizará el derecho de las personas a la comunicación y a un desarrollo social integral.

De otro lado, es importante que las TICs contribuyan a la construcción del tejido social, generando redes de intercambio y nuevos procesos culturales, reafirmando los sentidos de identidad y pertenencia a la comunidad correspondiente, y reforzando los significados, valores y normas de la sociedad en su conjunto.

En otras palabras, las TICs deben llegar a ser los medios que movilizan el bagaje cultural de una comunidad, con su propia cosmovisión del mundo y su propio imaginario y que permiten el diálogo entre varias culturas.

El uso del *software* libre, por ejemplo, es un mecanismo para el ejercicio del derecho a la comunicación y debe ser promovido y defendido por entes estatales y no estatales. La promoción de este *software* busca acabar con prácticas monopolísticas y potenciar la capacidad de creación de soluciones adecuadas a las necesidades de cada comunidad.

Propuestas:

- Garantía del Ministerio de Comunicaciones de acceso a Internet en los municipios de Colombia, con las conexiones adecuadas (banda ancha) gratuitas o a muy bajo costo para que las comunidades puedan efectivamente acceder al servicio.
- Apoyo económico y técnico del Ministerio de Comunicaciones a los telecentros para que sean efectivamente centros gratuitos de comunicación interactiva al servicio de las comunidades rurales o de bajos recursos, siendo esencial que ellos mismos sean quienes los administren y que en ellos se implemente *software* libre.
- Uso de las TICs como medio para facilitar trámites y presentar de manera rápida y pública informes sobre gestión, contratación y gastos, facilitando los canales de control por parte de la ciudadanía.
- Apoyo por parte del Congreso de la República al Proyecto de ley de *software* libre, por medio del cual las instituciones del sector estatal no podrán utilizar paquetes de *software* propietario y acoger el código abierto.
- El Estado debe obtener control efectivo sobre los sistemas de información de los que depende su funcionamiento, evitando depender de proveedores únicos.
- De conformidad con la Constitución Política, el Estado debe promover la igualdad de acceso a la información pública por parte de los ciudadanos, evitando forzarlos a depender de proveedores únicos.
- Con el propósito de garantizar la transparencia, el Estado debe permitirle al público conocer las tecnologías que utiliza para su funcionamiento salvo en aquellos casos en que hacerlo implicara riesgos para la seguridad nacional.
- El estado debe utilizar sistemas de información que eviten el acceso a información por parte de personas no autoriza-

das según lo establecido por la ley, para garantizar la seguridad nacional y el respeto a la privacidad de los ciudadanos.

Líneas de acción:

- Para ser considerado válido para ser utilizado por el Estado, no es suficiente con que un software sea adecuado para cumplir la labor técnica para la que fue diseñado sino que se debe considerar su esquema de licenciamiento a la luz de las libertades que ofrezca a sus usuarios.

- El Estado debe promocionar el desarrollo de la industria de software nacional

- Realización de campañas masivas de capacitación en tecnologías de información y comunicación con cubrimiento nacional por parte de los ministerios de Comunicaciones y de Educación. Estas deben contemplar no sólo el soporte tecnológico, sino también la apropiación e interpretación de contenidos y la producción de nuevos mensajes.

- Inclusión en los currículos de los diferentes programas de educación formal de cursos de capacitación sobre TICs desde la perspectiva del desarrollo humano y del derecho a la comunicación para toda la comunidad educativa por parte del Ministerio de Educación.

- Promoción de debates públicos por parte del Ministerio de Comunicaciones, en todo el territorio nacional, sobre el rol del derecho a la comunicación y el uso de las TICs en el desarrollo regional.

- Promoción de teleconferencias y otros mecanismos de comunicación no presenciales como alternativas de organización de la sociedad, dada la situación de conflicto armado y la precariedad económica de las regiones que dificulta la presencia física. Lo anterior debe ser promovido por el Ministerio de Comunicaciones, el Sena y otras instancias del Estado a nivel nacional, regional y local.

- Motivar mediante (foros, etc.) la reflexión y sensibilización de la ciudadanía (y de los sectores sociales populares en particular) sobre los impactos positivos y negativos del desarrollo de las TICs, y sobre sus posibilidades.

Motivar la capacitación en TICs por parte de los sectores sociales, no sólo desde el aspecto técnico, sino también de producción de contenidos, aprovechando las herramientas en distinto formato que permiten al usuario entregar mensajes que involucren texto, imagen y audio.

- Gestionar procesos de capacitación con universidades, ONG, y ministerios de Comunicaciones, Cultura y Educación, entre otros.

- Potenciar el uso de las TICs en los medios ciudadanos y comunitarios para que las propuestas ciudadanas tengan una mayor cobertura y una mejor calidad en su producción.

- Fortalecer la interlocución de los telecentros con el Ministerio de Comunicaciones para facilitar el mejoramiento de los mismos.

- Apoyar y hacer cabildeo ante el Congreso de la República para la aprobación del Proyecto de ley de software libre.

- Distribuir software libre y capacitar a las organizaciones sociales, las comunidades y a los administradores de los telecentros para que lo implementen.