TEMA #1

Democratización de la comunicación

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,

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 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.

Propuestas:

- Creación de una comisión nacional de comunicación integrada por actores sociales de la comunicación comunitaria y comercial, el Ministerio de Comunicaciones, Ministerio de Cultura, operadores de telecomunicaciones, la Defensoría del Pueblo, asociaciones de usuarios de medios, observatorios de medios, sectores sociales populares, entre otros, como espacio de concertación de las políticas referidas a la comunicación.
- Promoción de grandes debates en torno al Código de Etica y Manual de Estilo de los medios de comunicación, con participación de los sectores sociales populares.
- 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.
- Realización de foros y encuentros públicos sobre los medios masivos y su representación de la realidad, para generar acercamiento entre las organizaciones sociales y los creadores (directores de medios, guionistas, periodistas, entre otros)
- 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.
- Impulso a iniciativas culturales, como formas de comunicación. Fomento de la capacidad expresiva y lúdica de los ciudadanos.
- Propender por la calidad de la información, la inclusión de actores sociales, y los modos diversos de representación de las estéticas y narrativas mediáticas.
- Participación efectiva de amplios sectores de la sociedad, incluyendo los sectores sociales populares, en los procesos de diseño, implementación y seguimiento de las políticas públicas de comunicación y cultura.
- Dignificar la labor periodística, en sus aspectos laborales, y de seguridad social.
- Apoyo a la creación y sostenimiento de medios locales y comunitarios haciendo viable la formación, capacitación y acceso a los recursos, que posibiliten el desrrollo de su labor, con calidad.
- Reconocer y apoyar otros modos de comunicación y expresión (no mediáticos), que contribuyen al autoreconocimiento y a la construcción de tejido social.
- Capacitación y formación de actores de la comunicación en destrezas y competencias para la producción de mensajes.
- Creación y fortalecimiento de los Observatorios de medios.
- Creación y fortalecimiento de asociaciones gremiales de periodistas y comunicadores sociales.

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 grandes debates acerca de los Códigos de Etica y Manuales de Estilo de 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.
- Creación y fortalecimiento de redes de medios locales y comunitarios, con el propósito de consolidarse como fuente fundamental de la opinión pública.
- Compromiso social con la defensa de la libertad de expresión y de opinión.

TEMA # 2

Medios ciudadanos y comunitarios

Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios son espacios para promover interlocución tanto al interior de las comunidades como hacia fuera de ellas. Permiten poner en relación a toda la localidad y tienen la ventaja de tener, en muchos casos, mayor 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.

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

- Formación, capacitación e investigación acerca de la comunicación comunitaria, a través de escuelas regionales de formación.

- 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
- Fortalecimiento económico de los medios comunitarios, que les permita contar con los recursos necesarios para desarrollar su labor. Apoyo a la gestión de créditos 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 cobija, 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.
- Apoyo a los medios comunitarios mediante la publicación de campañas institucionales y pautas , por parte de las diferentes dependencias estatales.
- Inclusión del tema de comunicación y apoyo a los medios ciudadanos y comunitarios en los planes de desarrollo locales y regionales.
- Respaldo de las casas de cultura a los medios comunitarios y ciudadanos.
- Inclusión de los medios comunitarios y ciudadanos en la discusión de cualquier política pública relacionada con la comunicación y la 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 e 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 de manejo de los recursos públicos a través de los medios ciudadanos y comunitarios.
- Concentración de tarifas adecuadas a la función social de los medios ciudadanos y comunitarios para el pago de derechos de autor por parte de Sayco y Acimpro.
- Diagnóstico de los medios ciudadanos y comunitarios para el pago de los derechos de autor 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.
- Realización de acuerdos con comunidades para formación en capacitación.
- Investigación de audiencias por parte de los medios comunitarios.
- Incluir a los medios comunitarios en los estudios realizados por los observatorios de medios.

Líneas de acción:

- Crear consejos locales y regionales de medios de comunicación comunitarios y fortalecer las redes, organizaciones de base alrededor de la comunicación 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.

TEMA # 3

Control social

En medio de la gran controversia que genera el papel que e j e r c e n los medios de comunicación frente a la construcción de país y a la reconciliación, surge también la inquietud sobre quiénes son los actores y los poderes 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 la sociedad, en ejercicio de su poder soberano, controla lo público.

Las acciones y propuestas de control social van encaminadas a que los ciudadanos asuman una posición crítica y realicen acciones para defender sus opiniones y sus derechos frente a los medios de comunicación, así como frente al Estado, que debe garantizar la multiplicidad de medios de información.

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. En Colombia no ha habido una costumbre de presencia activa de ligas o asociaciones fuertes que participen en las discusiones. A la hora de la elección de los comisionados de la sociedad civil, se han presentado asociaciones sin representatividad social, en algunos casos con intereses poco claros.

Es hora de nuevas asociaciones, que agrupen intereses legítimos de sectores sociales. Es también 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, se fortalezcan, y hagan 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:

1. El Estado, como ente regulador de los medios de comunicación, debe hacer prevaler lo público sobre lo privado.
2. Inclusión de los sectores sociales en toda discusión y definición de políticas públicas relacionadas con comunicación y cultura.
3. El Estado debe exigir a cada medio de comunicación hacer público su Código de Etica y su Manual de Estilo Periodístico, con la inclusión de los principios de constitucionales y tratados internacionales que hacen exigible el derecho a la comunicación.
4. 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.
5. Promoción, por parte de la Defensoría del Pueblo, de la figura del Defensor del lector, radiooyente y televidente, en todos los medios de comunicación.
6. Ubicación de los espacios de Defensores de radiooyentes y televidentes en horarios de alta audiencia.
7. 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.

8. Incorporar en los planes de formación de docentes, y en los PEI (Proyecto Educativo Institucional), la formación de la comunidad educativa en producción y recepción crítica de medios de comunicación.

9. Conformación de escuelas de formación de opinión pública, especializadas en el análisis crítico de la información mediática.

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.

- Veeduría por parte de los observatorios de medios, de las asociaciones de usuarios y de la sociedad en general, al cumplimiento del Código de Etica y el Manual de Estilo Periodístico de cada medio. Estos están llamados a imponer una sanción moral a los medios en caso de su incumplimiento.

- Promover espacios de encuentros ciudadanos abiertos con los medios de comunicación masivos y comunitarios, para que las audiencias se expresen frente al ejercicio informativo.

- 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.

TEMA # 4

Comunicación Cultura y diversidad

Aunque Colombia es una nación constituida por diferentes etnias y razas, y a pesar de la existencia de grandes sectores sociales que reclaman ser considerados desde la diversidad: de cultos, de género, de opciones sexuales, entre otros, las relaciones cotidianas y las decisiones políticas en el país parecen reflejar una sola cultura homogénea.

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 es conocimiento 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 (afrocolombianos, indígenas, campesinos, mujeres, LGBT, discapacitados, jóvenes, niños, adultos mayores, pueblo ROM, raizales, entre otros) en el Código de Etica y el Manual de Estilo de los medios de comunicación, orientado a garantizar su representatividad 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.
- El lenguaje y contenido de los medios de comunicación debe contemplar la diversidad cultural, étnica, sexual, social, política y religiosa.
- Realización de perfiles de audiencia, por parte de los medios de comunicación, identificando en ella la diversidad cultural, para que sea incorporada como criterio sólido en el diseño de sus productos .
- 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 las defensoría de los usuarios en los medios de comunicación.
- Atención por parte del Ministerio de Comunicaciones a las necesidades específicas de cada grupo poblacional.
- Garantía de acceso de la población discapacitada a informar y estar informada.

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.
- Conformar una red de experiencias de comunicación, que permita el fortalecimiento y la retroalimentación de todos los sectores sociales.
- 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.
- Elaborar un diagnóstico de los proyectos de comunicación en las regiones, y visibilizar las formas de comunicación popular.
- 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.

TEMA # 5

Comunicación como derecho

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 convención americana de derechos humanos y el pacto de naciones unidas sobre derechos civiles y políticos, tales como el derecho a la libertad de expresión, la información, la verdad y el derecho de rectificación o respuesta, entre otros.

Como actores, el Estado y los entres 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.
- Foro virtual permanente que trate el tema de la comunicación como derecho y sus propuestas.
- 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.

- **TEMA # 6**

Comunicación, conflicto y paz

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 .

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.
- Garantía por parte de las autoridades locales y regionales para que la comunidad pueda 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.

- Generar procesos de sensibilización en torno a la incidencia de los diferentes conflictos en la comunicación.

- Formular y desarrollar una estrategia comunicativa para visibilizar el estado de la comunicación en los conflictos.

- 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.)

- Crear redes entre los sectores sociales, como mecanismo de resistencia e intercambio de experiencias, que generen lazos de solidaridad y confianza para defender el derecho a la comunicación frente a los conflictos. Diagnóstico y evaluación sobre la comunicación en el conflicto, por parte de estos equipos.

- Promover en las regiones procesos y escenarios de encuentro que utilicen estrategias lúdicas y culturales para enfrentar el conflicto, como cineclubes, peñas culturales, marchas, caminatas, entre otras.

- 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 realizan.

- 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.

- Fortalecer la interlocución de las organizaciones sociales con los medios de comunicación comerciales, para difundir la situación local en relación con el conflicto.

TEMA # 7

Comunicación globalización y poder

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.

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 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?

Propuestas:

- 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.
- Fortalecimiento de la comunicación y la cultura locales, mediante investigación académica, y otros procesos que ayuden a superar la distancia entre la universidad y los procesos sociales.
- 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.
- Implementar, desarrollar y armonizar un proceso articulador entre democracia, educación y comunicación, como acciones interactuantes y no como elementos separados.

Líneas de acción:

- Propender, desde la comunicación crítica y participativa, por la construcción de poder popular en América Latina, desde los diferentes espacios de resistencia, en aras de la consolidación de otros mundos posibles.

- 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.
- Crear un mecanismo capaz de articular los procesos democráticos, educativos y comunicativos. Desarrollar procesos pedagógicos en los que se integren comunicación y educación, como componentes de una sociedad crítica, capaz de diferenciar la comunicación de la industria cultural.
- Definir modelos de investigación que surjan, no sólo de la academia, sino desde las comunidades, que expresen las dinámicas de la realidad social. Crear espacios de socialización y discusión de la investigación académica en la sociedad.
- Generar procesos de comprensión simbólica que permitan fortalecer la identidad del país, y recuperar nuestras prácticas culturales en medio de la globalización.
- Reflexionar sobre el papel de los medios comunitarios y sociales, más allá de su cobertura, con el fin de realizar análisis de contenido, de lenguaje y recuperar su sentido comunitario y social.
- Fomentar procesos pedagógicos con perfil social y comunitario en las escuelas de comunicación, para que capaciten a los sectores sociales.
- 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.
- Promover campañas de resistencia a los procesos de globalización que van en detrimento de las culturas locales.
- 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. Propiciar la implementación de un espacio que permita articular y alimentar los procesos comunitarios, generando una comunicación de doble vía entre lo regional y comunitario con lo nacional y global, para fomentar y fortalecer ejes temáticos de discusión sobre problemáticas globales, nacionales y locales.

TEMA # 8

Tecnologías de información y comunicación

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*.

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 solo 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.
- Incorporación en la Constitución Nacional de un capítulo que explicite el espacio virtual “.co” como territorio nacional.
- Reivindicación de los recursos naturales estratégicos para el mundo de la información: Espectro, Orbitas, Territorio virtual, Sistema de numeración.
- 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.
- Levantamiento de restricciones aduaneras sobre los equipos que donan las ONG internacionales y otros, con el fin de crear de telecentros comunales, y

de fortalecer tecnológicamente a las organizaciones sociales. Esto, con la intervención de los Ministerios de Comunicaciones, de Hacienda y de Comercio Exterior.

- Garantía legal del uso de las frecuencias para las redes inalámbricas autogestionadas, sin costo para uso social y comunitario.
- 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 autorizadas según lo establecido por la ley, para garantizar la seguridad nacional y el respeto a la privacidad de los ciudadanos.
- 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. Éstas 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.

Líneas de acción:

- Generar espacios de reflexión y sensibilización de la ciudadanía (en particular de los sectores sociales populares) sobre los impactos positivos y negativos del desarrollo de las TICs, y sobre sus posibilidades. Esto orientado a desarrollar capacidades para que sea la comunidad quien administre y oriente los medios de comunicación y las TICs presentes en la región.
- 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. Plantear un intercambio de conocimientos entre la academia y la comunidad. Este proceso, con el respaldo y apoyo de los Ministerios de Comunicación, Cultura y Educación.
- Fomento de la capacidad de autoaprendizaje de los sectores sociales populares.
- 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.
- Realizar investigación que recoja el impacto social de las TICs en la idiosincracia (cultura e identidad) de las comunidades.
- Plantear la creación de centros piloto, que cuenten con TICs para la generación de software libre, y producción de contenidos locales.
- Crear agencias de noticias locales y regionales basadas en redes de intercambio y circulación, para la visibilización de la problemática popular.
- Crear redes de intercambio informativo de diferente naturaleza (tecnológicas o naturales), que nos permitan crear redes locales, sin la utilización de tecnologías internacionales.
- Crear una página web que tenga validez legal para la presentación de derechos de petición, con asignación automática de radicado.

- Generar climas de confianza entre el gobierno y los telecentros comunitarios, garantizando la privacidad en la comunicación de estas redes, y la independencia en su administración por parte de las comunidades.
- Propiciar foros en los que se analice el impacto del ALCA y el Tratado de Libre Comercio sobre las TICs, y se estudien las estrategias de negociación y resistencia con respecto a estos temas.
- Apoyar y hacer cabildeo en el Congreso de la República para lograr la aprobación del proyecto de software libre.
- Distribuir software libre y capacitar a las organizaciones sociales, las comunidades y a los administradores de los telecentros para que implementen software libre.
- Diseñar y propiciar campañas para concientizar a la comunidad en general de la importancia del uso de formatos libres.