

**LA CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN COLOMBIA
(CCC) Y SU APOORTE AL DERECHO DE LA COMUNICACION:
ACCION COLECTIVA, DISCURSOS Y PRÁCTICAS**

TESIS DOCTORAL

AUTOR:

FREDY ALEXANDER PINILLA ESCOBAR

DIRECTOR

DOCTOR LEONARDO JULIO GONZALEZ

CODIRECTORA:

DOCTORA SILVINA PAULONI

La Plata, Provincia de Buenos Aires, República Argentina

Junio de 2022

AGRADECIMIENTOS

Con el mayor de los agradecimientos a mis padres Elida y Pedro, que me enseñaron los valores y principios más importantes en esta carrera hacia la formación personal y profesional. Mi madre, siempre me apoyo de todo corazón, su generosidad y amor siempre manifestó un convencimiento hacia mi persona, de manera incondicional; una credibilidad para emprender todo tipo de reto o proyecto. Mi padre, con su influencia en términos de valentía y fortaleza, me enseñó a reconocer el significado y el camino como ciudadano independiente en busca de sueños y metas. Ellos son mis mejores maestros en el mundo de la vida, me enseñaron mi pasado y me hicieron parte de una cultura. A John Jairo, que es un guerrero y a la vez una motivación para seguir adelante a pesar de los obstáculos a los que le enfrento la vida, a mi Karen compañera de vida, que en muchas ocasiones le robé momentos especiales por compartir, debido a los trabajos y compromisos académicos. Durante este trayecto he conocido a muchos instructores y mentores, sin embargo, puedo decir con toda seguridad que las enseñanzas que constantemente recuerdo con frecuencia son aquellas que me han orientado desde la primera infancia, por cada uno de estos viajes por la educación ofrezco un reconocimiento a la labor de tantos maestros que he conocido en mi tarea como periodista del magisterio colombiano, a mis amigos y colegas en las diferentes universidades donde he sido estudiante y en otras, docente; para todas ellas, mi más sincero agradecimiento. Son muchos educadores con los que hemos construido amistad y con los cuales hemos aprendido el dicho gitano *“lo que aprendemos lo aprendemos entre todos”*; gracias a mis estudiantes y mis oyentes, por último, pero no menos importante a quienes hicieron posible este nuevo paso

en los caminos doctorales de la comunicación, en especial a los maestros de la
Universidad Nacional de la Plata. Gracias totales...

Contenido

1. RESUMEN	6
1.1. Palabras clave: Derecho a la Comunicación, Ciudadanía, Acción Colectiva, Reproducción de sentido.....	6
3. OBJETIVOS	9
3.1. Objetivo General	9
3.2. Objetivos específicos.....	9
4. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL.....	10
4.1. La participación democrática de la comunicación en Colombia.....	10
4.2. El contexto histórico de la CCC	13
4.3. Antecedentes históricos del Derecho a la Comunicación en Bogotá	16
4.4. Muchas leyes y mucha IN-comunicación	20
5. ESTADO DE LA CUESTION DEL DERECHO A LA COMUNICACIÓN.....	28
5.1. El rol de los medios en los procesos democratizadores en Colombia y América Latina.	41
Planteamiento del problema	66
6.1. Derecho a la Comunicación	68
6.2. Reproducción de sentido social	70
6.3. Acción colectiva por el derecho a la comunicación.....	72
6.4. Hegemonía y análisis de identidades políticas de los colectivos del derecho a la comunicación	92
6.5. Producción de sentido social del significado del derecho a la comunicación en escenarios colectivos e individuales.....	110
6.6. Una mirada democrática al espectro electromagnético en la economía política. .	123
7. ESTRUCTURA METODOLÓGICA.....	130
7.1. Perspectiva metodológica.....	130
7.2. Escenario de investigación y temporalidad	130

7.3. Técnicas de investigación e instrumentos empleados	131
7.4. Bitácora de viaje, análisis metodológico y categorías propuestas.....	132
8. ANALISIS CRÍTICO DE RESULTADOS DEL PROCESO INVESTIGATIVO	141
8.2. Acción colectiva.....	149
8.3. Ciudadanía	151
8.4. Producción de sentido	152
8.5. Concentración	153
8.6. Monopolio.....	154
8.7. Democratización	155
8.9. Espectro electromagnético	163
8.10. Libertad de expresión	166
8.11. Bien público	167
Bibliografía	189
Anexos	197
Matriz de análisis de entrevistas.....	197

1. RESUMEN

La presente investigación da cuenta de las experiencias desarrolladas en Bogotá en torno al Derecho a la Comunicación en los colectivos de comunicación de radio prensa y televisión comunitaria afiliados a la Central de Comunicación Comunitaria (CCC). Evidencia elementos conceptuales cercanos a categorías como derecho fundamental a la comunicación, la ciudadanía, la acción colectiva y la producción de sentido social. Implementa elementos metodológicos desde una base empírica de trabajo al campo desde las experiencias de medios y diagnostica el aporte que han realizado a la democracia comunicativa los sectores alternativos de medios en el país. Identifica el ejercicio del derecho a la palabra de las ciudadanías de la comunicación en Colombia. Sienta bases sobre el derecho a la comunicación y las diversas hipótesis sobre la regulación de los medios en una sociedad que concentra y monopoliza el espectro electromagnético, como un nuevo problema de investigación de las realidades por la democratización de las comunicaciones.

1.1. Palabras clave: Derecho a la Comunicación, Ciudadanía, Acción Colectiva, Reproducción de sentido.

2. INTRODUCCIÓN

El documento que se presenta contiene el desarrollo del trabajo investigativo formulado en torno al tema del Derecho a la comunicación, para ello se inicia con un capítulo dedicado a la fundamentación conceptual, en el que se trata de ubicar el tema propiamente dicho en términos de acción colectiva y el marco de la reproductividad de discursos y prácticas que le dan un sentido social.

Se hace precisión en los objetivos que dan cuenta de los productos de conocimiento planteados, en el numeral cuarto se da cuenta de cómo se ha abordado la investigación, a través de su marco referencial en el que se aborda el apartado relacionado con la participación, en conjunción con el contexto histórico institucional de la CCC, el marco legal y finalmente el planteamiento formal del problema.

Para dar cuenta de la construcción del problema de investigación, se ha partido de la indagación de antecedentes que tienen que ver en primer lugar con lo que implica el escenario de construcción de lo democrático en Colombia, la hegemonía comunicativa, el marco legal tradicional respecto al tema y finalmente todo esto confluye en el planteamiento formal del problema de investigación.

Como consecuencia de la conformación de estos antecedentes, se hace un balance de los aportes hechos desde el periodo de conformación de la Constitución Política de Colombia, con los aspectos más directos relacionados con el Derecho a la comunicación.

Uno de los aspectos que surge de este barrido anterior, tiene que ver con las relaciones posibles de establecer entre las tradiciones hegemónicas en materia de comunicación en Colombia y la emergencia de discusiones o luchas que buscan dar sentido a una discusión más amplia y actual de esta problemática. En relación con la conformación de las identidades políticas vinculadas al

debate sobre el Derecho a la Comunicación; todo ello, lo encontramos sustentados en los apartados nueve y diez.

La metodología, estructura metodológica; allí, se plantea la perspectiva cualitativa es la base de una indagación en la que se conjugan las fuentes documentales con un ejercicio de indagación con actores sociales significativos respecto del tema, bajo categorías construidas para el abordaje de la problemática.

La experiencia de investigación con los actores sociales que fueron elegidos para la indagación en su fase empírica ocupa la penúltima sección de este documento y hace referencia al análisis de los resultados y posibles hallazgos que tienen que ver con la gran categoría del derecho a la comunicación, en dos sentidos, la acción colectiva y la ciudadanía. Aunado a ello encontramos las categorías que han emergido como la Producción de Sentido, Concentración, Monopolio, entre otras, que van a dar cuenta de un problema de indagación, que, en este punto, resulta de gran riqueza para su análisis crítico social.

Finalmente se llega al apartado de las conclusiones de la investigación y allí se hace un trazado entre el planteamiento del problema, la sustentación conceptual y la discusión categorial de resultados, para demostrar finalmente la tesis planteada, dejando previsto allí preguntas que pueden dar continuidad al estudio de este importante espacio de indagación que guarda los sentidos de la legalidad y la legitimidad en el Derecho a la Comunicación en Colombia, con la amplia complejidad que ello comporta.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Analizar la construcción de hegemonía ciudadana y producción de sentido social a través de las acciones colectivas por el Derecho a la Comunicación, de la Central de Comunicación Comunitaria de Bogotá. (CCC).

3.2. Objetivos específicos

Identificar las producciones de sentido social que circulan en escenarios colectivos e individuales sobre el Derecho a la Comunicación en organizaciones de medios comunitarios en Bogotá. CCC

Describir las estrategias contra-hegemónica a través de acciones colectivas por la democratización de la comunicación por parte de los medios comunitarios de Bogota.

Determinar los posibles escenarios de construcción de hegemonía ciudadana para democratizar los medios de comunicación por parte de la CCC.

Contribuir a la construcción de un marco referencial al estado de la cuestión del Derecho a la Comunicación en organizaciones de medios comunitarios pertenecientes a la Central de Comunicación de Colombia (CCC).

4. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL

Para empezar a dar cuenta de los referentes que permiten configurar el panorama institucional, estatal y privado que está implicado en la conformación del escenario del Derecho a la Comunicación, ha sido necesario recurrir a distintas vertientes entre las que se cuentan los referentes políticos y de la dinámica del orden colectivo en Colombia, pero también de los movimientos que han desarrollado transformaciones o crisis en las continuidades de los discursos que sustentan estas relaciones, las cuales tienen indudablemente un nexo con los propósitos de un poder que se instala finalmente en relaciones capitalistas y que tiene su origen en los efectos, que para el país, han tenido los cambios culturales en occidente, especialmente con la influencia hegemónica de los Estados Unidos.

4.1. La participación democrática de la comunicación en Colombia

En los medios de comunicación tradicionales, el problema del Derecho a la Comunicación se reduce a la hegemonía de sectores que monopolizan el poder de estos y excluyen a las minorías sociales del derecho a la palabra (Pinilla, 2018). Algunos medios populares y comunitarios en Bogotá han encontrado una alternativa en espacios como internet o redes sociales, esto les ha permitido tener una participación en el espectro radioeléctrico. Sin embargo, esta posibilidad de amplificar la voz para algunos ciudadanos se convirtió en la materia prima de las empresas tecnológicas, que tienen el propósito de motivar una sociedad de consumo masivo a través de estrategias de marketing y otro tipo de vitrinas en el mercado, para que así puedan ejercer influencia en el ciudadano, orientándolo a asumir el rol de un comprador compulsivo de entretenimiento e información (Pinilla 2018).

Indagaciones recientes han demostrado como se ha creado un imaginario colectivo en donde el Derecho a la Comunicación se reduce a recibir información

de un sinnúmero de medios destinados a la producción de contenidos, dejando de lado la participación de la ciudadanía, en el proceso de producción de sentido, el cual no permite la construcción de una realidad diversa y plural por parte de los que son excluidos de los procesos de circulación de información masiva (Pinilla, 2018).

En una sociedad donde los gobiernos y los sectores poderosos de la economía se reparten a su antojo la torta del espectro electromagnético, adjudicado y controlado por partidos políticos, empresarios y algunas familias fundadoras de medios como radio, prensa y televisión (Las 2 orillas, 2015) convierten esta concentración en una herramienta poderosa para la construcción de sentido social acomodado a los intereses hegemónicos, información masiva que distribuye propagandas y versiones equivocadas sobre la realidad social, económica y política del país.

En Colombia se evidencia que los medios de información tienen una cercanía con sectores neoliberales, estos procesos de globalización en la economía mundial afectan directamente el financiamiento, la existencia de medios de intereses públicos y comunitarios. En un artículo periodístico publicado en el periódico el campesino (Pérez, 2017) se evidencia que los gobiernos de Álvaro Uribe Vélez, Manuel Santos, cerraron más de 300 emisoras comunitarias en el país. Estas administraciones de tendencia neoliberal han favorecido a sectores privados que se apropian del espectro electromagnético. Una de las últimas maniobras del gobierno de Iván Duque fue la pretensión de realizar una subasta del mismo entre algunas multinacionales. La propuesta fue planteada por la ministra de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Sylvia Constaín (SEMANA, 2020) quien fue exfuncionaria y líder de políticas públicas para el Cono Sur de la empresa Facebook, con sede en la Argentina (Espectador, 2019)

En este orden de ideas, se hacen necesario evidenciar las diferentes manifestaciones y acciones colectivas por parte de la ciudadanía en Colombia en defensa del Derecho a la Comunicación. A pesar de la poca profundización en torno a temas de economía política de medios, se evidencia la importancia de la

comunicación como necesidad básica fundamental en la vida cotidiana de los ciudadanos. Por tal motivo, en esta investigación se ha buscado hacer un registro de los diferentes eventos colectivos e interés por la apropiación de la comunicación como un derecho y lo básico, con el fin de establecer un marco de comprensión acerca del acceso a medios en una época de revolución tecnológica y de dominancia hegemónica.

Algunos sectores de medios comunitarios han manifestado que el fortalecimiento de este proceso debe comenzar desde un debate interno de organizaciones sociales que luchan en beneficio de iniciativas comunicativas y que tienen como tarea fundamental orientar sus planes de trabajo para proyectar el Derecho a la Comunicación como una necesidad básica. Para desarrollar esta propuesta de estado la consolidación de agendas sectoriales es indispensable para trabajar en la unidad de fuerzas colectivas interesadas en la democratización de la palabra.

Este trabajo se enmarca en las discusiones que han surgido en América Latina sobre el Derecho a la Comunicación y las construcciones de ciudadanías que se producen en torno a sectores de la sociedad bogotana que han propuesto, a través de experiencias colectivas o individuales, la defensa de la pluralidad y diversidad de voces en el espectro radioeléctrico en la capital colombiana.

A pesar de ser un tema que ha sido estudiado con anterioridad en algunas organizaciones no gubernamentales y de estar ubicado en las categorías de interés epistemológico de algunos comunicólogos, se puede encontrar que en América Latina son muy pocos los trabajos académicos, especialmente que den cuenta de resultados de investigación sobre el Derecho a la Comunicación. Al mismo tiempo, son pocas las respuestas sobre cómo se han desarrollado los procesos de construcción de ciudadanías por la comunicación. En tal sentido, es necesario que los profesionales de la comunicación den cuenta de este tipo de investigaciones e indagar ¿por qué en Colombia la participación de la ciudadanía ha tenido pocas experiencias sobre la defensa de este derecho? Todo esto implica ver la comunicación como un bien público y desde esa mirada encontrar procesos que

aparecen como experiencias que producen un sentido más diverso e incluyente en la comunicación.

4.2. El contexto histórico de la CCC

En la ciudad de Bogotá en el año 2017 se desarrolló un encuentro que consolidó una declaración por la democracia informativa en esta capital y en Colombia. El eje fundamental de este documento se ubicó en los derechos de la comunicación comunitaria y alternativa. Dicha declaración tiene su origen fundacional el nueve de febrero de 2017, fecha conmemorativa del día periodista en Colombia (Acosta, 2017)

El desarrollo de esta actividad en el año 2017 permitió la creación de una Central de Comunicación Comunitaria (CCC) con el propósito de agrupar directores, representantes y periodistas de medios de información comunitaria, alternativa y popular, como sectores indispensables para la construcción de ciudadanía de medios interesados en defender el derecho constitucional a la libertad de expresión, a estar bien informado y poder informar (centralccc.com, 2017). Como lo afirma el documento presentado por estos medios de comunicación comunitaria, se trata de uno de los objetivos es promover una Ley de medios, democrática y justa. Con participación ciudadana, reglamentada mediante el cumplimiento de las leyes actuales de la constitución política de Colombia y si es necesario la creación de nuevas leyes a través de la corte constitucional.

Aunque esta propuesta está reflejada en un documento o declaración, es un avance importante para un asunto que ha sido poco abordado y olvidado en el país, para algunos conocedores del tema el auge del Derecho a la Comunicación se ha visto reflejado en diversas épocas, una anterior e importante es el informe Mc Bride; en este sentido, es una ganancia para la democracia colombiana encontrar iniciativas que busquen una comunicación incluyente y participativa que permita la producción de sentido social desde diferentes sectores de la sociedad.

La Central de Comunicación de Colombia es consciente que este tipo de proyectos son de largo alcance y que se pueden consolidar desde una pedagogía de la comunicación y mediante la participación de organizaciones sindicales, sociales, académicas, políticas y demás sectores colectivos que estén dispuestos a poner en movimiento las conciencias y los cuerpos colectivos en el campo de la comunicación.

Se evidencia que la Central de Comunicaciones de Colombia (CCC) tiene la iniciativa de fortalecer un proceso contra-hegemónico que pueda confrontar el monopolio mediático de algunas familias, conglomerados económicos y partidos políticos que controlan los medios de información en el país. Estas organizaciones sociales son conscientes de los principales factores por los cuales no se ha permitido la democratización de los medios de información desde el proceso de adjudicación de licencias en el espectro radioeléctrico. Uno de esos factores es la alta concentración en muy pocas manos de las frecuencias de radio y televisión en Colombia (2019, Iñaki) situación que no ha permitido poner en práctica el Derecho a la Comunicación.

La Central de medios Comunitarios de Colombia (CCC) también hace referencia a los últimos deberes del estado colombiano frente a la democratización del espectro radioeléctrico, los cuales fueron acordados durante el proceso de paz celebrado en la Habana entre el gobierno del presidente Juan Manuel Santos y las Fuerzas Armadas Revolucionarias (FARC), dichos compromisos hacen parte del numeral 2.2.3. del acuerdo firmado Sobre participación ciudadana a través de medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales que orienta la financiación en la realización de contenidos, la asignación de frecuencias de radio y la apertura de los espacios en medios institucionales en televisión (Fundación campeones de la vida, 2017). Estos acuerdos fueron reafirmados en las últimas reformas a los diálogos en el teatro Colón de Bogotá.

Esta organización que defiende el Derecho a la Comunicación está compuesta por más de 50 medios de información comunitaria, recogemos uno de los acuerdos que se definen durante el año 2017 y que es publicado por uno de los medios que hace parte de esta organización de sectores alternativos, que manifiestan que van a seguir promoviendo e impulsando una Ley de medios ante el Congreso de la República y si es necesario desde instituciones internacionales que permita consolidar una propuesta por el derecho a la palabra. Los puntos importantes los enumeran de la siguiente manera:

- a. La desmonopolización de la propiedad de los medios de comunicación y el límite en sus integraciones con otros sectores económicos.
- b. El reconocimiento legal de los medios comunitarios y alternativos en igualdad de condiciones a los medios comerciales e institucionales.
- c. La asignación de frecuencias en radio A.M. y F.M. y de televisión local, regional y nacional, con las potencias y tecnología pertinente, mediante licencias en cabeza de medios comunitarios, alternativos y grupos poblaciones de las localidades.
- d. La democratización en la asignación de la pauta oficial monopolizada por los medios comerciales, iniciando por Bogotá, sus localidades, las secretarías y a nivel nacional por los ministerios y en todos y cada uno de los departamentos y municipios a favor de los medios comunitarios y alternativos.
- e. La financiación de las infraestructuras y la tecnología necesaria y de los procesos de producción a escala, incluso con el uso de satélites y capacidades de transporte por banca ancha (CCC, 2017).¹

¹ Estos puntos fueron definidos por 58 medios comunitarios y la información se encuentra en la página internet www.bogotasocial.org institución que también hace parte de la Central de Comunicación Comunitaria y que defiende el derecho a la comunicación.

4.3. Antecedentes históricos del Derecho a la Comunicación en Bogotá

Se puede identificar que la experiencia de la Central de Comunicaciones de Colombia (CCC) es una iniciativa que plantea trabajar desde una acción colectiva que permita la movilización por el Derecho a la Comunicación, pero que también tienen el propósito de generar bases fundamentales para el desarrollo de propuestas de leyes de comunicación o el proceso de una ley de medios.

Estas iniciativas desarrolladas en otros países en la región (Reyes, 2017) que de manera comparativa y con sus propias diferencias se han realizado en algunos países de la región de América del Sur, han sido puestas a prueba por la política neoliberal y los gobiernos de turno. A pesar de las experiencias que ha tenido el Derecho a la Comunicación en años pasados en Colombia, se puede afirmar que de manera institucional esta es una de las organizaciones de medios comunitarios, que vuelve a recoger la idea de una democratización del espectro, propuestas recogidas por algunos comunicólogos en el continente (Moraes, 2011)

El desafío de plantear una discusión sobre el derecho a la palabra en Colombia tiene unos antecedentes que se evidencian desde la defensa del derecho a comunicar, que han venido haciendo algunos sectores hace varios años a través de diversos medios comunitarios. Esta inquietud, surgió en medio de un escenario que busca la reivindicación de la comunicación como un servicio de libre acceso a la ciudadanía. Para hablar sobre el Derecho a la Comunicación en este país, se puede hacer memoria de los inicios que se dieron en Bogotá a través de la redacción de la Constitución Política de Colombia, como producto de una negociación entre el Estado-Nación y la Alianza Democrática M19; junto con los diálogos intensos con muchos otros sectores institucionales y políticos del país, dio como resultado una Asamblea Constituyente en el año 1991, lo cual fue un momento propicio, para integrar diversos propósitos sobre la participación, el derecho a la Información y las comunicaciones.

En palabras de Rodrigo Acosta, director de Bogotá Social, medio comunitario que hace parte de la Central de Comunicación Comunitaria (CCC) y que funge como actual presidente de esta organización, para la época de la Constitución Política era vocero del proceso de paz en los diálogos previos a la Constituyente en el Congreso de la República, indica que se desarrollaron encuentros con personas como Alberto Carvajalino y Sallés Cristancho voceros del M19 e interlocutores con el gobierno nacional y el congreso de la república. Allí fue donde se lograron crear los primeros pasos que iban a tener el marco de trabajo frente a la Constituyente de 1991, porque para esos años el M19 era una guerrilla y no podían intervenir de alguna manera en las instituciones del Estado.

A través de estas interlocuciones en el Congreso de la Republica se originan artículos en la constitución política de Colombia que se relacionan con la órbita de los satélites geoestacionarios y el tema del espectro radioeléctrico. Se comienzan a desarrollar discusiones sobre la plataforma submarina, que en la práctica son los derechos naturales, los bienes públicos inherentes a las comunicaciones, incluido el espectro electromagnético y adicionalmente el espacio aéreo, que es lo que se usa en sí para las telecomunicaciones del espectro radioeléctrico.

Se logra introducir los primeros elementos extraordinarios que tiene Colombia frente a las comunicaciones en el país, sin embargo, estos tienen una complejidad para la fácil comprensión por parte de los ciudadanos, porque son derechos de cuarta generación y requieren de una pedagogía que involucre el nivel tecnológico y la apropiación del futuro de las telecomunicaciones. En Colombia no se desarrolló un sentido de pertenencia por los satélites, frecuencias, espectro radioeléctrico y plataforma submarina y ahí es donde se instalan los cables trasatlánticos que prácticamente mantienen la extracción de recursos naturales a través del cable submarino que llega de otros continentes, que en la práctica es la conectividad globalizada que tiene todo el planeta (Acosta, 2015).

Adicionalmente a estos elementos de bienes naturales o bienes públicos, se comenzó a trabajar, a partir de la década de los 90 del siglo XX, en la carta magna

el artículo 20 de la Constitución, que se refiere a la libertad de expresión, el derecho a la réplica y la libertad de crear medios de comunicación en Colombia.

ARTICULO 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

El concepto de espectro electromagnético como un bien público que forma parte del territorio colombiano y que es propiedad de la nación (artículos 75, de la Constitución 1991)

Es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético. (Constitución, art 75)

Aunado a ello, se promulgó la ley de telefonía móvil celular y telecomunicaciones (Ley 37 de 1993) en el gobierno de Cesar Gaviria, con el nuevo liberalismo y la propuesta de abrir la frontera para el ingreso del libre mercado o neoliberalismo, comenzó a dejar por fuera a las entidades públicas del estado, en lo que también podía ser la oportunidad histórica para ofrecer a los ciudadanos al menos una participación del sector de las telecomunicaciones.

En Colombia está vigente la Ley 1341 de 2009 y la Resolución 415 de 2010 que forman parte de un compendio jurídico estatal que advierte normatividades que se tienen al respecto. Cabe precisar también que este tipo de resolución irradian principios del deber ser del cómo debería ocurrir esta radiodifusión entendida dentro del marco legal, social y esquema geopolítico en el que se encuentra. Así mismo, en esos principios se puede vislumbrar no solo la finalidad con la que fue creada sino también el grado y nivel de responsabilidades.

La Ley de Telecomunicaciones 1341 en el 2009, que regula el acceso y uso del espectro radioeléctrico, menciona un tiempo de 10 años como duración para usufructuar las licencias del espectro y esta ley se acoge a lo expuesto en el artículo 75 de la constitución política de 1991 (ley 1341, 2009). En relación con la Resolución 415 que es el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia, se manifiesta que la radiodifusión a través del espectro es un servicio público, que está bajo la responsabilidad del Estado, con el fin de satisfacer las necesidades de telecomunicaciones de los ciudadanos del país, con el objetivo de garantizar la libertad de expresión, de la información y de la difusión de la cultura en aras de fortalecer la democracia y la participación (Resolución 415, 2010)

Han sido muchas las entidades del estado a través de organizaciones sindicales del sector de las telecomunicaciones como Sintra teléfonos de la ETB o las Empresas Públicas de Medellín EPM que han dado esa lucha por el fortalecimiento y la defensa de lo público. En el caso de televisión, la Ley 182 de 1995 en el gobierno de Ernesto Samper reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para el desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de televisión.

Tiempo después el 10 de enero del año 2012 se constituye la ANTV a través de Ley 1507 de 2012, por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia televisiva, en donde se dictan disposiciones como la creación de espacios étnicos y otros sectores de la sociedad. Lo último en reformas sobre el espectro en Colombia se remonta al debate que se dio con la ley 152 de 2018, propuesta que se debatió durante la legislatura del congreso en el año 2019, el argumento del gobierno nacional se centra en la conectividad y modernización de las telecomunicaciones.

Durante el 2019 se evidenciaron diversos artículos problemáticos como por ejemplo el remplazo de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) una organización con cierta autonomía y con representación de diferentes sectores de la sociedad. La ANTV fue remplazada por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) que en la práctica laboral designa a sus funcionarios

desde el gobierno nacional o a través de las instituciones controladas por el gobierno; en su ejercicio de vigilancia, por ejemplo, el sector de medios de interés público designa un funcionario.

También se encuentra en el documento que excluye a los representantes de la academia o realizadores de contenidos. Los procesos de selección de los funcionarios de la CRC es claro que solicita las hojas de vida con perfiles para de profesionales del derecho, la tecnología y la política. En el caso del funcionario que viene del sector político está directamente nombrado por el gobierno de turno y deja en manos el control de las telecomunicaciones en un funcionario elegido desde los intereses de la burocracia que tiene una fuerte relación entre empresarios, políticos y medios de comunicación; es más, en muchos casos una sola persona dueño monopoliza los tres sectores.

Otro de los puntos implicados en esta dinámica tiene que ver con la concentración del espectro electromagnético, que como bien lo indica La Ley de Telecomunicaciones 1341 en el 2009 el acceso y uso del espectro radioeléctrico es por un periodo de 10 años y en esta nueva ley 152 de 2018 se plantea entregar a los medios privados un tiempo de 20 años de licencia que incluye canales de televisión, radio y multinacionales de telefonía celular (MINTIC, 2019).

4.4. Muchas leyes y mucha IN-comunicación

Existe una ley que ha generado gran polémica frente al nombre que se le adjudicó, porque se hablaba de convergencia o TIC, cuando en realidad regula medios tradicionales como radio, televisión y telefonía, en ningún apartado de la ley se regula a las empresas de tecnología y de esta manera deja en desventaja a la misma industria nacional de medios, los cuales, paga altos impuestos a la nación por las licencias. Sin embargo, la ley deja por fuera de una regulación estricta a las grandes multinacionales que ofrecen todo tipo de plataformas en el territorio nacional.

Esta orientación de las leyes de medios en Colombia termina beneficiando a las empresas extranjeras y les permite usufructuar el espectro electromagnético sin

controles rigurosos. En diversas oportunidades se ha escuchado las supuestas medidas que podrían tomar estas multinacionales si el gobierno de turno les hace alguna regulación, los pone en cintura tributaria o les exigen compromisos con la nación, como, por ejemplo, cuando llegue el momento de emitir o interrumpir la parrilla de programación de plataformas como Netflix, Amazon o Facebook, porque hay un interés de circular información propia del territorio que garantice la soberanía e identidad de los coterráneos. Estas organizaciones han manifestado el retiro de las plataformas si el gobierno les comienza a gravar con fuertes impuestos de funcionamiento o si reglamentan alguna norma, plantean retirarse del país y no ofrecer el servicio, siendo esto un ejemplo de cómo el Estado-Nación es sometido a un capital foráneo, dejando claro que los servicios Over The Top (OTT) están por encima de todo, son libres de hacer lo que deseen el territorio nacional.

El espectro electromagnético es un bien público y la Constitución Política de Colombia ha manifestado en anteriores artículos que debe ser financiado y administrado directamente por el Estado, sin embargo, la evidencia muestra como son diversas las formas de privatizar este bien común. La Constitución de 1991, eliminó el monopolio estatal de la prestación del servicio de las Telecomunicaciones en Colombia, pero se le entregó esa concentración del espectro al sector privado. En ese sentido, analizar lo que al respecto indica la carta política del país, lo que permite analizar las posibles contradicciones del documento porque el artículo 20 invita a fundar medios de comunicación masiva y de esta manera lo hacen personas naturales o jurídicas, pero en la práctica el monopolio lo tiene el sector privado.

Esta serie de antinomias frente a las leyes que la consagra la carta magna habla del espectro electromagnético como un bien público en el artículo 75 llegando al punto de afirmar que este es un derecho inajenable. Sin embargo, páginas más adelante aparece el artículo 333, que habla de la actividad económica a través de empresas que pueden acceder al patrimonio de la nación. Se permite la libertad de inversión privada, dentro de los límites del bien común (constitución, art. 333)

De esta manera se van configurando procesos de privatización del espectro electromagnético a través de leyes que sirven como mecanismo de control de las clases dominantes, la ley 1900 de 1990 consolida este proceso de entrega de los servicios públicos a empresas privadas mediante la figura de la concesión. “Las telecomunicaciones son un servicio público a cargo del Estado, que lo prestará por conducto de entidades públicas de los órdenes nacional y territorial en forma directa, o de manera indirecta mediante concesión, de conformidad con lo establecido en el presente Decreto (Ley 1900, 1990).

Años más tarde política de los contratos de concesión se fortalece a través de otro tipo de normas jurídicas, este es el caso de la ley 80 de 1993. “Los servicios y las actividades de telecomunicación serán prestados mediante concesión otorgada por contratación directa o a través de licencias por las entidades competentes, de acuerdo con lo dispuesto en el decreto ley 1900 de 1990 o en las normas que lo sustituyan, modifiquen o adicionen” (ley 80 de 1993). “Los concesionarios de los servicios de radiodifusión sonora, podrán ser personas naturales o jurídicas, cuya selección se hará por el procedimiento objetivo previsto en esta ley, de acuerdo con las prioridades establecidas en el Plan General de Radiodifusión que expida el Gobierno Nacional” (ley 80 de 1993)

El proceso de la entrega del espectro va acompañado de la política neoliberal y de las formas de control jurídico que decreta el poder hegemónico, entre estos sectores se puede mencionar la economía, las telecomunicaciones, el espectro radioeléctrico, la telefonía móvil, celular, las aplicaciones tecnológicas, incluido el microondas y los satélites que son las frecuencias más altas que requieren menos potencia para el alcance que logra la conquista del espacio y todo tipo de recursos naturales que le pertenecen a la nación.

Como lo confirman estos documentos reglamentarios el espectro electromagnético y radioeléctrico termina siendo entregado al sector privado a través de concesiones o licencias, pero aquí es donde viene el problema de la formación en cultura política, porque el pueblo colombiano no ha logra comprender la

dimensión y la importancia del Derecho a la Comunicación. La incapacidad de los líderes en crear un movimiento o una pedagogía del derecho a comunicar derechos ciudadanos (Alén, 2018) no ha generado un mecanismo de comprensión sobre las necesidades más básicas de la población. Asuntos como el agua, los recursos naturales, la salud, la educación y el alcantarillado son complejos de socializar como derechos fundamentales de la sociedad.

La producción de sentido que se hace sobre la exigencia de derechos por parte de algunos habitantes de la población, son vistas como acciones vandálicas o peticiones de personas que quieren todo regalado, no hay conciencia sobre la labor que deben cumplir los gobiernos en un estado social de derecho (Loreti, 2016).

El derecho a la palabra es esencial, para exigir otros derechos de la ciudadanía entre estos el espectro radioeléctrico, bien público y propiedad del Estado, un recurso común de todos los colombianos; dicho de otra manera, bajo la tutela del Estado se debe ejercer un control riguroso sobre las concesiones, que estas no sean monopólicas y que mantengan el patrimonio público. Por ejemplo, en el caso de los contratos de telefonía móvil celular que fue regulada en los años 90 a través de la ley 37 de 1993, planteó una serie de responsabilidades a los participantes privados, obligaciones relacionadas con la reversión de activos en infraestructura, tecnología y plataformas afecta directamente a los contratos de concesión así estos tengan vía libre para funcionar en el espectro. “El servicio de telefonía móvil celular estará a cargo de la Nación, quien lo podrá prestar directa o indirectamente, a través de concesiones otorgadas mediante contratos a empresas estatales, sociedades privadas, o de naturaleza mixta en las que participen directa o indirectamente operadores de la telefonía fija o convencional en Colombia (Ley 37 de 1993).

El concepto de la revisión de activos le permitió a la Contraloría General de la República en el año 2013, solicitar una investigación para que los operadores,

Claro y Telefónica, le pagaran 4,8 billones de pesos al Estado colombiano por el comportamiento poco transparente en términos de patrimonio empresarial.

A Claro le corresponde pagar más de \$3,1 billones mientras que para Telefónica el monto supera los \$1,6 billones. La controversia se originó en 2013, cuando la Corte Constitucional, ante una demanda de la Contraloría General, advirtió que a los contratos de concesión que le dieron vía libre a la telefonía celular a mediados de la década de los 90, se les aplica la cláusula de reversión de activos², así leyes posteriores hayan desmontado ese concepto (Revista Semana, 2017).

Desde esa época el derecho a la información, las luchas por la banda ancha, la democratización de servicios de telecomunicaciones, la reivindicación por la accesibilidad a satélites o la participación en el espectro, ha sido una esperanza para algunos sectores de la sociedad colombiana.

La democratización de las frecuencias se puede garantizar si la ciudadanía está informada sobre estos temas, se puede ejercer control social, veeduría y lucha contra la corrupción, ya que un Estado moderno requiere pensarse en la participación, porque de otra forma sería demagogia. En el marco de informe de la Unesco sobre el Derecho a la Comunicación, se retiraron países como Estados Unidos, Canadá, Japón y otros, porque los países del Tercer Mundo habían precisamente promovido el acceso a más voces en los medios, no solamente desde países pobres en vías de desarrollo.

Ese discurso novedoso llevó a los empresarios a comprar medios de información para reproducir sentido, ideas y estereotipos. La lucha que viene dándose

² Durante el año 2017 el gobierno nacional hizo una revisión de los contratos establecidos con entidades prestadoras de telefonía móvil e internet en Colombia. En esta investigación detectada por las entidades reguladoras se pudo encontrar que el capital que se registró en años anteriores por parte de algunas empresas que ofrecen el servicio de telecomunicaciones habían mejorado sus inversiones o tenían nueva infraestructura sin realizar una actualización de impuesto desde los años 90. Debido a esta evasión de impuestos fueron sancionados a pagar más de 4,7 billones de pesos, esta investigación se registró en la Revista Semana en el año 2017, con el titular: implicaciones de la demanda contra Claro y telefónica aún está por verse.

anteriormente a través de organizaciones como la Unesco, en el marco de las Naciones Unidas, llevó incluso a una ruptura por este sueño en países en vías de desarrollo, esa oportunidad por democratizar las frecuencias y entender la comunicación como un derecho humano, le permitió a la Unesco orientar tres tipos de medios en el mundo: medios institucionales o del Estado, por ejemplo en Bogotá el Canal Capital a nivel de otras regiones de Tele Antioquia y Tele Pacífico espacio público del Estado. El sector privado con empresas como RCN y Caracol, que concesionan frecuencias en radio y televisión, por último, los medios comunitarios y alternativos. Antes de la Constitución del 1991 en Colombia, quienes utilizaban el espectro sin autorización del gobierno nacional se denominaban delincuentes o piratas y eran perseguidos por las autoridades. Los medios comunitarios o emisoras alternativas que transmitían al margen de normativas radiofónicas eran *radios truchas* (Eliades, 2015) que transmitían a pesar de las exigencias legales en la asignación de frecuencias en el espectro y muchas emisoras comunitarias recurrían a las acciones de tutela, argumentando el derecho establecido en el artículo 20 de la constitución política de Colombia de 1991.

A pesar de la negativa de los gobiernos, de permitir el acceso a los medios, las emisoras comunitarias lograron generar la sentencia T-460/06, que es el pronunciamiento sobre las concesiones de licencias para la prestación del servicio de radio comunitaria en Bogotá, el cual planteó la libertad de fundar medios de comunicación masiva, haciendo énfasis en la libertad de expresión. Esta sentencia tenía el rol fundamental de brindar un espacio a diversos sectores de la comunidad excluidos de espectro radioeléctrico. El Derecho a la Comunicación facilita el fortalecimiento de la democracia y la participación en comunidades urbanas y rurales (corte constitucional de Colombia, Sentencia T. 460-06).³

³ Sentencia T460-06 la cual le otorga el derecho a concesión de licencias para la prestación del servicio de radio comunitaria en Bogotá a varios medios comunitarios de la ciudad, con el propósito de fundar medios de comunicación masiva, ejercer el derecho a la libertad de información y acceder al espectro electromagnético como bien público inenajenable e imprescriptible.

Sin embargo, como lo indica la resolución 00415 del 13 de abril del año 2010 ⁴ sobre la radiodifusión en Colombia solo pueden ser canales masivos y cadenas radiales aquellos medios que tengan más de cinco emisoras en el territorio nacional. Esta regulación es del año 2010 y está vigente en Colombia, siendo un claro ejemplo de los privilegios que se otorgan a las empresas privadas al ser los únicos oferentes que tienen el músculo económico y las plataformas tecnológicas para conectarse a nivel nacional.

Históricamente ha sido reducido el apoyo de los gobiernos de turno a los medios públicos y comunitarios, esta situación los ha condenado a los medios comunitarios a no crecer como medio, a tener espacios marginales de carácter local, sin la oportunidad de llegar a diferentes regiones del país. En torno al otorgamiento de licencias y frecuencias de radiodifusión en la ciudad de Bogotá, la resolución 460 de 2006 se convierte en un referente importante para el ejercicio del Derecho a la Comunicación y diversos medios comunitarios dieron un debate distrital sobre acceso a los medios, sin embargo, como lo hemos visto esta iniciativa no ha tenido un alcance masivo.

Es precisamente en el acuerdo de paz con las FARC,⁵ en donde se contempló la proyección de medios de largo alcance, no solamente para emisoras en zonas de conflicto, sino también se hizo referencia a la democratización de las frecuencias del espectro radioeléctrico para que estas tengan mayor amplitud en la señal. Con

⁴ Resolución 00415 del 13 de abril del año 2010 también ordena que solo se puede ofrecer el servicio de radio por parte de una sola empresa en una ciudad, sin embargo, Caracol Radio, la w radio, los 40 principales, la emisora bésame pertenecen a la empresa prisa y están en la misma ciudad. Esto puede ser interpretado como un monopolio del espectro o como un dicho utilizado en Colombia, hecha la ley, hecha la trampa.

⁵ En el año 2016 se dieron a conocer los acuerdos del teatro Colon, entre el gobierno de Juan Manuel Santos y la guerrilla de las FARC, dicha negociación fue publicada por la página de la Cancillería de Colombia. En el punto número 2 que habla de la participación política y la apertura democrática para construir la paz, se hace énfasis en la página 45 sobre la participación de medios de comunicación comunitaria, institucionales y regionales, con la adjudicación de licencias y la democratización en el uso del espectro electromagnético.

el financiamiento del Estado a los medios comunitarios se pueden fortalecer espacios como la televisión de interés público, con el propósito que las poblaciones, las culturas y territorios se puedan expresar. La pregunta que surge aquí, acerca de si un fundamento esencial de la Democracia en este escenario constitutivo legal y ciudadano implica tener más voces en el espectro; de no ser así, simplemente vamos a seguir reproduciendo lo que piensan unos pocos medios masivos de información direccionados desde aparatos ideológicos de empresas y grupos económicos.

5. ESTADO DE LA CUESTION DEL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

El informe Mc Bride es un argumento fundamental para la elaboración de la política pública en medios, sin embargo, estas acciones no tienen el apoyo necesario de la ciudadanía. La primera hipótesis sobre el derecho humano de la comunicación es la baja conciencia de participación en defensa de este derecho social, el pueblo no se moviliza por la comunicación (Macbride,1988), sin saber que este bien común hace parte de los gastos y el consumo de la canasta familiar. En tiempos de pandemia, se evidencio como el Coronavirus generó la necesidad de conectividad de muchos países, el acceso al teletrabajo y la educación virtual fueron aspectos problemáticos que los estados no pudieron garantizar como derecho. Muchos de los sectores de trabajadores y profesores convirtieron esta situación en argumentos de protesta, los colectivos alternativos se quejaron por la conectividad. Sin embargo, estas denuncias y fenómenos de exclusión no pasan de ser asuntos esporádicos si la ciudadanía no genera acciones de movilización por el Derecho a la Comunicación.

Son muchos los derechos sociales que se reproducen a través de los grandes canales de televisión o radio, diariamente se habla de salud, educación, servicios de alumbrado y alcantarillado, en noticias que construyen el sentido de la opinión pública. En los procesos de participación, se conjugan diversas luchas, una es la defensa social, que va a la par con la lucha política y esa combinación permite tener logros en la democratización de la comunicación en América Latina. Algunos indican que la política pública viene desde arriba, otros que es una construcción que se hace desde abajo (Moraes, 2011).

Durante muchos años en Argentina colectivos comunitarios promovieron la aprobación de una ley de servicios de radiodifusión⁶ o una ley de tercios (Eliades,

⁶ La Universidad Nacional de la Plata publicó la ley 26.522 que regula los servicios de comunicación audiovisual en la Argentina, la cual fue sancionada el 10 de octubre de 2009 y aprobada por el Senado y la Cámara de Diputados de la Nación. En el gobierno de Cristina Fernández.

2015) en donde se otorgaba un porcentaje equilibrado de los medios y la política pública se construyó históricamente desde abajo esperando la correlación de fuerzas en diversos estamentos de la política nacional con la posibilidad de tomar decisiones en torno a las leyes. Hasta la llegada de Cristina Fernández esas condiciones fueron una realidad; eso quiere decir, que la consolidación de esos proyectos termina siendo definidos, desde voluntades políticas desde arriba y los fallos constitucionales motivados por los sectores sociales desde abajo (Moraes, 2011).

Sin embargo, la ausencia de políticas de estado, el cambio de políticas de gobierno hizo que a través de un fallo ejecutivo en la llegada de la administración de Mauricio Macri a través de una firma tumbara la ley de medios, entonces ahí surge la urgencia de una combinación de lo social a través de la acción colectiva y las formas de fortalecimiento de procesos políticos de participación en política pública, la cual, debe ser entendida como una política de Estado y no como antojos de servidores públicos de turno en las presidencia de la república.

Teniendo en cuenta lo anterior es necesario avanzar a un nivel de orden constitucional para reformar las políticas públicas en comunicación, como ejemplo de otros países que implementaron la ley de tercios, con el propósito de trabajar en la democratización de los medios, los gastos de divulgación, el espectro radioeléctrico de pantalla para los tres tipos de medios que tiene Colombia, los cuales incluye un tercio para las organizaciones y movimientos sin ánimos de lucro, medios alternativos, minorías o grupos poblacionales.

Estas propuestas permiten el fortalecimiento de los canales públicos en los territorios apartados, pero también dejando de lado la idea de tener medios comunitarios locales, en Colombia se debe hacer una regulación de una conectividad comunitaria de carácter nacional, que sea un canal con sede en una región pero que pueda cubrir todo el territorio desde el espectro radioeléctrico. En la construcción de una ciudadanía en favor del Derecho a la Comunicación se debe trabajar en la consolidación de una mayoría de edad kantiana en favor de

este derecho; es decir, que la sociedad tenga un grado de madurez y capacidad para presionar a los partidos políticos que tengan voluntad de hacer una defensa consecuente de la distribución del espectro de manera equitativa, en este sentido las organizaciones y el movimiento social son quienes deben imponer condiciones a los partidos políticos y también deben tener una estructura democrática y no dejar abandonados los procesos por el acceso a comunicación.

La historia de las acciones colectivas y el Derecho a la Comunicación se comenzó a plantear desde organizaciones sindicales como Sintra Teléfonos, cuando se logró establecer una convención colectiva que la empresa financiaba un programa de televisión (Acosta, 2020) acción que nunca se cumplió, sin embargo las siguientes acciones del movimiento sindical por interesarse por la importancia de comunicación social, comienza a integrar sectores sindicales, con obvias excepciones, importantes a su objeto, que se pueden observar, en casos como la Federación Colombiana de Trabajadores de la educación FECODE o en el caso de Sintra teléfonos y la Asociación Distrital de Educadores ADE Bogotá que tienen programas de televisión y radio, como órganos informativos.

Posterior a estas experiencias en Sintra Teléfonos, FECODE y la ADE⁷ se comienza a dar acciones en otros sectores a través de concentraciones y plantones, algo totalmente novedoso para la historia del movimiento social y sindical del país, porque al interior de las dinámicas internas de Colombia se identifican fácilmente marchas por la salud, la educación, pero muy pocas iniciativas por la comunicación. En Colombia, este trabajo lo hace la Central de comunicación alternativa, que introduce cinco programas del plan de desarrollo distrital en la alcaldía de Luis Eduardo Garzón en la ciudad de Bogotá en los años 2004 y 2007 de la misma manera en los siguientes tres gobiernos alternativos, a diferencia de la alcaldía de Enrique Peñalosa y de nuevo con la alcaldesa Claudia López, se espera

⁷ Organizaciones sindicales que han intentado pagar espacios en medios comerciales para tener derecho a la palabra. Por ejemplo: la Asociación Distrital de Educadores (ADE) paga un espacio en la cadena radial TODELAR y la Federación Colombiana de Trabajadores de la Educación (FECODE) pagan un espacio en la cadena radial COLMUNDO RADIO, estos espacios son costosos y sólo se transmiten cada ocho días.

tener nuevos programas para el acceso al espectro radioeléctrico en la capital colombiana, así como administraciones que hagan política pública, planes de desarrollo, programas de acceso a medios comunitarios en Bogotá y que fortalezcan a los medios comunitarios alternativos que están luchando por ser un movimiento social, pero a su vez un sector con autonomía económica.

En palabras de presidente de la Central de Comunicación Comunitaria (Acosta, 2020) esta organización ha permitido en los últimos años, liderar procesos para confrontar políticas hegemónicas como la privatización y venta de la empresa de teléfonos de Bogotá (ETB) en la administración local de Enrique Peñalosa.

Los medios comunitarios agrupados en la central han dado una defensa por el patrimonio público, incluso oponiéndose a leyes que afectaban aspectos de presupuesto destinados a medios comunitarios. La pretensión era que los medios masivos terminaran apropiándose de estos recursos a través de la empresa privada. Las industrias mediáticas de carácter particular tenían el propósito de concentrar el dinero público destinado al fortalecimiento de los medios comunitarios en Bogotá, siendo esta, una de las formas de liquidar y dejar en la inopia a los medios populares.

En el año 2015 se realizaron acciones colectivas acompañadas con un plantón musical frente a la Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de perifoneo por toda la Plaza de Bolívar se difundió el monopolio y la concentración que se hace de los recursos destinados a la comunicación en la ciudad capital. Los participantes de esta actividad le hicieron un llamado de atención y le exigieron a la Alcaldía Mayor de Bogotá el cumplimiento de las normas de comunicación comunitaria al mandatario de la época Gustavo Petro. También se realizaron otro tipo de plantones en el Concejo de Bogotá con el propósito de establecer una regulación a favor del presupuesto de Gastos e Inversiones de Bogotá que, de alguna manera, y

especialmente fue el nacimiento del Decreto 744 del 6 de diciembre 2019,⁸ para el fomento de recursos de medios comunitarios y alternativos condensado en el artículo 44 del mismo.

La acción colectiva y el acompañamiento de plantones en el Concejo de Bogotá, permitió la visibilización del Derecho a la Comunicación, como una demostración de las capacidades comunicacionales para fortalecer procesos de transformación. Se observa, que se va creando una dinámica de preguntas clave por parte de actores directamente implicados en el campo de la Economía Política de Medios, puesto que el aspecto económico es fundamental en la política pública.

A través de la Secretaría de Desarrollo Económico, los medios de carácter comunitario están gestionando financiamiento, para crear un diseño de proyecto que beneficie la estructura de una central de medios con visión de asociativa, que articule y permita dar soluciones a las necesidades más básicas. Desde estos antecedentes de la Central de Comunicación Comunitaria es importante destacar el apoyo brindado por la secretaria de Desarrollo Económico, la cual, ofreció orientación en el diseño de la creación de la central. Sin embargo, en estos procesos de articulación no todos los medios comunitarios quieren estar y pueden participar. Son diversos los motivos que no permiten, en este caso particular, la unidad en la diferencia; entre estos, podemos citar ejemplos como la independencia periodística o querer estar unidos o agrupados. Pero no todos los actores quieren estar unidos, el individualismo es una de las razones más frecuentes para que no se generen las sinergias necesarias entre los dirigentes y líderes de estos colectivos, quienes quieren ser a la vez, los comandantes y la cabeza visible, pues prefieren, como reza el conocido refrán “ser la cabeza de un pequeño ratón y no cola un león”.

⁸ La Alcaldía Mayor de Bogotá emitió el decreto 744 del 6 de diciembre de 2019, la democratización del acceso a medios de comunicación, legalmente inscritos al Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal IDEPAC.

Los colectivos y sectores sociales crean sus propios y pequeños nichos, con el tiempo se unen dos o tres y desaparecen en poco tiempo las iniciativas de unidad. Sin embargo, algunos de estos grupos persisten en la iniciativa de buscar acciones para difundir el Derecho a la Comunicación a nivel colectivo y no individual con la figura del líder carismático. Hasta el momento, la Central de Comunicación Comunitaria CCC está compuesta por 53 organizaciones de medios. También tienen otras, pero 20 iniciativas de comunicación que son aliados (Acosta, 2020). Cuando se desarrollan convocatorias, seminarios u otro tipo de acciones colectivas pueden llegar a 120 instituciones. Por lo general en los procesos de unidad las organizaciones se quiere la ley del menor esfuerzo, con escasa participación, en la que los participantes se niegan apoyar económicamente los procesos debido a las cuotas de afiliación y sostenimiento de la central. Tales dificultades no son solo el apoyo en la movilización de los sujetos, también están los aprietos de financiación del proyecto colectivo.

A pesar de ubicar esta iniciativa en la ciudad de Bogotá, la idea de la CCC es tratar de consolidar una propuesta a nivel nacional. Las dificultades que se han encontrado en este proceso han sido la falta de educación política y el analfabetismo sobre la categoría del Derecho a la Comunicación. Los medios comunitarios se han convertido en un “descampadero, un rebusque”⁹ en la ciudad, las localidades y el barrio, con la poca proyección del agrupamiento de colectividades que permite avanzar en la generación de una totalidad por los derechos de la comunicación. Actores del mundo de la comunicación pública, instalados en medios escritos como periódicos, revistas y otros, participantes de los medios audiovisuales como la televisión, portales de información, radio y todo tipo de poblaciones, como las destinadas a poblaciones de discapacitados, el sector de minorías étnicas, los estudiantes universitarios de comunicación social, y muchos otros agentes sociales, han ido consolidando este proceso

⁹ Estas expresiones coloquiales hacen referencia a escenarios muy puntuales, improvisados (descampadero) y un contexto de economía muy informal, casi sin ninguna estructura organizativa.

Una acción contundente con otros medios a través de una acción colectiva de movilización ha contado con la voluntad política del Gobierno Distrital de Bogotá para integrar un pacto de producción alternativa y unidad de medios para luchar y trabajar, desde sus propios territorios y sectores por el derecho al acceso al espectro, el derecho a la democratización de esos espacios, la adjudicación de licencias que se ha concentrado desde algunos monopolios de la palabra. Esta pedagogía se potencia desde la realización de foros nacionales con el propósito de presentar un proyecto de ley por la participación en el espectro, el capítulo sobre libertad de prensa, el derecho de réplica y el fortalecimiento de la Comunicación Comunitaria Alternativa. Una ley de medios integrada a una ley de acceso a la participación, con elementos como la redistribución de las frecuencias del espectro radioeléctrico, Asignadas tanto a radio como televisión, la democracia de banda ancha, la democratización de la infraestructura desde el orden nacional, departamental, distrital o municipal.

Con la inclusión de seguridad laboral y social, para los sectores involucrados como gestores de los medios de comunicación comunitaria, en la que muchos ciudadanos defienden toda una vida de lucha por estos derechos, pero no tienen una formalización que los proteja en esta labor. En el marco local del derecho a la información hay un debate muy fuerte que necesita avanzar incluso en el caso de Bogotá. Los medios comunitarios deben realizar una reestructuración para lograr desarrollar plenamente la Ley de Medios. Sin embargo, aunque exista la voluntad política de algunos sectores, es necesaria la movilización ciudadana, porque los congresistas alternativos simplemente van a dejar una constancia de esa voluntad histórica y en el fondo eso no sirve para nada si no existen las condiciones de construcción social

Colombia se encuentra en un estado de resistencia y a veces se encuentra exigiendo derechos básicos como el respeto a la vida de los líderes sociales y se deja de lado el trabajo para avanzar sobre otros derechos de cuarto nivel, que requieren inversión de recursos para garantizar proyectos que involucran la democracia real. En medio de la realidad del Derecho a la Comunicación surgen

preguntas sobre el cómo contagiar a la gente, ¿cómo hacer una conexión entre los intereses de la ciudadanía y el surgimiento de un vínculo afectivo por la comunicación?, ningún ámbito de reflexión sobre esta categoría ha logrado explicar al interior de las bases populares, el bienestar que representa democratizar la comunicación.

Por tal motivo es necesaria una pedagogía por el derecho a la palabra, con el propósito de adelantar agendas y planes de acción, con los directores de medios comunicación, sindicatos, organizaciones, movimientos sociales, medios públicos, privados y comunitarios. Que los colectivos puedan construir la sintonía que necesita el Derecho a la Comunicación, que los ciudadanos sientan la necesidad de conectarse con este bien común. Con el transcurrir del tiempo los nuevos movimientos sociales se han sectorizado y por naturaleza se enfocan en luchas propias de la mayoría que representan. En este sentido, se observa de manera burocrática los propios intereses del sector que representan, no solamente dejan de hablarle a las bases que lideran, sino que dejan de mantener intereses por mantener una comunicación con las ciudades.

Para poder hablarle al país y llegar con un mensaje directo en torno a temas como la reclamación de derechos, es indispensable el acceso al espectro radioeléctrico, la difusión de todo tipo de denuncias sobre violación de los derechos humanos, las diferentes injusticias que ocurren en el país, solo se pueden circular de manera masiva a través de las ondas. El derecho de dar a conocer las problemáticas laborales, los problemas de los trabajadores de la salud en medio de una pandemia, los temas de desempleo, el incremento de la pobreza, las reformas tributarias que aquejan a los ciudadanos, son mensajes que necesitan aterrizar en las audiencias, es a través del discurso propio, de la historia contada por las víctimas, de las narraciones hechas por los perdedores que se pueden conocer las demás versiones del mundo de la vida.

Una sociedad individualizada por este fenómeno de in-comunicación según Byung-Chul Han hace que la misma sociedad no pueda construir un relato

auténtico de la realidad que le toca vivir. Los usuarios de tecnología no se sienten representados por los grandes medios de información, algunos sectores de la ciudadanía han comprendido el engaño y la farsa de los grandes canales creados por los poderes económicos y políticos en el país. Aquellos estereotipos históricos sobre el significado de la comunicación han sido confrontados desde las nuevas tecnologías y es una lucha contra-hegemónica contra los hiper-espacios que tienen en el espectro empresas colombianas como PRISA, RCN y Caracol, tanto en radio como en televisión.

En un Estado-Nación donde falla la democracia surge la necesidad de buscar espacios para mantener la comunicación, este derecho sería posible si las mismas condiciones de una consolidación de la paz llegara a su desarrollo máximo, la resolución de conflictos hace parte de esta construcción simultánea, cuando el Estado ha sido privatizado históricamente por regímenes, en especial de extrema derecha, se alían expresamente los medios de información con los políticos más poderosos para entregar a sus patrocinadores y amigos los proyectos más importantes a nivel de comunicaciones, se crean aparatos y dispositivos jurídicos para controlar escenarios como la pauta publicitaria o la concesión de licencias, las condiciones para acceder al espectro son desiguales y lo más democrático es que esa distribución se realice en partes iguales, una parte para los canales públicos, otra para los medios comunitarios y por último, la restante para los medios comerciales.

Pero si estos espacios de comunicación son monopolizados por los patrocinadores de campañas políticas, vemos que todos los días se ofrecen escenarios para analistas y comentaristas cercanos a las políticas neoliberales difundiendo mensajes y discursos en estos canales privados (Serrano, 2009). Precisamente los empresarios dueños de medios no solo consiguen votos a través de apoyos económicos, sino que también, fortalecen la producción de sentido social sobre la realidad. La concentración de la información sirve para controlar la realidad a través de encuestas y datos sesgados mediante noticias, los medios masivos son contratados como aparatos de difusión organizacional, para mostrar una buena

cara de dichas empresas políticas y económicas. El trabajo de esos medios privados es generar reiteración y repetición sobre cierto tipo de versiones de los hechos hasta que se conviertan en verdad.

En Colombia la paz no es el silencio de los fusiles, el aseguramiento de garantías por parte del Estado tiene que hacerse desde una política de lo público. Sin embargo, los ciudadanos no han tenido tiempo para pensar en la comunicación, porque no han resuelto otras necesidades básicas como la luz, el alcantarillado, la salud, la educación, la vivienda, el agua potable y todos aquellos servicios públicos que han sido privatizados; de manera más reciente, la telefonía celular o el acceso a internet, que a propósito el acceso a esas tecnologías se convierte en una de las necesidades más costosas para la canasta familiar. La conectividad es más costosa que el agua potable o la luz y tal vez ese desinterés por la comunicación se relaciona en la manera como se originó en épocas pasadas, los debates sobre los servicios públicos se prestaban de manera pública y gratuita, se desarrollaban en escenarios colectivos como congresos, concejos y asambleas. Aquellos espacios de lo común conocidos como el ágora fueron remplazados por los medios de información.

La comunicación es un servicio público del cual no se conoce mucho, los medios no hacen referencia sobre estos temas, es decir que los medios no hablan de los medios. La comunicación habla de todos los derechos y la sociedad debe irse apropiando de argumentos sobre un derecho que es desconocido al interior de la ciudadanía, pero transversal a todos los demás. En este aspecto es fundamental el compromiso de las facultades de comunicación, que los contenidos que se difunden hacia la comunidad universitaria estén atravesados por el significado de la comunicación como derecho. Estos currículos y programas académicos deben ir más allá de las técnicas sobre presentación en radio y televisión. Tal vez, la oportunidad de entender la comunicación de esa manera no ha tenido frutos porque lo que se enseña en algunos lugares no tiene nada que ver con el derecho a dar la palabra en ningunas de las etapas de aprendizaje del sujeto, el cual no encuentra un lugar en donde difundir lo que se piensa sobre el mundo.

La comunicación se ha entendido como una carrera profesional corporativa, punta de lanza de la propaganda organizacional de la economía y la política, solamente se enseña hacer comunicación comercial, no hay una comunicación alternativa hacia la sociedad para el cambio, la mayoría de profesionales dedicados a la comunicación popular y comunitaria no tienen formación en esta área del conocimiento, muchos se han relacionado con otros campos profesionales y llegan al desarrollo de actividades comunicativas por otras razones. A diferencia de lo que sucede en la universidad Nacional de la Plata en Argentina, en que la facultad de Periodismo se funda en los años noventa en Colombia, como reflejo de una necesidad por lo público. En cambio, en Bogotá hace poco, en el año 2018 se abrió la primera escuela de Comunicación en una universidad pública con énfasis en la defensa de lo público, la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, que tiene un programa enfocado a temas comunitarios y ciudadanos y para el sector académico, en estudios de periodismo es un gran avance tener una facultad que por primera vez es de carácter gratuito y acceso libre.

De acuerdo con lo anterior, se debe plantear una articulación con sectores académicos, sindicatos y demás actores sociales que trabajan por separado en torno a la comunicación, esta fue la experiencia de varios países en la región. Es importante develar las razones por las cuales Colombia no ha desarrollado de manera contundente y unitaria la lucha por el Derecho a la Comunicación. Momento histórico para asumir una responsabilidad social con los nuevos derechos, más vale tarde que nunca, todo indica que hay esperanza por el cambio y que la comunicación se puede sintonizar con las nuevas ciudadanías. Las acciones del movimiento estudiantil se desarrollan con mucha fuerza e independencia, el registro de grandes movilizaciones con la voz de la dignidad de los colombianos, hay otra ciudadanía, los ambientalistas, las mujeres, las etnias, los desempleados, la gente del sector informal, mucha gente en América Latina está dando una lucha por comenzar un proceso de cambio ante el modelo económico y político.

En diferentes latitudes se desarrollan acciones similares, en países como Chile se refleja este cambio en la ciudadanía y en Colombia es exactamente igual, la gente está saliendo a las calles a recuperar lo público. Se privatizó la salud, los estadios y el fútbol, se privatizó el deporte, la gente ya no puede ver los torneos deportivos y al no tener la suscripción o paga por el servicio ya no accede a la información; esos fenómenos sociales, ya sucedieron en Argentina, incluso fueron precisamente los motivos para salir a las calles a buscar el cambio a través de acciones colectivas.

Mientras tanto en Colombia en los últimos años se ha venido hablando de una ley de convergencia o Ley TIC¹⁰ que fue promocionaron desde el gobierno de Iván Duque, que fue aprobada a mediados del año 2019 antes del vencimiento de las licencias de RCN y Caracol. Los conglomerados mediáticos temían algunas modificaciones a la ley en términos económicos, unos de los aspectos que siempre son de interés de los empresarios de la comunicación, quienes buscan a toda costa tener un ahorro en la adjudicación de las licencias. No solo lograron que les descontaran millones de pesos que en la mayoría de los casos son destinados para el funcionamiento de los medios públicos y comunitarios, sino que también lograron ampliar los términos de las licencias, en cuanto a la terminación de la concesión asignada en el espectro en radio y televisión, que ya prácticamente es una eternidad de 20 años a otros 20 años por el buen comportamiento.

Gracias a la prolongación de los periodos en las concesiones y la libertad de no cumplir con obligaciones de impuestos por el uso del espectro, orientó a operadores como Caracol y RCN a informar sobre la necesidad de conectar al país, reproducir un sentido sobre la importancia de tener antenas y tecnología para ampliar las capacidades de banda ancha.

¹⁰ Una de las últimas regulaciones en medios, la llamaron ley de convergencia, pero en realidad reguló el espectro radioeléctrico y dejó por fuera a la tecnología. La propuesta fue hecha por la exministra Sylvia Constaín que en el pasado había sido funcionaria para América Latina en Facebook. Dicha ley TIC fue muy criticada en el país porque terminó beneficiando canales de televisión privados como RCN y CARACOL.

La oportunidad de seguir transmitiendo y no tener deudas con el Estado-Nación hizo que los medios privados soslayaran el debate sobre las condiciones de una ley de convergencia, sobre la entrega del espectro a un capital extranjero, los canales comerciales evadieron todo análisis sobre las comunicaciones, prácticamente el gobierno nacional que a través del control de la (ANTV) Autoridad Nacional de Televisión entregó poder absoluto a la (CRC), Comisión de Regulación de Comunicaciones, esta última encargada del monopolio y el atraso tecnológico, los usuarios quedaron totalmente desprotegidos, excluidos en el avance de la comunicación comunitaria y violan las obligaciones establecidas en el acuerdo de paz y la guerrilla en el punto número dos que habla del acceso a la comunicación (Iñaki, 2019).

Otro de los asuntos de reforma fue la subasta de la discordia¹¹, donde el espectro se ofrece a mercados internacionales de manera clandestina. El Ministerio de las TIC lo promueve como uno de los últimos temas más importantes de las comunicaciones. Sin embargo, las empresas públicas no han tenido acceso en la participación de esta. Es la venta de las frecuencias de más alto alcance en la comunicación, son las que pueden rebotar más fácilmente, sobre edificaciones, sobre montañas y por eso tienen más alcance. En este contexto el espectro asignado para telefonía móvil celular deja excluido los procesos de democratización, donde los favorecidos finalmente el sector privado con Claro o Movistar y las empresas públicas ni siquiera tienen habilitado la forma de apropiación de estos espacios, sectores públicos como la (ETB) Empresa de Teléfonos de Bogotá o el caso de (EMCALI) Empresas Municipales de Cali, no tienen acceso o participación en estos nuevos modelos de comunicaciones.

¹¹ El gobierno de Iván Duque anunció en los medios de comunicación, la venta de una parte del espectro electromagnético a una empresa extranjera de nombre *Partners*, compañía de Islandia, y esta propuesta generó una discordia entre las multinacionales que ya estaban en Colombia y también fue rechazada por parte de la Procuraduría General de Nación porque no respetaron las políticas en la convocatoria. Los sectores alternativos y públicos también son excluidos de este tipo de convocatorias.

5.1. El rol de los medios en los procesos democratizadores en Colombia y América Latina.

Que la sociedad tenga igualdad de oportunidades para hacerse escuchar y que los académicos de la comunicación defiendan la democracia de la palabra, es encontrar la manera para que los ciudadanos trabajen en conjunto por la democratización de este derecho fundamental, lo cual es motivo de esperanza para la democracia en Colombia. Pensar el camino hacia la democratización de las voces o por donde deben ir dirigidas las tácticas que permitan avanzar en este proceso son tareas que están siendo asumidas por nuevas perspectivas académicas, movimientos sociales y sujetos interesados en este tema. Más allá de la falta de las voluntades sociales y políticas, los colectivos poco optimistas para iniciar la defensa del Derecho a la Comunicación deben asumir el reto histórico de marcar los inicios de este camino.

El panorama del Derecho a la Comunicación y las posibilidades de acción colectiva para transformar la realidad en la que se encuentra la pluralidad de voces en Colombia es una deuda con la democracia. El acceso al espectro electromagnético, el estado del Derecho a la Comunicación, las estrategias que se pueden plantear frente a la realidad que viven los sectores relacionados con los medios y la exclusión de los actores que históricamente han sido minorías en espacios tradicionales como la radio y televisión, pueden buscar maneras de articulación para defender el acceso a medios tradicionales y plataformas o tecnologías en convergencia. El propósito es tener un mayor equilibrio en la distribución de las licencias del espectro, para evidenciar de manera equitativa las estrategias de producción y circulación de narrativas propias, diversas y novedosas de los medios comunitarios (Iñaki, 2019).

Los sectores dominantes han visto la importancia que tiene la comunicación y desde el nacimiento de grandes cadenas como RCN y CARACOL se han dado a la tarea de concentrar y acumular las diversas frecuencias radioeléctricas, los diferentes medios masivos en las manos de algunos sectores políticos y económicos han generado un monopolio en la circulación y distribución del

sentido común. En los últimos años en América Latina se han generado enfrentamientos entre los colectivos que hacen procesos populares en Venezuela, Ecuador, Brasil, Argentina y Bolivia, contra los sectores neoliberales que profundizaron la crisis en los años 80 y 90 en torno a las desigualdades, la pobreza, el desempleo, la injusta distribución de la riqueza, la enajenación del espectro electromagnético, la privatización y la profundización del neoliberalismo.

Las empresas privadas no representan los intereses de las ciudadanías y actúan como enemigos de los sectores más desfavorecidos de la sociedad. Es natural ver la pérdida de las necesidades básicas de la población. La desaparición del derecho a la salud, la educación, la vivienda y la comunicación. La pertinencia de fortalecer procesos de formación, articulación y militancia de diversos sectores que hacen defensa de los derechos fundamentales, que tienen el propósito de incluir la comunicación como una de las tácticas que permite consolidar la idea de la democracia en torno al acceso de servicios públicos de primera necesidad en un mundo globalizado, un acceso gratuito y directamente administrado por el estado y la sociedad en general (Mastrini y Becerra 2017 pag.40).

Seguramente quienes han exigido y reivindicado el Derecho a la Comunicación asumen que esta defensa es vital y altruista. Sin embargo, esto no significa que la gran mayoría de la sociedad piense esta iniciativa como una necesidad básica y de primera orden. Por este motivo, la articulación ciudadana debe incluir sectores que conocen y desconocen la comunicación como un campo de interés común, pero esa falta de conciencia no sea un obstáculo epistemológico para generar una pedagogía del significado de la democratización de la palabra en los medios.

Estrategias de participación que conduzcan por el sendero que deben tomar las organizaciones de medios, sindicatos, actores sociales o interesados en generar planes de trabajo para promover acciones colectivas en torno a la comunicación. Teniendo en cuenta la insuficiente voluntad política, jurídica y constitucional por parte de los gobiernos de turno (Moraes, 2011 pág. 19). Si esta propuesta no tiene

la correlación de fuerzas al interior de los partidos políticos en América Latina, se hace indispensable adelantar procesos con los colectivos minoritarios para potenciar y multiplicar la lucha por otra comunicación. Un trabajo intenso de pedagogía y conciencia para presionar a los gobiernos.

En el momento de contar con el apoyo o las condiciones óptimas en términos políticos, es indispensable estar organizados y preparados para que los dirigentes recojan estos proyectos comunicacionales como propuestas programáticas en los planes de gobierno para que sean realizados en los periodos correspondientes del mandato, pero con perspectiva de política de estado y no de gobiernos de turno. Democratizar la comunicación sin el apoyo del estado es un reto bastante quijotesco y frente a esta situación se debe construir una base social amplia y fortalecida que permita el surgimiento de una nueva ley de medios. Desde los años 80 países como Argentina venía trabajando en una propuesta democrática (Becerra 2015, pág. 20) sin embargo, el análisis puede mostrar que era importante que el kischnerismo recogiera esta reivindicación social en marzo de 2009 con un proyecto de ley que sancionó el congreso en favor del Derecho a la Comunicación (Mastrini y Becerra 2017 pág. 27) también fue importante la existencia de organizaciones colectivas que defendieran y evidenciaran estos procesos en las aulas, en las salas de redacción, en los recintos de la democracia, en las asambleas y en las calles.

Muchos de los proyectos comunicativos de carácter comunitario que pretenden generar acciones contra-hegemónicas, son propuestas reducidas a lo local y no han podido encontrar la manera conectarse con iniciativas de larga duración, proyección nacional y articulación internacional. El cambio del sector de las comunicaciones se complejiza cuando las políticas no son de estado sino de gobierno. Las platas administrativas de los canales y emisoras del estado se modifican y finalizan todo tipo de procesos comunicativos que se hacen desde enfoques críticos en el escenario de lo público. Un ejemplo es la Alcaldía de Gustavo Petro, como un fenómeno a resaltar desde un medio televisivo como

Canal Capital¹², espacio de comunicación de interés público que le apostó a un abordaje diferente de la información periodística; Sin embargo, luego del ascenso del Alcalde Enrique Peñalosa este proyecto modificó la parrilla de programación acabando y sacando del aire a diversos programas de análisis político, económico y social.

Otro de los elementos del contexto colombiano es que muchas de las organizaciones de medios comunitarios en las regiones del país han permanecido a la deriva, dominados por organismos legales e ilegales que los han amenazado, perseguido y asesinado. Esta situación es consecuencia del abandono del estado social de derecho y del incumplimiento de las obligaciones de los gobiernos de turno como actores garantes del bien común en términos de las necesidades básicas de la sociedad. La sociedad civil no se ha detenido hacer un análisis de la función social de los medios de comunicación, los cuales están reproduciendo modelos mentales relacionados con una producción de sentido propia de los medios privados y alejados de la naturaleza pública de una comunicación al servicio de la ciudadanía.

Sin embargo, esto no significa que, a pesar del bajo impacto de los proyectos alternativos, de la naturaleza marginal a la que los han relegado, del bajo impacto y trascendencia nacional, estas sean iniciativas mandadas a recoger, que sean un fracaso o una lucha perdida. Todo lo contrario, estas experiencias son valiosas y deben servir como base social para las estrategias de cambio a nivel político, en una articulación de alcance nacional que pueda confrontar a las élites dominantes. Este contexto se fortalece desde una relación recíproca entre la base social y la dirigencia política, quienes deben trabajar conjuntamente en una pedagogía que permita ampliar y sumar más sectores de la sociedad en general. En estas luchas por la democratización de los medios de comunicación, es fundamental construir una sociedad más crítica sobre derechos no reconocidos como la comunicación.

¹² Canal Capital es un medio de interés público en Bogotá y se convirtió en un espacio alternativo para sectores de la ciudadanía que no tenían acceso en los medios nacionales. Este canal de televisión terminó siendo uno de los logros más importantes del Exalcalde Gustavo Petro, en torno a la construcción de democracia desde una parrilla de programación inclusiva.

Entender que a veces se gana y en otras se pierde y que es necesario conocer la historia de lo que sucedió en años pasados para entender lo que está sucediendo en otros países de la región que incorporaron la comunicación a las luchas y reivindicaciones de la sociedad. La comunicación es un fenómeno global y les otorga múltiples herramientas discursivas a los ciudadanos para tomar decisiones frente a lo cultural, social, económico y político. Por este motivo, es urgente la creación de espacios analíticos por parte de la ciudadanía frente a la oleada de información parcializada que se distribuye en los grandes medios de comunicación. Es importante reconocer que el discurso mediático no va a dejar de hacer su trabajo y que la democratización es un norte muy largo que no hemos comenzado a masificar en Colombia, seguramente por las problemáticas de violencia ciudadana y por el conflicto entre grupos al margen de la ley y por la inoperancia de los gobiernos de turno para solucionar otras necesidades básicas como la salud, la educación, la alimentación, la vivienda o el alcantarillado.

Evidenciar que las grandes empresas de medios han logrado interpretar la forma y los tipos de discursos que hacen conexión con los ciudadanos y que al comprender este proceso han puesto a circular narrativas a la orden del consumo y la distribución del sentido común que reproducen los mismos colombianos. Mientras tanto los medios alternativos por circunstancias propias de sus discursos incomprensibles para otras ciudadanía o por presiones externas de persecución por parte de actores ilegales o legales se han reducido a una elite muy pequeña, aislada e incomprensida por otros sectores sociales y políticos.

Es importante trabajar mucho más en las diferencias del discurso y tratar de llegar a consensos que permitan la unidad en aspectos de lenguaje y narrativas que permitan consolidar contenidos de fácil acceso, con un mensaje claro y sencillo para los ciudadanos. Teniendo en cuenta que no se puede perder el análisis y el sentido crítico de las producciones. Las experiencias de medios populares, alternativos o comunitarios no tienen el propósito de ser espacios de carácter masivo, pero esta es una sociedad globalizada y tiene la tendencia a generar procesos de convergencia como los que plantea Manuel Castells, donde hoy en

día existe una auto-comunicación que significa que hay unas audiencias que interactúan de muchos a muchos (Castells, M. 2012) y donde las experiencias particulares terminan replicando los contenidos a escenarios globales.

Para algunos ciudadanos la estrategia de replicar contenidos en nuevos medios de comunicación como las redes sociales se ha convertido en una herramienta revolucionaria para el ejercicio del Derecho a la Comunicación. Sin embargo; estas plataformas pueden engañarnos, en la medida que podríamos entender que estamos participando de procesos democráticos, pero terminamos construyendo vínculos entre sujetos muy parecidos que comparten la misma información y desarrollan un simulacro del me gusta. Ciudadanos que comparten sentido común y que generan interacciones que concuerdan en los patrones del emisor y el receptor. Esto puede terminar generando un proceso de autoimagen que refleja similares pensamientos e ideas, que más adelante pueden crear tendencias en la opinión pública.

La industria de las redes sociales también ayuda a construir vínculos sociales entre los sujetos que comparten información y los patrones del me gusta que hagan parte de un universo donde todo lo que se consume es preparado o programado desde las tendencias registradas en la base de datos del consumidor que navega en las diferentes páginas de internet. Estos fenómenos también ponen en escena la discusión histórica entre *apocalípticos e integrados* donde unos rechazan y otros aceptan (Eco 2004 pág. 33) Utilizando herramientas tecnológicas crean simulacros de participación con sensaciones de libertad y otros analistas rechazan estas prácticas y afirman que estos espacios sirven para vigilar al ciudadano al estilo de gran hermano (Orwell 2012) y también para direccionar el consumo de los usuarios en internet a través de las búsquedas que hacen los usuarios y las bases de datos que tienen las multinacionales de la tecnología como el escándalo de Cambridge Analytica.

En Colombia los últimos resultados del censo que presentó el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)¹³ sobre las conexiones en internet indican que un 37,2 % de los colombianos están conectados a una red (El Tiempo 2018) hace pensar que la idea del acceso a las nuevas tecnologías son un simulacro de la democratización de la comunicación. Estas plataformas sirven para recibir información, pero al mismo tiempo permiten transmitir la voz de los ciudadanos al utilizar las redes sociales como un micrófono. Sin embargo, no basta con poseer los aparatos y tener acceso a la tecnología. Es importante que las audiencias tengan un nivel de análisis sobre el uso de la información que se recibe y se produce en medio de políticas de distribución como las que plantea Nancy Fraser (Fraser, 1997).

La materia prima de los medios de comunicación es la información y en Colombia como en Latinoamérica estos espacios están monopolizados por sectores económicos que han diversificado sus inversiones financieras, son dueños de bancos como en el caso de Sarmiento Angulo y también hacen otro tipo de concesiones con el estado como en el caso del contrato de la carretera que conduce de la capital colombiana a la región de los llanos orientales, donde murieron varias personas por el mal estado de la vía pero el gobierno no emitió sanciones ni cancelación del contrato con la firma concesionaria. Sarmiento Angulo es el accionista mayoritario del periódico el tiempo, que también es dueño de semanarios en algunas regiones del país y de un canal de televisión “citytv”. Este fenómeno es prohibido en algunos países como los EE. UU. en donde los accionistas de periódicos no pueden ser dueños de canales de televisión, esto con el fin de evitar la concentración de medios (Mastrini, 2015).

¹³ Se puede afirmar que el (DANE) Departamento Administrativo Nacional de Estadística, es la entidad más cercana a la realidad del país, porque hace una estadística a través de una muestra representativa que incluye a la gran mayoría de los colombianos. Por ejemplo: en el 2018 pensamos que éramos 50 millones de colombianos y en verdad eran 48 millones, también pensábamos que éramos una sociedad conectada y no alcanzamos al 40 % de conexión a cable de internet o servicio móvil.

En la mayoría de los países de la región el espectro electromagnético es entregado a sectores económicos, públicos, militares o religiosos. Las fuerzas armadas, la iglesia y algunos empresarios tienen un porcentaje alto de las licencias de radio y televisión en Colombia y la discusión frente a esta realidad no es que estas organizaciones sean las encargadas o idóneas para informar al país, sino que en medio de los principios del Derecho a la Comunicación hay sectores que son excluidos de la distribución de estas frecuencias, dejando por fuera otras voces de la ciudadanía.

Con relación a lo anterior es necesario fortalecer una cultura política en torno a la defensa de los derechos a la comunicación y proyectar las luchas históricas que se han realizado en América Latina en torno a este tema. Estos procesos se han presentado en medio de dictaduras y con casos de persecución de líderes sociales que han defendido la democratización del estado social de derecho. En lugares como Argentina algunos documentos publicados en años anteriores dan respuesta a estos acontecimientos. El año 2002 del profesor Pablo Llonto, infiere que la nación de Argentina no puede ser gobernada sin el apoyo del grupo Clarín. En este país se comienza a hablar de democracia en el año 1983 y desde ese momento se inicia la promoción de campañas que permitan la creación de una ley de medios que confronte el monopolio ejercido por sectores militares y religiosos. La regulación sobre el funcionamiento de la comunicación estaba centralizado y dominado por aparatos ideológicos del poder (Llonto, P. 2008).

En este camino se fortaleció la concentración mediática y con la subasta del espectro aparecieron oligopolios y sectores privados como el grupo Clarín, que en la actualidad concentran un aproximado de más de 200 licencias para radio y televisión, en conjunto con otros grupos económicos como telefónica de España, canal 11 y canal 7, espacio que pertenece al estado argentino y que en los últimos años le han retirado parte del presupuesto y los recursos para el desarrollo de la cultura local en Argentina. Existen medios de menos alcance que terminaron consolidando el total mayoritario de más de 300 licencias en el espectro electromagnético en Argentina (Sierra F. 2018).

Los medios de comunicación que han concentrado el espectro radioeléctrico a través de la apropiación de licencias de televisión, telefonía, internet o frecuencias de radio han tenido la función de reproducir sentido social, distribuir ideas con que orienten la agenda mediática de las audiencias y también han tenido el objetivo de poner en circulación todo tipo de ideologías heredadas de las dictaduras de turno. Hacia la época final de la dictadura en Argentina, se comenzó un proceso de apertura de diversos medios alternativos que en muchos casos eran clandestinos e ilegales por estar fuera del ejercicio legal de las licencias. Muchas de las alternativas comunicativas fueron tildadas de medios ilegales por el simple hecho de no tener acceso al espectro radioeléctrico; por tal motivo promovieron una ley de medios como alternativa jurídica para garantizar el derecho a la palabra en medio de la dictadura militar (Cremonte J. 2018, pág. 10)¹⁴.

Muchos ciudadanos creaban emisoras alternativas en pequeños barrios para poder transmitir sus mensajes en un espacio limitado para que no fueran perseguidos o censurados por el gobierno de turno. Desde la creación del diario Clarín en plena dictadura, este medio se convirtió en un espacio utilizado para manipular información y concentrar otros medios como cadenas radiales, portales informativos y canales de televisión, con el paso de los años este periódico se autodenomino Grupo Clarín. La apropiación medios tradicionales se produjo bajo estrategias de tortura hacia los dueños de papel prensa y con la utilización de mecanismos de presión que facilitaron la apropiación y el monopolio de los diarios más importantes de Argentina (Llonto, P. 2002).

En Argentina hay ciudades como Buenos Aires en donde la diversidad de medios se ve representada en espacios como la Nación, Pagina 12 y Clarín, sin embargo, en algunas provincias el único medio que llega en horas de la mañana es el periódico Clarín, los demás medios llegan en horas de la tarde o otros después de una semana (Llonto, 2002). Este fenómeno refleja el monopolio y la manera

¹⁴ Este análisis sobre lo que sucedió después de la dictadura militar, hace parte del prólogo presentado por Juan Pablo Cremonte en el libro Avances y retrocesos en las políticas de comunicación en la Argentina.

desigual como se distribuyen los diarios en el país, en el que muchas de las empresas encargadas de la distribución tienen relaciones comerciales con el grupo Clarín.

Cuando estos medios de comunicación realizan la labor periodística e interpelan a las audiencias buscan construir una relación entre las opiniones los líderes de los partidos políticos y las interpretaciones de los ciudadanos. Esta situación consolida los intereses de algunos dirigentes en la construcción de realidad, sin embargo, al momento de la deliberación o cuando se ven comprometidos y señalados como medios parcializados recurren a las enmiendas del derecho a la libertad de expresión y hacen uso de argumentos orientados desde la censura a los periodistas de Clarín. El documental de Pino Solanas memoria del saqueo 1976-2001, cuenta que históricamente los gobiernos han querido quedarse con la propiedad de algunos medios de comunicación y a través de acciones como las que se mencionaron anteriormente favorecen los intereses de sectores privados que buscan consolidar el monopolio de escenarios políticos, mediáticos y económicos.

El caso argentino nos plantea que los medios de comunicación van construyendo interpretaciones de la realidad a través de diversas estructuras del poder, con el apoyo de diferentes partidos políticos y la incidencia que estos tienen sobre algunos sectores sociales. Esta situación ayuda al fortalecimiento de gobiernos neoliberales en el continente y es una de las razones de inconformidad por parte de los ciudadanos en la crisis de Argentina, recopilada por el periodista Miguel Bonasso, en el libro *el Palacio y la calle, crónicas de insurgentes y conspiradores* (Bonasso, M. 2002).

Luego del avance de algunos gobiernos de carácter progresista, se comenzó a plantear una estrategia de los sectores más recalcitrantes del neoliberalismo para generar un llamado a un golpe blando, que se estructura en diferentes países de la región con el objetivo de retomar el poder ejecutivo por parte de los partidos políticos de derecha tradicional con el apoyo de los medios de comunicación.

Estos hechos fueron motivo para que algunos países de la región Latinoamericana comenzaran a trabajar en una propuesta alternativa por la recuperación de los escenarios democráticos. En el caso de Argentina se retomó una propuesta elaborada por los sectores sociales y sindicales en los años ochenta, la cual tenía el propósito de plantear una ley de medios que permitiera la amplificación de las voces excluidas del espectro radio eléctrico (León, 2013). Este proceso comenzó con el fomento de escenarios de participación ciudadana para proponer los puntos centrales de la ley de medios. Guillermo Mastrini era uno de los académicos que integraba los espacios de discusión y afirmó en el año 2015 en una conferencia en la Universidad Nacional de Colombia¹⁵, que en esta ley de medios en Argentina terminó con un resultado de 21 puntos, y que fueron 21 puntos porque los sectores tenían diferencias conceptuales y políticas para llegar a un consenso general. Estas temáticas habían sido impulsadas por la coalición por una comunicación democrática en la Argentina (Charras D. Lozano L. 2019 Pág. 42).

Los tres sectores más importantes de la democracia en Argentina encontraron un panorama propicio para la presentación de una ley de medios. Reuniones y asambleas en diferentes ciudades permitieron hacer las modificaciones necesarias para que el poder ejecutivo estuviese presente el proyecto en escenarios de aprobación. Después de varias semanas la cámara de diputados transfirió el proyecto de ley al senado de la república, en donde fue aprobado y por último el poder judicial reafirmó el proceso a nivel jurídico. Por otro lado, el diario Clarín presentó una demanda donde afirmaba que la ley era inconstitucional; sin embargo, la Corte Suprema de Justicia de Argentina indicó que la ley era constitucional y que debía aplicarse en la nación.

En los medios de comunicación esta noticia se registró como un hecho histórico y el grupo Clarín realizó diversas maniobras judiciales para evitar la aplicación de la ley. Uno de los temas más polémicos fue la ley de tercios, donde se hizo la

¹⁵ Evento promovido por el Centro de Pensamiento en Comunicación y Ciudadanía de la Universidad Nacional de Colombia en el año 2015, el cual tenía el propósito de generar una reflexión en torno al derecho a la comunicación y las políticas públicas en Colombia.

propuesta de hacer una distribución del espectro electromagnético de manera equitativa en tres partes, esa ley de tercios quedó de la siguiente manera: medios privados, estatales, comunitarios, organizaciones sociales, civiles, ONGS y sectores de derechos humanos. Esta división en tercios desprendió otro punto denominado desinversión¹⁶, que quiere decir que se retira el capital invertido por parte de empresas que tienen más de treinta por ciento de las licencias y estas serán entregadas a diversos medios que históricamente han sido excluidos del espectro radio eléctrico (Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual).

Desinvertir no significa que los sectores que tienen el monopolio del espectro queden por fuera de la operación mediática o pierdan la libertad de expresión y que no tengan derecho a informar. Sin embargo, es necesario recordar que hay bienes que son intangibles y que el estado es el encargado de regularlos, por tal motivo, hay licencias que se renuevan en concesión y que los gobiernos son los que tienen la potestad de otorgar, retirar y definir los periodos permitidos para el control de bienes públicos como el espectro electromagnético (Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual). La ley de tercios limitó el monopolio de algunos medios de comunicación como Clarín, quienes mantenían una cercanía muy profunda con los sectores políticos y económicos de Argentina. Sin embargo, las estructuras que manejan el poder entendieron que esta situación afectaba los intereses de las clases hegemónicas.

En América Latina hay experiencias similares a la idea de multiplicar el espectro de voces en los medios, en contraposición a los intereses de algunos sectores económicos de acallar a los sectores sociales. La esencia de la ley pretendía la inclusión de otras realidades, la democratización de las versiones del acontecimiento y trabajar en favor de la diversidad narrativa en la comunicación. La democracia de medios es garantizar el derecho que tiene la sociedad civil a escuchar, ver, leer y producir otras miradas de la realidad, con el propósito de

¹⁶ El periódico el País, el 29 de octubre del 2013 publica una noticia titulada La Corte Suprema de Argentina declara constitucional la ley de medios y se refiere al punto de la desinversión como uno de los puntos más criticados por el conglomerado de medios Clarín.

fortalecer los procesos democráticos en la región. Pero, luego de la salida del gobierno de Cristina Fernández y la llegada de Mauricio Macri, se comenzaron a hacer reformas desde el poder ejecutivo para modificar la ley de medios, en el que uno de los primeros cambios fue que el grupo clarín no perdiera la mayoría de las licencias debido a la ley de desinversión.

Para quienes ven en los medios de comunicación como un escenario para hacer dinero es importante no soslayar la idea de la creación de sentido común, en donde los mensajes transmitidos desde la propaganda ideológica son más importantes que los réditos económicos. En los procesos de control los medios van diseminando las ideas en la opinión pública y los dirigentes concretan esos mensajes desde las prácticas políticas. Muchos de los imaginarios construidos por la ciudadanía se construyen desde los medios masivos y la percepción de realidad se puede modificar de acuerdo con los intereses de los sectores dominantes. Para algunos mandatarios es importante el control de estos aparatos ideológicos para dar la sensación de tranquilidad en la sociedad y cuando haya que recurrir a la incertidumbre se utiliza el mecanismo de la modificación de las estadísticas y la reproducción de las noticias que generan espectáculo.

Los planteamientos que se hicieron sobre las regulaciones de la propiedad de medios de comunicación en Argentina mantenían la autonomía en las publicaciones en relación con los contenidos, de esta manera se pudo fortalecer la diversidad de fuentes de información para que la ciudadanía accediera a otros discursos de la realidad. El éxito del neoliberalismo en la región frente al fracaso electoral de los sectores que promovieron los aspectos sociales en torno al acceso de bienes sociales, la riqueza y la democratización de servicios públicos, comenzaron a decaer a través de las injurias y calumnias que se hacían de los gobiernos progresistas. Los cuales enfrentaron las políticas internas de las elites dominantes y de las organizaciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional y las grandes agencias internacionales de medios de comunicación. Figuras como las de Hugo Chávez en Venezuela, Luis Ignacio Lula en Brasil, Cristina Fernández en Argentina, Evo Morales en Bolivia, Rafael Correa en

Ecuador, fueron motivo de ataques comunicacionales que en algunos casos promovían golpes de estado (Lois I. Wainer L. 2019)¹⁷.

Frente a estos hechos países como Estados Unidos comenzaron a crear imaginarios a través de los medios de comunicación con el propósito de crear una estrategia de estigmatización hacia los mandatarios elegidos democráticamente. El documental “al sur de la frontera” de Oliver Stone, recopila algunas de las frases más sonoras utilizadas contra los presidentes Latinoamericanos en espacios de televisión, prensa y radio. adjetivos calificativos como *dictador*, *dictadura* o *régimen* construyeron el sentido social de los ciudadanos (Ston, 2010). Allí, nos plantea ese derecho a la palabra que también, el cual ha sido arrebatado desde la narrativa del audiovisual, al tener la oportunidad de escuchar de la propia voz del presidente de la República de Venezuela Hugo Chávez, los argumentos sobre el interés real que tienen los Estados Unidos de controlar la producción petrolera de ese país. Teniendo en cuenta que uno de los mayores compradores de petróleo de Venezuela es Estados Unidos.

Los niveles de posverdad sobre lo que pasó en los países de América Latina se fortalecieron desde las industrias culturales con la elaboración de sentido social a través de los medios de comunicación, que tenían la función de generar opiniones externas de lo que somos y vivimos en Latinoamérica. Para los ciudadanos de la región es más fácil enterarse sobre los temas que marcan la agenda mundial de los medios, que de los hechos más relevantes de lo que está sucediendo internamente en los países vecinos, el papel que asumen los canales internacionales frente a los procesos democráticos que vive el continente ha sido la desinformación (Serrano, P. 2013)

Hechos que ocurrieron con la mayoría de los mandatarios en la región entre ellos los casos de Paraguay con Fernando Lugo y Dilma Rousseff en Brasil, marcaron

¹⁷ El libro titulado (por otros medios) hace referencia a los diferentes golpes de estado en América latina durante los periodos de 2002 y 2016 donde la participación de los medios fue trascendental para los procesos golpistas.

la integración de las naciones a través de instituciones como UNASUR, que fueron centrales a la hora de evitar intentos golpistas por parte de sectores militares, políticos, empresariales y rama judicial. (Lois I. Wainer L. 2019) Muchos de los líderes sociales de izquierda fueron encarcelados sin pruebas y eso creó una cortina de humo desde presuntos actos de corrupción y apropiación de dineros públicos. Uno de los casos emblemáticos en Argentina es el relacionado con Milagro Sala¹⁸, una líder social que permanece detenida en la modalidad de casa por cárcel, sin haber probado alguno de los delitos que se le atribuyen.

Es evidente como los medios de comunicación construyen sentido social sobre los diferentes hechos que vive el mundo, por un lado, algunas problemáticas son conflictos y actos de represión por parte de los gobiernos que no permiten el derecho a la expresión, la protesta y que violan derechos humanos. Sin embargo, similares acontecimientos en otros lugares son actos subversivos, vandálicos o terroristas, los cuales deben ser controlados a través de la fuerza militar, que en muchos casos son peticiones de los Estados Unidos. En las diferentes construcciones de realidad que hacen los medios de comunicación sobre los hechos que vive la región dejan por fuera la historia, el contexto, el contraste y la verificación de lo que sucede en los países de América Latina. Los medios de comunicación hacen un análisis subjetivo y prejuicioso sobre los acontecimientos, en este sentido, los ciudadanos asimilan que lo observado en la radio, prensa o televisión es sinónimo de realidad.

Históricamente la desinformación ha existido en tiempos pasados y el reflejo de esto se evidencia en las experiencias vividas en Cuba, la guerra de Vietnam, la dictadura en Chile y el golpe de estado al gobierno de Hugo Chávez en Venezuela. Estos casos fueron informados desde las fuentes más cercanas a los países que eran invasores o desde los golpistas alzados en armas. En cambio, cuando se habla de procesos como la revolución, nos damos cuenta de que estos hechos no son

¹⁸ El Medio de comunicación página 12 hace referencia a la persecución y la privación de la libertad de Milagro Sala, una dirigente social en Argentina que sufrió detención ilegal, sin pruebas de algún delito.

transmitidos o narrados con contexto y contraste informativo. El documental la revolución no será televisada de los directores Kim Bartley y Donnacha Ó Briain, nos ponen sobre la mesa la discusión de la libertad de expresión, porque durante épocas pasadas en Venezuela no se permitía hablar en contra del gobierno a través de los medios, pero en el gobierno de Hugo Chávez todos los medios tenían esa posibilidad. Según el documental, los sectores que realizaron el golpe de estado tenían cuatro grandes medios de comunicación para informar, mientras que el presidente Chávez sólo tenía el Canal Ocho, espacio estatal que fue sacado del espectro mientras se realizaba el derrocamiento del mandatario.

En lo transcurrido de los gobiernos progresistas estos procesos se reproducen en diversos lugares, por este motivo, es necesario organizar una política en comunicación que incluya los sectores sociales y populares en Colombia, esto como una estrategia que permita la diversidad de versiones y garantice la democracia. Muchas de las alternativas progresistas que llegaron a ser posibilidad de poder en América latina, fueron estigmatizadas por los medios de comunicación y estas empresas mediáticas facilitaron el espectro electromagnético para fortalecer los golpes de estado patrocinados por grupos económicos y políticos.

En la dinámica de los medios de comunicación se visibilizan algunos hechos y otros son in-visibilizados, en este proceso no es tan importante las mentiras que se cuentan sino el énfasis que se hace en el ocultamiento de información. El conflicto con Evo Morales fue evidenciado en el libro “Evo en la mira” (Calloni E. 2014). Los medios de comunicación son empresas que defienden el interés de sus dueños y están vinculados a sectores políticos determinados. Muchos de los procesos independentistas en América latina deben incluir la importancia de la democratización de los medios de comunicación.

Estos espacios se muestran como lo que son y no utilizan fachadas para refugiarse en la categoría de verdad con el propósito de manipular la información. En la región existen medios de comunicación que tienen una postura editorial, pero a la

hora de difundir los acontecimientos, estos no son contextualizados, la información que presentan no es contrastada con otras fuentes. Sin embargo, las audiencias en países como Argentina tienen la oportunidad de contar con periódicos como página 12, que permiten la variedad de medios autónomos que contrastan los hechos. Sin embargo, el inconveniente no se registra en las posturas políticas, la dificultad está en los espacios plurales que son limitados y censurados como el caso de la revista semana en Colombia, que le canceló el contrato al periodista Daniel Coronell por hacer críticas sobre la negación del medio a publicar denuncias sobre muertes extrajudiciales o falsos positivos (Las 2 Orillas, 2015).

Un caso relevante fue la elección del pasado 17 de junio de 2018, que tenía el objetivo de elegir al futuro presidente de la república de Colombia. El periódico más antiguo del país, fundado por Eduardo Santos expresidente entre 1938 y 1942, tío-abuelo de Juan Manuel Santos, premio nobel de paz y presidente de la república desde 2010 hasta el año 2018. El tiempo es el periódico más importante del país, por no decir que el único y durante la contienda electoral del 2018 publicó una editorial que tituló de la siguiente manera “La Casa Editorial EL TIEMPO apoya a Iván Duque para la segunda vuelta electoral” el inconveniente no reside evidenciar las posturas ideológicas de los dueños de estas empresas, el problema es que se quieren hacer pasar por los paladines de la objetividad, transparencia y verdad. La visión política del periódico el Tiempo permite evidenciar el interés de los dueños por un candidato en específico, los propietarios utilizan estos espacios como una tribuna para hacer propaganda y esas acciones no se deben ocultar a las audiencias, es importante aclarar las posturas ideológicas.

En la actualidad los medios tienen un papel fundamental en el poder y a la hora de construir sentido social en la ciudadanía utilizan todo tipo de recursos, entre ellos la estigmatización de los dirigentes o líderes sociales. En el caso argentino el documental de Oliver Stone evidencia la orientación de misoginia cuando Cristina Fernández dice que los periodistas no le preguntan por los temas centrales del debate político, sino que indagan por cuestiones que representan más bien

accesorios culturales, de corte machista, atribuidos al género femenino, al preguntarle sobre los zapatos tiene, las carteras que ha comprado y las marcas de ropa que utiliza.

En Colombia el montaje de los medios estuvo orientado a generar una imagen arribista del candidato Gustavo Petro. Cuando los canales RCN y Caracol comentaban la noticia sobre los zapatos de marca Ferragamo¹⁹ que utilizaba el candidato progresista daban a entender que los sectores alternativos no son coherentes y que buscaban sus intereses reaccionarios al utilizar artículos de marca creados por el capitalismo. Dando a entender que los partidos de izquierda están condenados a vivir de manera austera y que los únicos que tienen derecho a vivir elegantemente son las clases dominantes, algo que Pierre Bourdieu nos explica en las teorías del gusto y las herramientas de clasificación social (Bourdieu, 2012). Las anteriores situaciones son presentadas por los medios de comunicación como algo importante, dejando de lado el debate sobre las propuestas de campaña o los proyectos que realizan en beneficio de la ciudadanía. Estas estrategias de manipulación han sido analizadas por Noam Chomsky al mencionar que la distracción cumple un papel fundamental en la desinformación del público utilizando temas irrelevantes y banales.

Pero los antecedentes tienen un panorama histórico que habla de una serie de procesos internacionales que tenían un plan militar para no permitir el ascenso de políticas alternativas en la región, por ejemplo, Stella Calloni nos plantea en su libro *Operación Cóndor* un pacto criminal (Calloni, S. 2005) como las dictaduras militares eran fomentadas y apoyadas desde los Estados Unidos. Los Norteamericanos tenían el objetivo de perseguir a los sectores políticos de izquierda e integrantes de movimientos sociales y organizaciones de derechos humanos. Esta articulación se hizo en conjunto con los grupos militares y los conductores de las dictaduras en Latinoamérica, no solo fueron las orientaciones tácticas y

¹⁹ Los medios de comunicación se centran en temas cosméticos y critican a Gustavo Petro por utilizar zapatos Salvatore Ferragamo, porque supuestamente sectores de la izquierda no pueden utilizar productos de la moda internacional.

estrategias, sino que se trabajó en la formación de los diferentes cuadros políticos en lugares como la Casa de las Américas, conducida por los Estados Unidos.

El rol de los países capitalistas evitando a toda costa el surgimiento de otra Cuba o la elección de un socialismo a través del voto popular como fue el caso de Chile con Salvador Allende. Desde los medios de comunicación la derecha internacional ha manejado un discurso de estigmatización y ha demonizado a los dirigentes de la isla, quienes son tildados de dictadores de un régimen que fracasó como proyecto político. De la misma forma han reproducido el mismo discurso en países como Venezuela, en donde los candidatos alternativos al poder hegemónico han llegado democráticamente a la presidencia mediante el voto popular, pero los medios califican a los gobiernos contradictores de Estados Unidos como regímenes o dictaduras. En el caso colombiano en las pasadas elecciones a la presidencia de la República los diferentes medios de comunicación comenzaron a registrar fuentes con la idea de *Castro-Chavismo*, una estrategia que utilizó todo tipo de propaganda negra contra el candidato de la Colombia Humana Gustavo Petro, dando a entender que los colombianos se volverían como Venezuela. Los líderes del uribismo ponían a circular un sentido social con ideas construidas a través de adjetivos calificativos como: dictadura, terrorismo, autoritarismo, violador de derechos, guerrillero, corrupto o régimen.

Los colombianos se dejaron llevar por el discurso de los líderes de opinión, no analizaron términos como dictadura y no sopesaron las condiciones que se necesitan para que el control de las fuerzas militares, el senado de la república y la rama judicial quedaran concentrados en un solo partido político. Con claridad el gobierno que cumple las condiciones de concentración de poderes para ser dictadura es el Centro Democrático, por ser un sector liderado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez y porque tiene la correlación de fuerzas en el senado y también promueve una reforma a la justicia que pretende unificar las cortes, mientras que el partido de Gustavo Petro, decentes, es liderado como la segunda fuerza en votación, pero sin tener el monopolio militar, judicial, legislativo y comunicacional.

La investigación que hizo Stella Calloni, denominada plan cóndor, fue un estudio que abordó las diferentes operaciones militares desarrolladas en los países latinoamericanos. En la actualidad el avance de las “buenas maneras” y las prácticas voluntarias ha cambiado la estrategia de intervención desde golpes comunicacionales a la democracia, que están vinculados a empresas de medios de comunicación y estas empresas mediáticas tienen la tarea específica de atacar los procesos democráticos de la región a través de la violencia simbólica de los medios de comunicación, una estrategia que han llamado golpes blandos (Lois I. Wainer L. 2019).

Medios de comunicación como CNN en Estados Unidos, Clarín en Argentina, Globo en Brasil, Mercurio en Chile, Televisa en México, Caracol y RCN en Colombia, el Grupo Prisa en España con algunas inversiones en medios de comunicación en países de América Latina, tienen la función de producir sentido social en la región en aspectos relacionados con el debate jurídico, económico, cultural, político y social de Latinoamérica (Becerra M. Lacunza S. 2012). Líderes de la derecha como Mauricio Macri en Argentina, Capriles en Venezuela, Peña Nieto en México e Iván Duque en Colombia tienen elementos muy similares en el discurso político y también se identifican con la propuesta económica del neoliberalismo. Estos gobiernos han tenido la asesoría de expertos en el marketing político y estrategias en medios de comunicación que infunden rumores, chismes y mentiras (Barba D. 2017)

Es este contexto se realizó una reproducción de sentido que se encarga de poner a circular ideas falsas y mensaje que no concuerdan con la realidad, este es el caso de los fenómenos de Fake News o posverdad, evidenciados en el caso colombiano a través de mensajes que informaban que si los colombianos votaban a favor del sí en la consulta del plebiscito por la paz²⁰, los pensionados de las fuerzas militares

²⁰ Los sectores políticos de la derecha utilizaron estos argumentos para que los colombianos votaran por el NO en el plebiscito. En Colombia los niveles de lectura son muy bajos y era muy difícil de contrastar 297 páginas del acuerdo de paz, frente a unos medios que no hicieron un trabajo riguroso.

perderían la pensión o si los ciudadanos votaban por el si, los jóvenes estarían propensos a volverse homosexuales, o que se le entregaría el país a las FARC.

En el caso de Argentina se planteó en las diferentes campañas de los medios de comunicación que sacarían de la pobreza, el autoritarismo y la crisis del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner; sin embargo, los ciudadanos de este país vivieron una de las peores crisis en el año 2018 cuando el dólar llegó a los 40 pesos argentinos²¹ y los sectores económicos entraron en pérdidas, los almacenes comenzaron hacer ofertas, cierres, despidos y promociones para tratar de recuperar el dinero invertido en los negocios, todo los productos subieron de valor menos el salario mínimo, los docentes salieron a protestar por los bajos salarios y el desfinanciamiento de la educación pública, se generaron despidos masivos durante la administración de Mauricio Macri en la mayoría de las instituciones del estado.

En los medios de comunicación se afirmaba que en el gobierno de Cristina Fernández no había libertad de expresión, sin embargo; esa fue una administración que tomo las luchas de los sectores populares que promovían una ley de medios desde los años 80, para generar una democratización de la comunicación a través de una ley de tercios, donde se indicaba que un 30 % de los medios debían ser privados, otro 30 % de interés público y el resto para los espacios comunitarios (Becerra M. 2015).

Después de llegar a la presidencia de la republica Mauricio Macri comenzó a eliminar la pauta publicitaria de los medios estatales y se produjeron despidos masivos en medios alternativos y de interés público. En Colombia el fenómeno no es tan polarizado, porque los medios privados son los que han concentrado históricamente la pauta publicitaria, sin embargo; un ejemplo representativo de la política colombiana a nivel local es el caso de Canal Capital, un canal de televisión que tenía una postura editorial y una forma de cubrir el acontecimiento

²¹ El periódico el País titulaba la depreciación del peso argentino, mientras Mauricio Macri perdió la lucha contra la inflación, los empresarios acumulaban dólares en medio de la crisis.

a través de otras fuentes de información. En la Alcaldía de Gustavo Petro, Canal Capital construyó una parrilla de programación diferente a los medios tradicionales y desarrolló una postura editorial que ayudaba a construir una opinión distinta por parte de los ciudadanos. Estos fenómenos fragmentan los procesos de pluralidad en los medios de comunicación y está confirmado que la estrategia es similar en los países vecinos, porque los trabajadores de los medios de comunicación no tienen garantías laborales y sus puestos de trabajo son de libre remoción al cambiar las tendencias políticas de los gobiernos.

Organizaciones como USAID, NED y GALI tenían una función específica en el continente. Para Eva Golinger en el código Chávez- descifrando la intervención de los Estados Unidos explica que las formas de intervención en la región se producen a través de los medios de comunicación, donde Norte América ubica a la región de América Latina como el patio trasero del mundo y a través de movimientos militares, presiones económicas y organizaciones no gubernamentales “ONG” controlan y generan proyectos sociales en el continente, instalándose en la vida cotidiana de los países y circulando ideas que tienen el propósito de generar protestas e inconformidad entre los ciudadanos (Golinger E. 2005).

Estas organizaciones se autodenominan apolíticas y desde este discurso enmascarado hablan de política a través de líderes reconocidos internacionalmente y critican a otras instituciones que hacen debates sobre lo político. La existencia de estas ONG, financiadas con presupuesto desde los Estados Unidos también evidencia la forma como el asistencialismo ha evitado el desarrollo de políticas públicas por parte del estado y también ha generado grupos clientelistas que viven de este tipo de proyectos sociales en tiempos electorales.

Las organizaciones no gubernamentales ONG en conjunto con partidos políticos de oposición de los gobiernos progresistas han intervenido en los asuntos internos de países de la región de América Latina, este es el caso del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en Argentina. Entidades que afirman defender la

democracia y que terminan atacando a los gobiernos elegidos democráticamente en elecciones. En muchas oportunidades se llegó a afirmar que en Argentina no existe libertad de expresión, por el hecho de hacer una ley de medios desde la inclusión plural de los ciudadanos al debate social y político.

Una democracia no tiene que estar de acuerdo con las posturas de los sectores políticos y editoriales de los medios, pero si debe propender por las garantías de estos para difundir sus opiniones y ejercer libremente una crítica desde el periodismo de opinión en beneficio del derecho a poder expresarse en el espectro electromagnético. Históricamente el gobierno de los Estados Unidos trabaja el eje militar, económico, diplomático, mediático y ciudadano para desestabilizar a los países en el mundo, en este último aspecto las organizaciones y fundaciones no gubernamentales ONG se instalan desde el sentido producido de lo que se entiende por derechos humanos, la libertad de prensa y la democracia. Derechos con principio de universalidad que hacen que los ciudadanos defiendan estos proyectos altruistas de buen vivir; sin embargo, las actividades que realizan tienen una orientación política alineada con los Estados Unidos (Golinger, E. 2005)

La producción reiterada sobre la falta de productos de la canasta familiar y alimentos básicos en Venezuela y Cuba son claros ejemplos de la estrategia de los medios de comunicación para poner a circular ideas sobre la responsabilidad directa de los mandatarios y no de quienes generan el bloqueo financiero desde los sectores dominantes de la economía que son propietarios de las compañías que monopolizan los alimentos que los ciudadanos. Estas necesidades son materializadas por los partidos políticos de la oposición y motivan el desarrollo de diversas protestas con el propósito de generar desestabilización en los gobiernos progresistas.

Sin importar la autonomía y la libre autodeterminación de las naciones a decidir sus propias dinámicas de gobierno, surge la amenaza externa contra la soberanía y nacen los procesos de intervención que van más allá de los deseos que tienen los gobiernos ante la urgencia y desesperación de evitar a toda costa el ascenso de

gobiernos que afecten el desarrollo del neoliberalismo. En el caso de Brasil, Luis Ignacio Lula da Silva llega desde la representación de las organizaciones sindicales, sociales y políticas en un momento donde el fenómeno de la corrupción se desborda en el país. Frente a esta situación los sectores dominantes comenzaron a trabajar en los medios de comunicación un imaginario de estigmatización y burla hacia el candidato de la izquierda y espacios como la red *O Globo* facilitaron una estrategia de caricaturización hacia el presidente Lula (Sierra, F. 2018).

La administración de Lula da Silva no impulso una ley de medios y tampoco adelantó reformas o regulaciones en torno a la concentración y propiedad de medios de comunicación, esto como elemento diferenciador de los gobiernos progresistas de la región (Sierra, F. 2018). La falta de una democratización en el acceso a la radio y la televisión en Brasil tuvo unas consecuencias frente a la desestabilización que se generó en el gobierno de Lula y Dilma Rousseff al recibir todo tipo de ataques comunicacionales en relación con temas económicos y acusaciones de corrupción sin poder hacer un contraste de los hechos.

Los medios se convierten en una herramienta para hacer política en Brasil y comienzan a producir todo tipo de noticias falsas y parcializadas en contra de Lula y Rousseff, las cuales se mezclan con los fenómenos de corrupción que vive el país. Estos hechos comienzan a hacer más repetitivos cuando Lula anuncia la candidatura a la presidencia de la república para el año 2018, momento en el que aparecen todo tipo de informes periodísticos sobre presuntas implicaciones en casos de corrupción. Empresas mediáticas como la red *O Globo* difunden imágenes sobre una captura hecha al presidente Lula cuando en realidad es una presentación que debía hacer el expresidente debido a una indagatoria para ofrecer descargos sobre los hechos de que se le acusan y ante la falta de pruebas por parte de los entes acusadores es liberado y luego encarcelado²².

²² En el año 2018 Luiz Inácio Lula da Silva renunció a la candidatura a la presidencia en Brasil, por las diversas acusaciones de corrupción. Sin embargo, en el año 2021 es liberado porque no se encontraron pruebas en dichas denuncias. Este fenómeno puede ser entendido como uno de los ejemplos de persecución judicial para anular los derechos políticos de un ciudadano.

No solo a nivel nacional sino internacional existe el imaginario sobre la existencia de actos corruptos cometidos por el ex presidente de Brasil; sin embargo, a la fecha no hay elementos probatorios ni razones para que el poder judicial mantenga arrestado al exmandatario. En este caso los medios serían una herramienta para destruir la imagen política de los dirigentes de oposición y los grupos políticos que hacen resistencia frente a los sectores hegemónicos en Brasil. Este análisis puede contrastarse frente a unos medios que quieren aparecer ante la opinión pública como espacios apolíticos, imparciales, neutrales, ecuanímenes y objetivos, cuando en realidad son todo lo contrario.

En la región los golpes de estado a nivel jurídico tomaron fuerza en tiempos de gobiernos progresistas y casos como los registrados en Brasil con la presidencia de Dilma Rousseff son ejemplo del despojo de la democracia y la sustitución del poder del pueblo al ubicar al vicepresidente Michael Temer. Muchos de estos ejemplos se alinean políticamente con el gobierno de Mauricio Macri y los Estados Unidos para atacar al próximo gobierno en Venezuela encarnado en Nicolás Maduro. Estos procesos en América Latina funcionan desde el control del discurso en redes sociales y todo tipo de estrategias que utilizan especialistas que trabajan en plataformas para fortalecer el arte del simulacro participativo en internet, que implica la fuerza que ha tomado la circulación de sentido común que comprende el entretenimiento como una forma de encontrar reconocimiento y fama a través de las redes sociales que difunde fenómenos de posverdad.

Para terminar, quedan preguntas como: quienes son los sujetos que están detrás de estas elites que construyen dinámicas de participación en las redes sociales. Los medios de comunicación son instrumentos digitales y estos pueden ser utilizados para potenciar procesos políticos. El lenguaje es una herramienta de dominación y por este motivo se persigue el poder hegemónico del idioma inglés. No todos los medios están en manos de sectores hegemónicos, algunos aparecen como sectores independientes que pertenecen a medios alternativos y que se muestran como espacios democráticos e imparciales, que son contrarios a los intereses de los gobiernos y que hacen un cubrimiento objetivo.

Cuando los sectores tradicionales tienen el control político hablan de no quedarse en el pasado, que hay que avanzar y pensar en el futuro, esto como un argumento para no dar explicaciones sobre actos cometidos durante los gobiernos anteriores. Pareciera que los sectores dominantes no tienen pasado, son apolíticos, no tienen ideología y no son subjetivos. Mientras tanto los sectores progresistas son todo lo contrario; la falta de contexto, revisión histórica de los hechos, adjudicación de la culpa como un invento que cobija a todos los ciudadanos. Todos son culpables de la deuda externa, todos son culpables de la desfinanciación de la educación, de la crisis de la salud y si la culpa es de todos no hay dirigentes responsables que se hagan cargo de las problemáticas. Desde esta mirada no hay gobiernos ineficientes en la derecha, todo es culpa del gobierno anterior.

Planteamiento del problema

En primer lugar y dada la sustentación previa, sin que por ello pueda darse por agotado el contexto propio de la problemática, surgieron las siguientes preguntas orientadoras relativas a la conformación del problema de investigación:

¿En Colombia que experiencia es representativa en la construcción de ciudadanía por parte de organizaciones sociales que se movilizan en torno al Derecho a la Comunicación?

¿Como encontraron un camino que permita consolidar sujetos comprometidos con el debate del derecho a comunicar?

¿Desde los sectores sociales que se está haciendo para generar un proyecto colectivo que visibilice el Derecho a la Comunicación como una forma de profundizar en la democratización y la pluralidad voces?

¿Qué ha sucedido en Colombia con relación a los países de Sur América y porque han tomado la iniciativa de generar cambios en la voluntad política hacia el progresismo y hablar sobre el Derecho a la Comunicación?

¿Cómo han trabajado los colectivos en esta articulación con las decisiones del poder ejecutivo y que acciones colectivas reflejan esa sensibilización en comprender la importancia de la pluralidad de voces en los medios masivos?

¿Cómo pensar un proceso en Bogotá desde experiencias externas sin caer en copias o xenofobias?

Los colectivos han puesto a circular argumentos comprensibles sobre esta construcción, o no existe la necesidad de ver la comunicación como un derecho fundamental y una necesidad básica, esta es la razón que tienen las mayorías para dejar este debate a los académico y demás interesados en la comunicación y si esto es así como sacar este conocimiento de la academia a través de un proceso de sensibilización y pedagogía con la ciudadanía. Este proceso pedagógico puede encontrar una fórmula que incluya a muchos y diversos sectores de la sociedad civil pero que estos no se dividan por las diferencias e interés individuales. Esta construcción de ciudadanía de la comunicación termina siendo una definición de identidad en medio de la pluralidad.

6. FUNDAMENTACION CONCEPTUAL

El abordaje teórico que puede permitir dar cuenta de una problemática tan amplia necesariamente ha pasado por la conformación de categorías conceptuales, algunas de las cuales ya se han encontrado presentes en la ciencia Política, el marco conceptual del Derecho y las diferentes vertientes que han aportado a la conformación de lo que entendemos en la contemporaneidad como el mundo de la información y la comunicación.

Sobre estos espacios conceptuales se ha buscado generar una discusión en la que sea posible determinar con mayor precisión la importancia que tiene la producción de contenidos, la difusión de tales construcciones y los procesos de apropiación que se encuentran presentes en las diferentes comunidades a las que les es posible acceder y tener un proceso interpretativo de los mismos.

6.1. Derecho a la Comunicación

El Derecho a la Comunicación y dialogar sobre las diferentes legislaciones, son una manera de fomentar la discusión sobre la economía política de los medios. La pregunta sobre cómo se otorgan las grandes licencias en el espectro electromagnético, que en Colombia se resume en el artículo 75, de la Constitución Política de Colombia que dice: “El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado”. Sin embargo, se puede entender que en teoría la carta magna de 1991 es la más completa en términos de sujetos de derechos, pero también la más reformada y contradictoria.

Es necesario tener leyes que eviten los monopolios y oligopolios en el país, sin embargo, hay naciones en donde existen leyes, pero no hay en el país una estructura funcional que haga cumplir estos mandatos constitucionales. El no tener una cultura política que valore el concepto de comunicación como un

derecho fundamental hace que los únicos que tienen derecho a la posibilidad de expresión en los medios.

En Colombia la participación en acciones colectivas es más visible en temas relacionados como el mal servicio médico asistencial y el modelo de salud. Los gremios del magisterio también salen a las calles y algunos sectores de la sociedad civil también se manifiestan por temas como servicios públicos, agua, electricidad, alcantarillado y últimamente, el sistema de transporte. Sin embargo, frente a los asuntos del Derecho a la Comunicación son pocas las evidencias, tales como publicaciones seriadas de instituciones encargadas de la vigilancia y control, al igual que artículos científicos de investigación o reflexión, que muestren acciones contundentes por parte de la comunidad; este, es un tema que no se ha instalado ante la opinión pública y en la conciencia ciudadana.

Los medios en la práctica son invisibles, hablan de todo, pero nadie puede hablar de estos y los mismos medios no hablan de los medios, pero sí pueden hablar de las diversas políticas frente a las necesidades más básicas de los ciudadanos” (Mastrini, 2015); como lo decíamos anteriormente estas se masifican y se legitiman a través de los medios de información. En Colombia hay muchas problemáticas sin resolver y en la actualidad hay prioridades que se discuten, asuntos que en la escala de valoración de la población apremian por resolver y que no dan espacio para pensar en una apuesta mayoritaria de la gente por el Derecho a la Comunicación. “Países en donde la pobreza y la desigualdad pululan por doquier, hacen que la población no alcance a imaginar la dimensión de una propuesta que fue elaborada por la UNESCO y el informe Mac Bride en los años 70 (Mastrini, 2015).

Los medios de información son la continuación de la política a través de otras mediaciones profanas, y éstas son utilizadas por los gobernantes con el propósito de difundir sus propuestas gubernamentales frente a temas como la privatización y la política pública; los medios de comunicación, según Omar Rincón, son la arena “donde se lucha el partido de la democracia” (Rincón, 2015, p.8). Las teorías de los años 50 sobre la propaganda, representa modelos vigentes en Colombia y su

fruto se refleja especialmente en los medios privados. Por este motivo, la discusión acerca de la democratización de los medios tiene una importancia primordial en la idea de construir el sentido social de la vida nacional del país.

La sociedad civil colombiana, si es posible afirmarlo, tiene una deuda con la comunicación y en este sentido los procesos que permitan generar una metodología que facilite alianzas entre organizaciones sociales, sindicatos, universidades, indígenas, partidos políticos, congresistas, organizaciones no gubernamentales, pequeños empresarios de medios, sectores populares, medios comunitarios y alternativos, hacen parte del diálogo y la concertación de un objetivo que identifique los puntos en común de la unidad y la articulación colectiva de los sectores en defensa del Derecho a la Comunicación.

Una propuesta de movilización en defensa de este derecho es el gran reto que tienen los sectores progresistas que optan por el debate social y la generación de conciencia ciudadana, que permita articular un frente, alianza o una coalición que defienda esta reivindicación, frente a los posibles ataques jurídicos por parte de los mandatarios de turno. En este sentido, la existencia de leyes o las normas legislativas no representan una garantía de cumplimiento de los derechos ya consolidados; estos, deben ser blindados por la acción colectiva. No solo es indispensable el acceso a las leyes, también es importante garantizar la aprobación y la participación de la ciudadanía en estos temas, al igual que brindar alternativas de formación sindical a los trabajadores de los medios y generar procesos de organización de los estudiantes en las facultades de comunicación.

6.2. Reproducción de sentido social

¿Cuáles son las producciones de sentido social que circulan en Colombia sobre el significado del Derecho a la Comunicación en escenarios colectivos e individuales?

Michel Foucault (2001)²³ afirma que la sociedad del discurso está institucionalizada y con este argumento se puede entender que hay sectores que se han adjudicado licencias y permisos para controlar el espectro electromagnético. De esta manera se han convertido en la herramienta más poderosa para construir sentido social, difundir y poner en marcha la circulación de propagandas y versiones sesgadas sobre la construcción de los acontecimientos más relevantes en el país.

Estas construcciones teóricas se encuentran inscritas sobre las significaciones que se generan en la epistemología de la producción social de sentido; se encuentran igualmente detalladas en propuestas de investigadores como Eliseo Verón, quién plantea una articulación entre la producción, la circulación y el consumo (Verón, 2014). Estas categorías son propias de la hegemonía de las clases dominantes. Se entiende que en la actualidad la concentración del sentido, la fabricación, difusión, adquisición de la información y la apropiación de saberes sociales se ha convertido en un simulacro lleno de diversidad y pluralidad en las redes sociales (Verón, 2014), esto como consecuencias de los nuevos mercados que se han explorado en medio del contexto actual de la comunicación y el auge de las nuevas tecnologías brinda una nueva forma para la venta de objetos (Zecchetto, 2012).

Algunas familias y sectores políticos y económicos en Colombia han ganado el control de las licencias y el espectro electromagnético, de esta manera se puede dar cuenta de quienes han sido los afectados con la exclusión para ejercer el Derecho a la Comunicación y pensar una cultura democrática más horizontal en el ejercicio del poder. Los organismos internacionales y multilaterales han sido indiferentes a las orientaciones sobre la diversidad y las múltiples voces para contar el mundo como lo indica el informe de Sean MacBride (1980, Macbride).

²³ Hace referencia a la obra *Defender la Sociedad*, reeditado por el Fondo de Cultura Económica en el año 2001.

6.3. Acción colectiva por el derecho a la comunicación²⁴

En América Latina se proyectan caminos para comprender los fenómenos de la concentración de medios y develar cómo los sectores dominantes se convierten en propietarios de los derechos de la ciudadanía. Este es un recorrido desalentador y genera desesperanza a la hora de concretar posibles avances; sin embargo, el mapeo sobre medios de comunicación contempla casos y experiencias que motivan la idea de otra comunicación posible. Se hace necesario entonces encontrar aquella razón colectiva que permita articular la inconformidad y las reivindicaciones de una comunicación más incluyente y democrática que confronte el monopolio de los sectores privados (Pinilla, 2018).

Con este propósito es pertinente encontrar con claridad los motivos de unidad y las razones por las cuales se puede generar una estrategia de acción colectiva que defienda la participación democrática en la comunicación. En Colombia no hay una construcción de ciudadanía que intente generar una movilización de sectores plurales agrupados en una red solidaria y cooperativa por el avance de alianzas con diferentes tipos de organizaciones sociales constituidas (Piñeiro, 2004). En el imaginario de la sociedad la comunicación no se instala como un derecho fundamental de los ciudadanos y cuando se pregunta por éste, se entiende que es un servicio que se ofrece mediante tecnología, aparatos y medios masivos, en este sentido y sin pretensión de generalización puede decirse que un buen número de los colombianos desconocen la importancia de la comunicación y el poder que ésta tiene en la construcción del sentido social.

No hay evidencias publicadas acerca de una apropiación efectiva de este conocimiento en la academia de las normas jurídicas que regulan la comunicación social porque las facultades de comunicación solo tienen líneas de investigación

²⁴ Esta categoría de análisis hace referencia a las investigaciones adelantadas por el centro de pensamiento en Comunicación y Ciudadanía de la Universidad Nacional de Colombia, que me permitió participar de la publicación del libro *Retos a la Comunicación en el Posacuerdo*, libro editado en el año 2018, pero con un trabajo investigativo iniciado desde el 2015.

con enfoques de comunicación-cultura. Los sectores políticos tampoco lo han propuesto como uno de los objetivos principales en sus agendas. Hoy en día la Política se juega en la arena de los medios de comunicación y los dirigentes pueden ser denunciados o invisibilizados al tratar de abordar críticamente estos temas. Los sectores sociales y sindicales tienen reivindicaciones relacionadas directamente con sus organizaciones en donde abordan puntos gremiales que benefician a sus afiliados, por esta razón, no se encuentran aspectos relacionados con la democracia de los medios en los planes de trabajo social y sindical. Autores como Alfonso Torres nos recuerdan cuatro factores que se deben tener en cuenta en la acción colectiva: “la construcción de unos intereses comunes, sus procesos organizativos, la movilización de recursos y las oportunidades que brinda el contexto” (Torres, 2007, p.56). También hace un recorrido por los diferentes autores que han analizado la categoría de la acción colectiva y nos recuerdan:

En Colombia ha existido una acción colectiva más o menos permanente, orientada a enfrentar opresiones, desigualdades, exclusiones, protagonizada por sectores amplios de la población, que a través de la organización y movilización en torno a sus demandas y sus luchas van elaborando un sistema de creencias y una identidad colectiva, a la vez que van generando propuestas y proyectos que modifican estructuras del sistema social (Torres, 2007, p.68).

Por tal motivo, es necesario indagar sobre los elementos que permiten motivar una acción colectiva que responda a la generación de un proceso de convergencia de sectores populares, clase media, alternativos, comunitarios, profesionales independientes, campesinos, indígenas, maestros, profesores universitarios, sectores progresistas, estatales y del sector privado que posibilite la participación democrática de los ciudadanos en el espectro radioeléctrico. Una propuesta de resistencia civil que comience con un proceso de organización y discusión, sobre los principios de una comunicación como derecho fundamental y que avance hacia el encuentro de una estrategia de movilización por parte de la ciudadanía teniendo en cuenta aspectos relacionados con: lo legislativo, lo económico, lo cultural y lo ciudadano (Pinilla, 2018).

En el país se instaló la idea de comunicación como preocupación de unos sectores vinculados directamente al campo de estudio del periodismo y de la comunicación social, y a pesar de su importancia en el mundo social, cultural o económico, ese campo no se permite crear un vínculo afectivo con las mayorías de la población. En este punto hay que tener en cuenta que en términos de una inconformidad la acción colectiva se puede manifestar a través de un movimiento social que interpele a los ciudadanos, “los adversarios, los grupos sociales aliados, y desde aquellos que se podrían identificar como neutros” (Piñeiro, 2004, p.58).

En Colombia hay algunos medios de comunicación que favorecen el fortalecimiento de las ciudadanías. Sin embargo, las industrias de información son concentradas por algunos sectores de la política y la economía que no estimulan un movimiento por este derecho. A través de la historia se han generado unos tipos de audiencia concentrada con ciertos perfiles acomodados a los intereses dominantes. Si los medios fueran más diversos y plurales podrían tal vez estimular una acción colectiva mediante discusiones promovidas por los mismos medios de información y opinión. En ese sentido se hace necesaria la discusión de la comunicación a través de foros, encuentros, seminarios o asambleas que permitan generar los primeros llamados a una conciencia participativa y democrática.

Uno de los puntos centrales de este análisis es ayudar a encontrar las razones por las cuales en Colombia no hay una conciencia ciudadana que permita entender la comunicación como un derecho humano. Mediante esta comprensión se pueden promover acciones colectivas que garanticen una pluralidad de voces como alternativa de confrontación al monopolio de los medios. Aquí nos surgen dos preguntas: ¿Cuáles son esas razones que imposibilitan las condiciones para que se constituya una acción colectiva de los ciudadanos en un movimiento social por el Derecho a la Comunicación? Y ¿cómo construir esas condiciones en la práctica, frente a determinadas creencias de sectores de la industria de medios que han establecido como narración hegemónica algunos enfoques sobre lo que significa la libertad de expresión en Colombia?

Para los ciudadanos existe una mirada comercial sobre la comunicación y ésta se relaciona con el escenario de entretenimiento y publicidad, el cual no permite hacer una lectura de la comunicación como un derecho fundamental. En este entramado sociocultural, las formas que validan la idea de una comunicación como industria y como producto mercantil, se consolidan mediante monopolios y oligopolios, entre los que se puede mencionar a RCN y CARACOL, que diariamente están formando audiencias vinculadas a una visión de la comunicación como mercancía.

En una de sus últimas publicaciones antes de morir en el año 2008, Charles Tilly manifiesta que los movimientos sociales son organizaciones globales formadas por diferentes grupos de intereses, “los cuales plantean una serie de reivindicaciones colectivas que, de ser aceptadas, chocarían con los intereses de otras personas” (Tilly, 2010, p.21). Este análisis que hace Tilly se puede aplicar al fenómeno de la concentración mediática, porque los actuales propietarios de los medios de comunicación tienen motivos para no permitir el desarrollo de una acción colectiva que cuestione los discursos hegemónicos que configuran el concepto de libertad de expresión y de Derecho a la Comunicación. Esos choques de intereses se darían entre los que reivindican la diversidad y los empresarios que utilizan los medios de información como simples mercancías que se pueden comprar y vender. Por tal motivo es necesario pensar cómo estos medios vienen construyendo hegemónicamente los tipos de audiencias y cuáles son las formas como se instalan ciertos conceptos de comunicación en Colombia.

¿Qué significa comunicación en el país y cómo pensar en el enorme poder de concentración de este derecho en pocas personas? Hacer la pregunta sobre ¿cómo estos actores han construido esta hegemonía? Y ¿por qué se atribuyen la defensa de la libertad de expresión? Como lo indica el docente argentino Leonardo González en el periódico página 12: “Es imposible hablar de pluralismo cuando el mapa de medios de comunicación en Argentina está en manos de pocos empresarios y empresas. Cuando existe un monopolio de la información y cuando

esos medios ejercen una terrible censura sobre el pensamiento de aquel que piensa distinto” (González, 9 marzo 2016, <http://www.pagina12.com.ar>).

Con todo lo anterior nos adentramos un poco más en el concepto de la acción colectiva, como una de las formas de confrontación de las políticas públicas de comunicación en el país, las cuales hasta el momento no registran una experiencia contundente de movilización ciudadana por el Derecho a la Comunicación, para sacar a flote el debate sobre la legislación y las leyes de medios en el país. Manuel Pérez Ledesma en su libro “Ciudadanía y democracia” al referirse a las iniciativas de acción colectiva que tienen los ciudadanos cuando “salen a la calle a reclamar la vigencia de sus derechos” (Pérez, 2000, p.267) observa que la acción no se limita necesariamente a integrantes de partidos políticos e instituciones organizadas. “La acción colectiva representa uno de los mejores símbolos del conflicto a través del cual las personas reconocen que se encuentran ante un problema, quiénes son sus protagonistas y la manera o maneras de intentar solucionarlo” (Pérez, 2000, p.267) en medio de una protesta, una movilización, mítines, huelgas, peticiones, marchas, sentadas o un movimiento social por el Derecho a la Comunicación, que pretenda incorporar nuevas y originales acciones colectivas.

La idea de *acción colectiva* como un movimiento social que agrupa individuos que no tienen las mismas características, permite abrir el espectro a experiencias que anteceden a la protesta callejera, esas que se han venido desarrollando por medio de foros internacionales en el Centro de Memoria, Paz y Reconciliación, en donde se interpeló a los ciudadanos con la pregunta *¿Por una ley de medios?* la cual permita democratizar la comunicación en el país. Esta actividad se realizó en la capital colombiana y tuvo la posibilidad de discutir sobre la fuerza social y política que se puede expresar organizativamente frente a los temas jurídicos y colectivos de la comunicación como un derecho.

Se trató de buscar una convergencia de sectores con sueños y esperanzas de construir un camino que pueda sumar actores en localidades y sectores de la ciudad. Se ha comenzado a socializar el tema del Derecho a la Comunicación con

muchos de los grupos interesados en el tema, se ha trabajado en crear las posibles conexiones afectivas que permitan trabajar con una agenda común de estas ciudadanías que están aisladas de los espacios mediáticos y se agrupan en sindicatos, movimiento LGTBI, organizaciones campesinas, universidades, organizaciones indígenas, grupos de afrocolombianos, sectores comunitarios, alternativos, populares y toda la convocatoria amplia y mayoritaria del movimiento social. Por el momento se continúa haciendo la pregunta del porqué no ven los auditorios copados masivamente, también se cuestiona la falta de coordinación de sectores convocados para defender el Derecho a la Comunicación, cuál es la motivación para la acción, que no es una variable individual, sino que se construye en el diálogo y en la interacción con otros individuos en el marco de las redes (Piñeiro, 2004).

Antes de tratar de proponer avances jurídicos y políticos, los interesados se preguntan el porqué no existe una movilización en Colombia, como sí la han desarrollado otros países vecinos de América Latina. Qué pasa en Colombia en contraste con lo que sucede en los países de América del Sur. Una de las respuestas es que estos procesos se han agilizado por la llegada de gobiernos progresistas en esos países. En el caso colombiano no es evidente aun una cultura política fuerte, que organice en las ciudades a las localidades y los barrios en torno a la discusión de estos temas, el otro asunto tiene que ver con que la comunicación no se considera un derecho fundamental porque no representa una de las necesidades colectivas más urgentes a reivindicar en las calles.

De acuerdo con la organización Bogotásocial.org, “en la capital colombiana se viene trabajando en una ley de medios con voces ciudadanas desde el año 2011, han realizado foros de medios, encuentros nacionales e internacionales sobre esta problemática, pero como una experiencia distrital” (Acosta, 2015). Estos esfuerzos han contribuido a visibilizar el proceso para que los sectores comiencen a trabajar juntos en todo el país, planteando reuniones con los no convencidos y

generando algunas concentraciones frente a la Alcaldía Mayor de Bogotá²⁵. Esta red alternativa de Bogotá Social por el Derecho a la Comunicación ha generado otras acciones en la plaza de Bolívar; sin embargo, estos hechos no han tenido trascendencia en la mayoría de la ciudadanía.

Estas experiencias y diversas plataformas unitarias deben permitir a los ciudadanos poder expresar desde diferentes escenarios de organización y articulación el empoderamiento de la fuerza social de los colombianos. La construcción de un movimiento colectivo que escuche a los diferentes sectores interesados en recoger una propuesta que alimente la movilización social organizada, la búsqueda de muchos amigos interesados en promover la pluralidad de voces. Estos aliados, están en las bancadas de los partidos políticos, en los sectores sociales y sindicales dispuestos a dar la discusión, para que Colombia pueda construir su propia historia en la democratización de los medios de comunicación.

El camino hacia la democratización de la comunicación necesita el acompañamiento de organizaciones de periodistas, sectores comunitarios, privados, facultades de comunicación, profesores y estudiantes. Necesariamente estas acciones colectivas no deben esperar que haya una correlación de fuerzas a favor de la diversidad de voces en el Congreso de la República, la discusión se puede instalar solamente con la realidad encontrada en los medios, esta es razón suficiente para indignarse y organizarse. Hay que tener en cuenta, además, que las acciones colectivas no solamente se generan en las calles, que la movilización de la comunidad se puede motivar en las redes sociales, con la participación social de los mismos televidentes y usuarios de la comunicación, de las fuerzas sociales y parlamentarias organizadas, así como de los sectores académicos que abordan estas investigaciones y que se pueden sumar a la acción colectiva.

Estas acciones colectivas no solo se limitan a las marchas en la calle. En el año

²⁵ Se refiere a un plantón desarrollado en el año 2015 por los derechos de la comunicación comunitaria frente a las instalaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá desarrollado por la organización bogotasocial.org institución perteneciente a la Central de Comunicación Comunitaria (CCC).

2013 en la Pontificia Universidad Javeriana, en la Cátedra UNESCO, la conferencia presentada por el maestro Guillermo Mastrini, especialista en la economía política de los medios, indagaba por esta misma pregunta: *¿cómo tratar de incidir en la movilización por el Derecho a la Comunicación?* Y una de las respuestas que él daba era la de trabajar con la ciudadanía directamente involucrada en este tema. Según Mastrini (2013), a la comunicación se le ve como algo técnico, tecnológico y abstracto, sin embargo, la comunicación es lo que más consumen los ciudadanos durante toda la vida, debido a la omnipresencia de los medios.

Desde esta mirada vemos en las calles de Colombia el comportamiento de los ciudadanos, frente a temáticas que generan preocupación social y por las cuales sí se movilizan como la salud y la educación. Pero en términos de vínculo y contacto diario, la comunicación hace parte de las rutinas más cotidianas de la población y hasta ahora es escaso el conocimiento ciudadano sobre el Derecho a la Comunicación, la comunidad no comprende la importancia de este fenómeno, y los mismos habitantes, según Mastrini (2013), no han pensado la sociedad como algo comunicacional, porque este es un derecho abstracto.

La ciudadanía de América del Sur no consideraba que estos debates fueran importantes y por lo general nunca estaban en las agendas democráticas de los países, el avance en líneas de investigación relacionadas aparecía principalmente en el mapa de la investigación en comunicación. Sin embargo, para el caso colombiano es un asunto emergente y no es muy conocido en la escena pública, en Colombia la tradición de la comunicación ha estado orientada por universidades privadas y las pocas universidades públicas en el país (con excepción de la Universidad de Antioquia, la Universidad del Valle, la Universidad del Cauca y la Universidad de Cartagena), no han fundado facultades de comunicación que aborden estas problemáticas. Algunas de las universidades públicas que han sido promotoras de iniciativas de participación a favor de la democratización de la comunicación, contemplan en sus planes de estudio algunas maestrías en el campo de la comunicación. Hacia mediados del 2015 la

Universidad Nacional de Colombia crea el “Centro de Pensamiento en Comunicación y Ciudadanía”, junto a otros 15 centros de pensamiento creados desde la Vicerrectoría de Investigación para promover política pública en temas estratégicos de la vida nacional, en donde las primeras preguntas surgen en torno a las diferentes percepciones que tienen los ciudadanos y algunos grupos sociales organizados sobre las acciones colectivas necesarias en la política pública de medios.

En Colombia la participación en acciones colectivas es más visible en temas relacionados como el mal servicio médico asistencial y el modelo de salud. Los gremios del magisterio también salen a las calles y algunos sectores de la sociedad civil también se manifiestan por temas como servicios públicos, agua, electricidad, alcantarillado y últimamente, el sistema de transporte. Sin embargo, frente a los asuntos del Derecho a la Comunicación no hay acciones contundentes por parte de la comunidad. Este es un tema que no se ha instalado ante la opinión pública y en la conciencia ciudadana.

Los medios en la práctica son invisibles, hablan de todo, pero nadie puede hablar de estos y los mismos medios no hablan de los medios, pero sí pueden hablar de las diversas políticas frente a las necesidades más básicas de los ciudadanos” (Mastrini, 2015); como lo decíamos anteriormente estas se masifican y se legitiman a través de los medios de información. En Colombia hay muchas problemáticas sin resolver y en la actualidad hay prioridades que se discuten, asuntos que en la escala de valoración de la población apremian por resolver y que no dan espacio para pensar en una apuesta mayoritaria de la gente por el Derecho a la Comunicación. “Países en donde la pobreza y la desigualdad pululan por doquier, hacen que la población no alcance a imaginar la dimensión de una propuesta que fue elaborada por la UNESCO y el informe Mac Bride en los años 70 (Mastrini, 2015).

Los medios de información son la continuación de la política a través de otras mediaciones profanas, y éstas son utilizadas por los gobernantes con el propósito de difundir sus propuestas gubernamentales frente a temas como la privatización y

la política pública; los medios de comunicación, según Omar Rincón, son la arena “donde se lucha el partido de la democracia” (Rincón, 2015, p.8). Las teorías de los años 50 sobre la propaganda son modelos vigentes en Colombia y su fruto se refleja en los medios privados. Por este motivo, la discusión de la democratización de los medios tiene una importancia primordial en la idea de construir el sentido social de la vida nacional del país.

La sociedad civil tiene una deuda con la comunicación y en este sentido los procesos que permitan generar una metodología que facilite alianzas entre organizaciones sociales, sindicatos, Universidades, indígenas, partidos políticos, congresistas, organizaciones no gubernamentales , pequeños empresarios de medios, sectores populares, medios comunitarios y alternativos, hacen parte del diálogo y la concertación de un objetivo que identifique los puntos en común de la unidad y la articulación colectiva de los sectores en defensa del Derecho a la Comunicación (Pinilla, 2018).

Una propuesta de movilización en defensa de este derecho es el gran reto que tienen los sectores progresistas que optan por el debate social y la generación de conciencia ciudadana que permita articular un frente, una alianza o una coalición que defienda esta reivindicación desde la construcción, la aplicación y los posibles ataques jurídicos por parte de los mandatarios de turno. La existencia de leyes o las normas legislativas no son garantía del cumplimiento de los derechos, estos deben ser blindados por la acción colectiva. No solo es indispensable el acceso a las leyes, también es importante garantizar la aprobación y la participación de la ciudadanía en estos temas. Brindar alternativas de formación sindical a los trabajadores de los medios y generar procesos de organización de los estudiantes en las facultades de comunicación.

Recordando el libro de Orlando Fals Borda, “La subversión en Colombia” (Fals Borda, 2006), se puede comprender que la experiencia colombiana en cuanto al liderazgo y la organización está orientada por una figura emotiva de un líder popular y no por una iniciativa colectiva y horizontal. En primer lugar, este

representante es estigmatizado, amenazado y violentado en su integridad física hasta el punto de ser eliminado como actor del conflicto. La acción de articular organizaciones con el objetivo de realizar movimientos colectivos en las regiones del país, comienza al promover un discurso que genere una conciencia en la sociedad colombiana por el Derecho a la Comunicación; la sociedad civil, defendiendo la propuesta con acciones ciudadanas, los actores estatales encargados de la presentación de proyectos por parte de congresistas y representantes dispuestos a discutir estos temas en los escenarios de decisión política, acompañados por el sector académico como parte fundamental en la formación de futuros periodistas, editores, productores, camarógrafos, fotógrafos, sonidistas, libretistas, actores y demás sujetos vinculados a la industria de medios.

Una de las primeras dificultades para generar una movilización ciudadana es que los diferentes trabajadores de los medios no están organizados en instituciones fuertes y propositivas. Actualmente la agenda de trabajo de la gran mayoría de las organizaciones sociales está enfocada a la solución específica y propia de diversos gremios. Un trabajo fundamental para Colombia en la dinámica de fortalecimiento de la democracia es la generación y la inclusión de estos nuevos debates correspondientes a la democratización de la comunicación, desde plataformas pedagógicas que socialicen estos temas en la comunidad en general. En el país ni siquiera hay polarización en el tema de la democracia de medios, este es un debate no instalado en las agendas de los sectores sociales. Estos procesos parten de la voluntad popular y luego de la argumentación jurídica y de las decisiones de órganos legislativos o ejecutivos.

En este sentido, podemos mencionar la acción colectiva de Alberto Melucci como el primer escenario de análisis para manifestar los motivos por los cuales se identifica un propósito en común, para después plantear algo novedoso al interior de un movimiento social. Estos nuevos agrupamientos por lo general no tienen un horizonte de lucha por el cambio de la hegemonía estructural, sino que en la mayoría de los casos nacen como una iniciativa individual que luego se masifica en un movimiento moderno como el caso de los animalistas, afrocolombianos,

homosexuales y demás expresiones ciudadanas registradas en Bogotá, que resuelven urgencias y demandas estructurales sectoriales.

En el proceso de formación colectiva no se produce fácilmente una transición de unas primeras acciones colectivas encaminadas a dar una lucha de clases con características marxistas (Melucci, 2002) hacia otro tipo de acciones que se originan por planteamientos novedosos que implican nuevas formas de movilización vinculadas a solucionar intereses de identidad grupal, que en muchos casos se relacionan con motivaciones particulares e individuales.

Asistimos entonces a la formulación de un nuevo paradigma individualista que cambia unos objetivos colectivos y estructurales por unas reivindicaciones grupales e individuales. Hay que tener en cuenta también que, como lo ha subrayado Jon Elster (2006), la acción colectiva tiene diversos obstáculos en la medida en que las reivindicaciones colectivas se concretan por parte de quienes se exponen a la persecución, la estigmatización y el desgaste. En países como Colombia la mayoría de las oportunidades de acción colectiva terminan con la eliminación del conflicto. Muchos de los afectados por las políticas de Estado o por las dinámicas gubernamentales prefieren estar al margen del conflicto y no involucrarse directamente en éste, además porque en las luchas colectivas la victoria también es alcanzada por los que nunca se vinculan directamente a la movilización social. Los “ciudadanos mirones” solo esperan y observan desde la acera y el balcón. Al fin y al cabo, el resultado final de la confrontación les puede beneficiar sin necesidad de participar, los indiferentes también son incluidos en las decisiones de la política pública.

Estos argumentos de Elster (2006) nos describen un ciudadano con una conducta poco cooperativa, que mantiene unas pautas de conservación y que en el desarrollo de las disputas prefiere no intervenir en acciones de grupo o en grandes movilizaciones. Los ciudadanos curiosos de lo que sucede en los acontecimientos de la acción colectiva asumen conductas que están a favor o en contra del desarrollo de las manifestaciones, porque se instalan en pautas con diversas

miradas, algunas son individualistas y despectivas con la protesta, afirman, por ejemplo, que les afectan la movilidad y el comercio. Sin embargo, esto también es un llamado de atención a la creatividad de los manifestantes a la hora de construir estrategias para comunicar futuras reivindicaciones de los derechos sociales. En la práctica repetitiva de la marcha en la calle, muchos de los que salen a participar están convencidos de pronunciarse mediante la acción colectiva. Pero, los efectos alcanzados por el mismo movimiento no trascienden más allá de sus copartidarios. El análisis plantea unos retos novedosos y creativos en términos de protesta, porque los mensajes que se quieren transmitir no están generando un vínculo con los ciudadanos. Más bien son escenarios de conflicto y resultan produciendo in-comunicación entre los marchantes y los observadores.

Las estrategias de comunicación por parte de las organizaciones que plantean acciones colectivas son motivo de análisis en la medida en que puedan ser útiles al crecimiento del movimiento social desde una pedagogía por parte de las organizaciones que difunden esta práctica social ritualizada. Según Melucci (2002), lo importante de la identidad colectiva y la acción de protesta es que las personas entusiasmadas y motivadas por adherirse a una movilización puedan conectarse rápidamente con el escenario afectivo o emocional y que los intereses más primarios de los individuos se vean reflejados en las reivindicaciones de la movilización.

Por otro lado es importante tener en cuenta la relación e interés por la construcción de lo colectivo desde las teorías de los movimientos sociales (McAdam y Tilly, 1999) que indican que deben existir unas condiciones básicas para facilitar la estructura y organización de la acción colectiva, las cuales para nuestro caso se relacionan con la vida cotidiana de los sujetos a integrar la red por el Derecho a la Comunicación, los cuales deben tener un vínculo social que les permita encontrarse en lugares de trabajo o vecindad y que estos encuentros se manifiesten de manera constante o repetitiva.

Si hacemos un paneo de los grupos que son afectados y excluidos del Derecho a la

Comunicación, podemos encontrar algunos que se encuentran interesados en la acción colectiva y están buscando la forma de propiciar un proceso de movilización. En primer lugar, se han realizado algunas reuniones, seminarios y conferencias sobre el tema en la ciudad de Bogotá. Estos encuentros tienen una visión de acción colectiva trabajada por Tarrow (1997) que nos plantea la importancia de la construcción de una sociedad que genere conexiones a través de redes sociales, que puedan establecerse entre diferentes sectores interesados en formas de manifestación y reivindicación novedosa. Los procesos de acción colectiva son prácticamente los únicos recursos reales que tienen los ciudadanos para generar iniciativas de cambio social, porque en la mayoría de los casos los sectores en movimiento no pertenecen a instituciones del estado.

En Colombia algunas de las experiencias de acciones de movilización terminan convirtiéndose en acciones de hecho en donde la protesta es estigmatizada por los grandes medios de comunicación como actos vandálicos, sin abordar los diversos aspectos y motivaciones de las marchas y demás expresiones de protesta. En el desarrollo de estas acciones queda un síntoma de ser el único recurso para que la sociedad sea escuchada y para que el gobierno permita un diálogo que solucione las problemáticas de los diversos sectores en protesta. Sin embargo, la reiteración de los paros sindicales o agrarios registrados en el país es un indicador de los incumplimientos por parte de los gobiernos al no dar solución a las peticiones de los ciudadanos, en algunas oportunidades pasan varias semanas y los conflictos laborales continúan irresueltos, dando por entendido que hay que hacer más protestas para volver a visibilizar las problemáticas que demandan soluciones.

El pasado 17 de marzo de 2016 se presentó la primera movilización masiva contra las políticas sociales y económicas de la presidencia de Juan Manuel Santos, donde la reivindicación más frecuente de los trabajadores era la negativa y el rechazo a las reformas neoliberales que plantean la privatización de recursos públicos como la educación, la salud, el transporte, la telefonía celular, el agua, los recursos naturales y otros servicios gratuitos para la población. Pero en ninguna de las acciones de protestas se reflejó la exigencia por el Derecho a la

Comunicación ni la democratización de los medios de información en Colombia, este es un tema que está por fuera de los planes de acción colectiva de las organizaciones sociales y sindicales.

Hay momentos de clímax en donde la ciudadanía se moviliza con bastante energía y constancia, sin embargo, la experiencia indagada por Tarrow (1997) indica que después de alcanzar algunas reivindicaciones o de mantener una lucha extensa con la figura antagónica de la protesta, hay un estancamiento de la acción colectiva porque los integrantes vuelven a la rutina y a la confrontación con sus necesidades más básicas. Este es el llamado de atención a fenómenos como el Derecho a la Comunicación, que tienen una propuesta nueva y joven en el contexto colombiano, en donde hay que preguntarse por los diferentes vínculos que se pueden establecer con la ciudadanía. En este sentido, los diferentes actores pueden ser del mismo sector, laborar, compartir y tener cercanía en su vida cotidiana; sin embargo, las dinámicas individualistas no permiten la prolongación y la duración del movimiento, hay que fortalecer ese vínculo afectivo con la comunicación entre quienes se ven afectados directamente por las políticas públicas excluyentes, así como la apropiación de estos debates con los futuros integrantes del sector de las comunicaciones.

Algunas investigaciones importantes como la publicada por Flórez (2015), indagan sobre el giro de-colonial en los nuevos movimientos sociales, al hacer un recorrido histórico por esta categoría de análisis e invitarnos a identificar en primer lugar, cuál es la razón de ser del movimiento social. Si estas manifestaciones necesariamente se originan desde una organización establecida institucionalmente o si son una iniciativa que nace de nuevas formas de conexión afectiva, que no se relaciona con una clase trabajadora, que no contempla y que desconoce totalmente las propuestas marxistas y la mirada de Max Weber sobre un líder carismático.

A su vez, algunas categorías como el concepto de hegemonía, analizado por Laclau y Mouffe (2000) nos invitan a pensar la unidad en medio de la diversidad

de posturas políticas en donde cada sector tiene sus propias reivindicaciones sociales y donde estas divisiones de lucha entre sectores se han construido a través de la figura del enemigo o adversario, el cual se debe enfrentar de manera colectiva. Sin embargo, las razones por las cuales nunca se concreta la unidad son porque los intereses de los grupos hacen que la propuesta de lucha esté hecha de una colcha de retazos y que los procesos no tengan continuidad y constancia, porque son iniciativas fundadas bajo relaciones de interés.

Una invitación que hacen Laclau y Mouffe (2000) es generar un proceso de articulación con demandas de diferentes sectores, que en términos generales nunca podrán ser unificadas pero que sí podrán encontrar razones y motivos similares para dar una defensa de derechos. Autores como Manuel Castells lo plantean desde la construcción de la confianza que depositan los ciudadanos para la ejecución de un contrato social el cual no se puede disolver por intereses individualistas. La tarea de encontrar nuevas formas de unir a la población para que éstas sean alternativas de poder es motivo de preocupación para Tilly (2010) al comentar que la formación de públicos confiados para que los sectores articulados puedan movilizar propuestas planteadas si bien ha estado articulada a la tradición del líder carismático, debe propender también a favor de que las multitudes den un paso más autónomo en la exigencia de sus propias reivindicaciones. Todo esto como una propuesta diferente a lo que hemos aprendido de la Psicología de las Masas con Freud (1972) al plantear que un individuo unifica al colectivo y que esta articulación solo es posible con la figura del líder y no de manera más horizontal en donde los dominantes permitan la integración de los dominados. Una propuesta de Laclau y Mouffe (2000) es hacer mover el pensamiento hacia la idea de motivar una red de alianzas por una identidad que respete la diferencia y en donde los nuevos antagonismos tengan un componente novedoso que articule muchas voces por el Derecho a la Comunicación.

Sin embargo, es bueno recordar que algunos contextos novedosos de diferentes movimientos sociales en América del sur no responden a necesidades básicas de

una población con hambre y pobreza. A la hora de construir la realidad social, la comunicación atraviesa todos los aspectos del mundo de la vida, orientando y definiendo de manera masiva las propuestas de la política gubernamental. Los líderes de opinión transmiten ante la opinión pública, que todos los asuntos están resueltos y que las problemáticas han sido superadas desde el mundo imaginario y narrativo de la hegemonía de los medios.

La acción colectiva por el Derecho a la Comunicación no puede quedar solamente en las calles, también es necesario tener diferentes iniciativas sugeridas por autores que han trabajado el tema. En Colombia algunas investigaciones han abordado la política pública de medios de comunicación (Herrán, 1991), exponen la comunicación como una industria de la información, en donde se explica históricamente de quiénes son los medios y cuál es la hegemonía que algunas familias han mantenido a través de estos años. Otra de las investigaciones retomadas en el año 2015 por parte de Reporteros sin Fronteras en Colombia y la Federación Colombiana de Periodistas (FECOLPER) es la que entrega datos similares a los de épocas pasadas, indicando que la situación no ha cambiado frente a quienes son los dueños de los medios de comunicación en Colombia. Este diagnóstico, analiza el mapeo hecho a los medios de comunicación en el país, un ejercicio que han mostrado muy bien en Argentina investigadores como: Martín Becerra y Guillermo Mastrini, al denunciar este fenómeno en algunos países de la región latinoamericana. Para este proceso resulta pertinente vincular la política pública de medios y la concentración del espectro electromagnético. En Sur América la acción colectiva por este derecho ha sido emprendida por países como: Uruguay, Argentina, Venezuela, Ecuador y Bolivia, donde las exigencias por unos medios con participación democrática, una comunicación con diversidad y pluralismo de voces ha tenido éxito en las calles.

Motivar a la ciudadanía por el Derecho a la Comunicación y dialogar sobre las diferentes legislaciones, es una manera de fomentar la discusión sobre la economía política de los medios. La pregunta sobre cómo se otorgan las grandes licencias en el espectro electromagnético, que en Colombia se resume en el

artículo 75, de la Constitución Política de Colombia que dice: “*El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado*”. Sin embargo, se puede entender que en teoría la carta magna de 1991 es la más completa en términos de sujetos de derechos, pero también la más reformada y contradictoria.

Es necesario tener leyes que eviten los monopolios y oligopolios en el país, sin embargo, hay países en donde existen leyes, pero no hay cultura de hacer cumplir estos mandatos constitucionales. El no tener una cultura política instalada en los ciudadanos, que valore el concepto de comunicación como un derecho fundamental hace que los únicos que tienen derecho a la posibilidad de expresión en los medios masivos tradicionales sean los dueños de la infraestructura, la tecnología, las licencias y los grupos sociales y profesionales a ellos asociados, mientras los excluidos de los grandes medios confrontan a los monopolios y oligopolios periodísticos desde las únicas formas que tienen para construir realidad, utilizando el mercado de productos y aparatos tecnológicos, que ofrecen la posibilidad de producir contenidos con mayor libertad, autonomía y diversidad en la comunicación, las empresas tradicionales perdieron algo de la omnipotencia y omnipresencia cuando aparecen los nuevos medios y quienes en algún momento fueron consumidores de contenidos ahora pueden ser productores de estos y desde medios tecnológicos ejercer atisbos del Derecho a la Comunicación.

En este tránsito por la democratización de los medios masivos, Manuel Castells en su libro *Comunicación y Poder* describe este proceso como: “una nueva forma de comunicación interactiva, caracterizada por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto” (Castells, 2012, P. 88). Al mismo tiempo esa auto comunicación que genera mensajes identifica posibles receptores en plataformas electrónicas como páginas web y redes sociales, que tienen una cantidad de expresiones producidas por la sociedad global.

Pero Castells (2012) deja muy claro que, a pesar de estas transformaciones en la comunicación, los canales tecnológicos siguen siendo propiedad de los

conglomerados económicos y mercaderes de los medios de comunicación, indicando que el mercado dejará de hacer énfasis en lo tradicional para posicionar la convergencia con fabricantes de operadores, proveedores de internet y posiblemente estudios de mercadeo en las redes para vender información a las grandes empresas que comercian con aparatos, escenario que critica el autor desde la vigilancia de la expresión de los usuarios (Castells, 2012).

Por otro lado, el profesor Denis de Moraes invita a pensar en lo que tenemos en común en el continente y a ampliar estas propuestas a otros países. La pregunta por la democratización de los medios masivos de información (Moraes, 2011) se refiere inicialmente a tener en cuenta la viabilidad, las condiciones políticas, económicas, culturales, legislativas, el contexto y la voluntad ciudadana para trabajar en estos temas por parte de diferentes actores de la sociedad. Los procesos democráticos que se han producido en la región han modificado el mapa de la Política Pública de medios si bien en este momento en Argentina algunos de los logros alcanzados por gobiernos progresistas han sido derogados por los cambios en las correlaciones de fuerzas políticas, luego de que la derecha regresara al poder y echara para atrás estas reformas incluyentes y democráticas, generando un nuevo reacomodamiento de los sectores sociales, populares y sindicales, en un proceso de varios años emprendido por la ciudadanía, es borrado por un decreto firmado por el presidente Mauricio Macri (Loreti, 2016).

Según Denis De Moraes, algunos de los argumentos de las clases dominantes sobre las leyes de medios de comunicación, son que estas acciones distributivas representan una amenaza para la libertad de expresión, esta idea se potencia desde una supuesta censura hacia los medios masivos de información que ven en peligro los negocios de la publicidad y los problemas que tendrían con la democratización del espectro, en el que el desmonte de la construcción de sentido es algo que no se puede cuestionar frente a la hegemonía informacional de los monopolios (Moraes, 2011).

En el caso colombiano quedarían las formas tradicionales de expresión como las marchas, concentraciones, movilizaciones y demás acciones de interacción con la sociedad; éstas, son necesarias y pertinentes frente al escenario hegemónico de los medios masivos. Son las únicas formas de participación y ellas se pueden complementar con la tecnología, las páginas y las redes sociales digitales. Obviamente son una alternativa de expresión, pero no son las más efectivas y las más manejadas por la mayoría de los ciudadanos en el país. En este sentido, son primordiales todas las formas de la comunicación como estrategia de medios en convergencia, porque cada día es necesario ser creativos para hacerse escuchar y para exigir soluciones a las reivindicaciones de los menos favorecidos en la política gubernamental.

Colombia necesita reflexionar frente a la democratización de los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías de la información, que en otros países de América Latina ya han comenzado el proceso, pero en el caso colombiano aunque se hace constantemente una crítica a los medios hegemónicos desde sectores sociales y políticos críticos con el manejo de los medios corporativos, la tarea organizativa y las propuestas para dar una discusión y diseñar una política hacia una ley de medios, no han tenido la profundidad necesaria para que se registren las primeras iniciativas, las cuales se deben dar en escenarios de debate académico, político, jurídico, social, cultural y en las calles del país a través de acciones colectivas, donde los ciudadanos defiendan la comunicación como sujetos de derechos comunicacionales.

Toda la paranoia de los grandes medios al decir que los quieren silenciar, como sector privado, con supuestas “leyes mordaza”, no se relaciona con una actitud revanchista que tengan los sectores populares con los medios de las elites corporativas y políticas. El enfoque está dado en buscar la esencia de la verdadera democracia, respetando la libertad de opinión y construyendo la realidad con diversas fuentes y medios de información. La idea no es reproducir el mismo proceso que han hecho los medios privados, consolidando oligopolios empresariales, sino que los medios democráticos tampoco sean un monopolio de

los gobernantes de turno, en donde estos se convierten en voceros de los sectores políticos que llegan a la administración pública y no permiten una autonomía en la construcción mediática y periodística de la realidad.

Para consolidar una ley de medios, la pluralidad debe ser la razón y el escenario de cambios políticos que necesita el país, en medio de una solución pacífica al conflicto armado, con unos acuerdos sólidos entre el gobierno nacional y los grupos guerrilleros de las FARC y el ELN. Porque los actores del conflicto se han referido a una propuesta que discuta la democracia de medios de comunicación en el país, esto quiere decir que la acción política y la pedagógica para sensibilizar y valorar la importancia de la comunicación como derecho es un tema de interés para la ciudadanía en general (Acuerdo final, 2016 art.45).

Se hace pertinente entonces, comenzar un proceso de acción colectiva en convergencia de sectores sociales interesados en los medios, para generar una participación democrática en el tema de la pluralidad y diversidad de la palabra. Con unos mínimos de concertación sobre los puntos más urgentes de la ciudadanía en torno a la comunicación e intentando responder a una de las preguntas fundamentales: *¿cómo hacer para que la gente se interese y tenga voluntad de movilizarse por el Derecho a la Comunicación?* Por lo tanto, es un reto pedagógico. La bitácora de viaje tendría que favorecer esa posible articulación con la sociedad civil. Se trataría, de esta manera, de favorecer un ejercicio cotidiano y constante, que permita tocar las fibras de la ciudadanía para pensar y decidir cómo nos vamos a movilizar por el Derecho a la Comunicación.

6.4. Hegemonía y análisis de identidades políticas de los colectivos del derecho a la comunicación

Las iniciativas de la comunicación como derecho se han generado desde propuestas populares promovidas desde el trabajo de colectivos interesados en amplificar las voces de los excluidos de la democracia, estos proyectos fueron recogidos por los gobiernos progresistas e interpretados a través de las políticas públicas reflejadas en la región y puestas en marcha desde la formación de foros,

asambleas y encuentros plurales de la palabra. Para el estado y los administradores del espectro existe una forma de entender el significado de la comunicación, la inquietud por saber quiénes pueden tener acceso a este bien público y colectivo. Desde los argumentos de Nora Rabotnikof se entendería que la defensa del interés común tiene que ver con lo más profundo sobre el origen de la palabra *comunicare*, donde se hace partícipe a la sociedad en general a través de las interacciones de los pueblos en espacios públicos como las plazas, calles y foros (Rabotnikof, Pág. 10).

Como se entiende la comunicación y la opinión pública a través de la distribución de la palabra que hacen algunos periodistas que acceden al mundo laboral de los medios. Estas son estructuras que a través de los años en países como Colombia han normativizado y establecido un sentido sobre lo que se interpreta y se produce sobre la comunicación en espacios académicos, curriculares o jurídicos. La necesidad de aplicar una epistemología que abra el campo de la comunicación hacia otras formas de entender el acceso a los medios como bienes públicos o como derecho humano. Diversas organizaciones han reflexionado sobre este tema, la UNESCO como institución que hizo un pacto mundial sobre la denominación de la comunicación como derecho en el reconocido informe Mc Bride en los años 80 un solo mundo múltiples voces (Mastrini, 2013, pág. 40) Sin embargo, el desconocimiento de la sociedad y en ocasiones la indiferencia de la ciudadanía hace pensar que esos postulados definidos de manera universal por medio de políticas de medios se instalan como instrumentos institucionales que no hacen parte de las prácticas cotidianas de la ciudadanía.

Este asunto es complejo al indagar por el origen de la propuesta y también cuando se trata de entender la reivindicación por el Derecho a la Comunicación y por qué este concepto se encuentra clasificado como un bien inalienable en la constitución política de Colombia en los artículos 20 y 75. Desde la perspectiva jurídica el término comunicación se convierte en un derecho y desde esta mirada apareció como una demanda en los países de América Latina. La construcción de este conocimiento relacionado con la economía política de medios se ubica desde una

epistemología que aparece con mucha fuerza argumentativa en las últimas dos décadas, esta reivindicación toma demasiada fuerza luego de los cambios democráticos en la región con la llegada de gobiernos progresistas en países de América Latina. Comprender cuál es el significativo articulador de reformas a las leyes y las concesiones de las frecuencias de los medios de comunicación (Moraes, 2011, pág. 50).

¿Que motiva a la ciudadanía a movilizarse por el Derecho a la Comunicación? Es una categoría que se puede considerar como derecho fundamental, es el carácter contra-hegemónico que la comunicación necesita para consolidar un concepto de análisis de investigación. Históricamente el sentido producido por las grandes industrias de medios ha sido excluyente de los sectores antagónicos a los gobiernos neoliberales, la construcción de una mirada universal de la comunicación como un servicio público se ha degradado a una mercancía como una ecuación netamente económica entre proveedores y consumidores (Sierra, 2017, pág. 62).

Desde la mirada académica es fundamental rebatir estas pretensiones de validez establecidas por las hegemonías económicas y simbólicas. Subvertir las certezas dominantes que se tiene sobre la comunicación como algo propio del mercado es un proceso a largo plazo, el trabajo de concientizar a la ciudadanía sobre la comunicación como un derecho de todos los colombianos es un objetivo que plantea la refundación del sentido social de la comunicación. La tarea de confrontar el sentido producido por el sector privado a través de especialistas de medios de comunicación debe encontrar una estrategia reivindicativa de los derechos sociales que reclaman grupos particulares en el marco de una política de identidad colectiva (Arditi, 2017, pág. 19) acompañada de una legitimidad científica y social, desde la responsabilidad social que tiene un investigador al producir nuevas categorías simbólicas.

La comunicación aparece como el mediador más cercano del saber, para el filósofo Michel Serres, afirma que los cambios tecnológicos han hecho que el

conocimiento se almacene en aparatos. Lo importante en la actualidad es saber buscar información en contraposición a tener sujetos con capacidad para almacenar información; allí, el saber depende de quién tiene la hegemonía y el poder depende de quién reproduce el saber, esta correlación de fuerzas por lo general la dominan quienes monopolizan los medios de comunicación, porque son los que construyen la realidad, manipulan significaciones, producen sentidos y saberes (Varela, 2018, pág. 27)

El discurso teórico construido desde las identidades colectivas por el derecho de la comunicación busca dar elementos necesarios para la toma de iniciativas y las acciones de movilización por parte de la ciudadanía (Pinilla, 2018, pág. 191) es claro que alrededor de categorías como: hegemonía, poder, cultura y democracia aportan a la teorización y al mismo tiempo son conceptos que van evolucionando a la práctica y la acción participativa. Orlando Fals Borda recordaba el énfasis que se debe hacer entre la teoría y la praxis académica desde los territorios. Un intelectual orgánico como lo describe Antonio Gramsci que se involucra en los escenarios donde se define lo político. En ese contexto se desarrollan los discursos del Derecho a la Comunicación.

Los sectores que apoyan la comunicación como una lucha del pasado del presente y del futuro de la democratización de los bienes comunes y que se pueden establecer en diversos grupos que orientan planes de acción colectiva de manera articulada y unificada desde propuestas de coalición por el acceso al espectro electromagnético en marco de la defensa de los servicios públicos directamente administrados y financiados por el estado.

Los derechos esenciales de la población han sido apropiados por sectores dominantes del mercado. Aspectos como: luz, agua, gas, salud, educación, vivienda, alcantarillado, comunicación y otros servicios públicos fundamentales ya no garantizan labor social al interior de las comunidades (Mastrini, 2013, pág. 53). En tiempos de una comunicación que comienza a hacer parte de los servicios públicos de la canasta familiar, es necesario que el gobierno nacional asuma el

reto de la democratización de los medios como responsabilidad del del Estado-Nación.

El sector de las telecomunicaciones implica tener una sociedad en donde la distribución de los recursos llega a los lugares más apartados del país. Áreas como internet o los nuevos medios en convergencia son de baja intensidad según los datos presentados por el Censo nacional de población y vivienda en el 2018, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE habla de estadísticas de conectividad de los hogares colombianos de un 37,2 % de ciudadanos conectados a la red (El Tiempo, 2018).

En este contexto categorías como nativo digital deben reflexionar sobre el acceso a las nuevas tecnologías a nivel operativo y económico. Pareciera que los proyectos emprendidos por el gobierno nacional no han dado los resultados esperados en relación con el acceso a la comunicación. Iniciativas como computadores para educar parecen un simulacro de la democratización de la comunicación. Desde los nuevos usos y prácticas tecnológicas estas plataformas sirven para recibir información y al mismo tiempo permite amplificar la voz de los ciudadanos que utilizan las TICS y en especial las redes sociales. Según el Ministerio de la TICS las falencias de conectividad en Colombia serán solucionadas con el proyecto de convergencia aprobado en el Congreso de la República. Esta reforma comunicacional entrega el espectro electromagnético a sectores privados y otorga beneficios de distribución e inclusión de multinacionales dedicadas al negocio de la comunicación. Sin embargo, la relación histórica entre los ciudadanos y estas empresas con relación al acceso a los servicios públicos depende de las restricciones económicas que el monopolio defina en la dinámica privatizadora del mercado de los medios.

En Latinoamérica la penetración del sector empresarial en aspectos como lo político, social, cultural, comunicacional y otras necesidades básicas suplidas por los estados de bienestar están siendo vaciadas por el neoliberalismo, entregando el sector público a las empresas dedicadas a la concentración de capital (Moraes,

2011, pág. 132). De alguna forma los intelectuales pueden crear relaciones afectivas entre los intereses de los sectores sociales subalternos y las argumentaciones para el cambio de políticas de los sectores dominantes; en este contexto, la articulación de los excluidos en conjunto con académicos integrales y las propuestas discursivas y epistemológicas se vinculan con el propósito de confrontar las hegemonías establecidas por sectores dominantes.

En este sentido, la relación de las teorías con el campo social, económico, político y el escenario comunicacional tienen la responsabilidad de generar una genealogía que permita diagnosticar los procesos de producción de conciencia que faciliten la creación de categorías alternativas a las dinámicas hegemónicas de los monopolios de servicios públicos de telecomunicación. Existe la necesidad de establecer una relación entre las dinámicas de concentración de medios y las posturas políticas de los gobiernos neoliberales que han regresado a la América Latina. Los cuales conceden la responsabilidad que tiene el estado de administrar los recursos públicos de la nación, de esta manera entregan en arrendamiento el espectro, la infraestructura y las plataformas de conexión a sectores privados.

Reflexionar ante las ideologías teóricas sobre la lucha de clases y las confrontaciones antagónicas que se han configurado históricamente en el mundo académico desde una mirada de oposición y diferencias de identidad consolidadas en la tradición conflictiva entre amigo-enemigo. (Mouffe, 2009, pág.16) para el autor Carl Schmitt los consensos colectivos de las mayorías están basados en procesos de exclusión de las minorías o como identifica Alexis Tocqueville en *la tiranía de las mayorías*.

El impacto que tiene la democratización de los medios de comunicación está directamente relacionado con la actual lucha de clases sobre el monopolio y acceso a la información, la producción de sentido, la reproducción técnica, tecnológica y convergente de las nuevas plataformas. Este debate de clases que gira en torno a los antagonismos entre medios públicos y privados por el control de los nuevos proyectos comunicacionales de conectividad a través del espectro

radioeléctrico en América Latina. La apropiación de un discurso inclusivo donde se reconozca el acceso a los menos favorecidos. El espectro electromagnético es de carácter público, por lo tanto, los ciudadanos en general tienen derecho a la igualdad de condiciones para acceder a este bien común llamado comunicación.

Para Chantal Mouffe los consensos universales en torno a lo político, tienen dificultades porque las democracias liberales parten desde la razón y el lenguaje comunicativo planteado en la acción comunicativa ideal de Habermas, dejando de lado las diferencias de sectores sin habilidades o sin acceso a los discursos o a los actos comunicativos (Mouffe, 2009, pág. 21). La aplicación de la totalidad democrática de la comunicación solo sería realidad si los diversos sectores pueden converger en medio de las particularidades y voluntades políticas.

Las estructuras de los medios de comunicación han tenido un orden social y los espacios legitimados por la sociedad han sido los encargados de establecer la realidad como mecanismos de control hegemónico. Los procesos de construcción de las mayorías se convierten en totalidades cuantitativas de las clases hegemónicas y de esta manera se imponen consensos legítimos desde diferentes escenarios. Uno de ellos son los medios de comunicación que construyen realidades únicas dejando de lado la multiplicidad de voces minoritarias del mundo de la vida. Muchas de estas imposiciones surgen en medio de los planteamientos de subalternidad de Gramsci.

Mouffe y Laclau plantean una perspectiva para analizar los conflictos antagonistas y las formas de consenso de totalidad que definen los procesos históricos de transformación de la sociedad (Laclau E. Mouffe, C. 2004, pág. 14). Comprender lo que se entiende por el poder y como el sector dominante tiene una dinámica que beneficie a las clases populares o existe la posibilidad de cambiar la mirada y proponer una estrategia contra-hegemónica por parte de los dominados para confrontar la hegemonía. El retorno de lo político en América Latina aparece desde la resistencia y la recuperación de la esperanza a través de movimientos sociales que emergen en la lucha contra el capitalismo, nuevas plataformas para la

acción política, el origen de acciones colectivas de la ciudadanía y nuevos espacios de participación.

Teorías y conceptos que aparecen como alternativas académicas para repensar las distinciones de lo político entre amigo y enemigo para llegar a la construcción de un “nosotros” superando las diferencias particulares de los “ellos” (Mouffe, 1999, Pág. 15). La capacidad de superar los obstáculos que no permiten la posibilidad de un acuerdo entre sectores sociales que están en disputa por imponer sus intereses particulares como colectivo. El conflicto como parte constitutiva de lo político para consolidar el nosotros a través de la distinción y entre tanto, los antagonismos pueden ser multi-diversos y llegar a la construcción de una identidad que comprenda la diferencia.

Históricamente los antagonismos han sido tema central en la construcción de la democracia a través de los conflictos, no se permite reconocer las diferencias y poder convivir a través de una política agonista que facilite resolver las diferencias entre los adversarios para la construcción de nuevas formas de coalición para el cambio político (Mouffe, 2013 pág. 16) los colectivos son diferentes y pueden convivir respetando la diferencia. Los planteamientos de Chantal Mouffe recuerdan que no se puede desconocer los conflictos políticos y que es necesario buscar un dialogo entre las diferencias políticas, haciendo un cambio en las prácticas de producción de sentido y las formas antagónicas para superar el dualismo amigo-enemigo, esto como un reto por superar desde los sectores sociales y las organizaciones alternativas que buscan romper las estructuras hegemónicas del control mediático. Mouffe plantea una estrategia colectiva que promueva la teoría agonista.

La tarea de hacer reflexionar a la ciudadanía frente a los derechos de la comunicación es una responsabilidad de los ciudadanos, medios de comunicación o del estado. Como hacer para que estos temas se puedan interiorizar en los debates actuales ¿Cómo construir una totalidad por el Derecho a la Comunicación desde el significante vacío? la ciudadanía pueda articular las voluntades generales

de los colectivos que defienden el Derecho a la Comunicación renunciando a los intereses particulares (Laclau E. 1996, pág. 78). Sin embargo, desde las necesidades básicas de la comunidad en general el significante vacío de la comunicación no alcanza a tener la potencia necesaria para ser considerado una propuesta que aglutine las prioridades reivindicativas de los ciudadanos. Por tal motivo, el proceso debe comenzar desde la construcción de la unidad de los colectivos a través de una demanda social que logre identificarlos en términos de totalidad, encontrar esos mínimos que generan unidad en torno a la comunicación, puede ser una petición, una exigencia, un reclamo o alguna necesidad básica insatisfecha (Laclau, 2005, pág. 98).

Esta situación se produce por el desconocimiento que tienen los sujetos sobre el Derecho a la Comunicación. Las ciudadanías del sur tienen otros intereses más urgentes, por tal motivo los sectores que identifican el significante vacío de la comunicación en Colombia como elemento fundamental para la construcción de una nueva hegemonía deben planificar una estrategia que vincule de manera central este derecho fundamental. Es decir, que la comunicación tenga una equivalencia a la democracia, que sea una demanda de las minorías o las mayorías en conjunto. El proceso va acompañado de una pedagogía, socialización y movilización de una base social que defienda el derecho en las calles.

Los colectivos que defienden el Derecho a la Comunicación en Colombia pueden traslapar el concepto de comunicación por una categoría más potente como la democracia, esta puede ser una alternativa para la democratización de los medios y un avance en las exigencias básicas de la población al acceso de este servicio público. Aspectos como el agua, la luz, la salud o la educación son conceptos universales que están en el mismo nivel, pero la comunicación está tomando esa forma que debido a los cambios de en modernidad y en las nuevas tecnologías.

La democracia de la comunicación puede encontrar el reconocimiento que siempre le fue negado y producir un vínculo más cercano entre los ciudadanos que conocen y desconocen el término. La democracia es una reivindicación universal,

con más historia y con la potencia para construir una totalidad desde el significativo vacío (Laclau E. 1996, pág. 80). Los proyectos hegemónicos se construyen desde los gobiernos neoliberales a través del control de los medios de comunicación y transformar la realidad del espectro es una tarea contra-hegemónica. La división de lo público y lo privado como una tensión entre lo colectivo y lo individual en donde se discuten temas de interés común frente al interés personal. La comunicación se ubica en este escenario desde la categoría de acceso al espectro radioeléctrico, en donde se puede encontrar una política que es cerrada a los ciudadanos por parte de los sectores que concentran las frecuencias y una necesidad de los ciudadanos a no ser excluidos de la comunicación.

Las prácticas mercantiles hacen que el acceso y el uso de los medios sean restringidos a los ciudadanos que no pagan, que no pertenecen a una elite, por la autoexclusión ética o moral y porque hay sectores que han sido controlados históricamente por la hegemonía. Las disputas por el acceso a los servicios públicos es una confrontación por el orden social que establecen los sectores hegemónicos al ejercer una violencia simbólica sobre lo que puede ser compartido y por lo que no puede circular libremente entre las minorías. El caso de los indígenas, afrocolombianos o sindicalistas que no tienen un espacio de comunicación y de proyección nacional en espectro electromagnético es el reflejo de la censura en América Latina.

La sumatoria de las prácticas sociales que privatizan lo material e inmaterial y Las dinámicas del Estado moderno sobre la significación de lo privado hacen que los ciudadanos piensen que no tienen derecho y acceso a los servicios públicos de la canasta familiar. Históricamente lo público y lo privado son categorías que viven en constante transformación. Las disputas por parte de los ciudadanos organizados y los gobiernos de turno frente a las políticas neoliberales de algunas administraciones buscan vaciar el significado de lo público en los sectores mercantiles. En el caso de las telecomunicaciones se puede citar la propuesta de vender la Empresa de Teléfonos de Bogotá y las concesiones a empresas extranjeras sobre el espectro electromagnético bajo la supervisión del estado

(Afonso C. 2012, pág. 31) otros casos representativos en el país se evidencian con la empresa claro de México o el grupo Prisa de España.

Por otro lado, los intereses de vender la mayoría de acciones de Ecopetrol una empresa pública del sector petrolero que fue privatizada con una pequeña minoría del 10 % por ciento de acciones que vendió el Estado a sectores privados, la propuesta de conceder el control de Colpensiones a grupos bancarios, la entrega del control de las carreteras a oligopolios como Coviandes que controlan medios de comunicación desde el Grupo Aval y que también es dueño de bancos y del periódico más importantes del país “el tiempo”, la venta de una empresa pública como ISAGEN a capitales extranjeros y muchos otros casos de privatización²⁶ que son el resultado del desfinanciamiento de necesidades básicas del pueblo colombiano.

Las regulaciones de las lógicas del mercado giran en torno a las privatizaciones y la venta de servicios públicos a los cuales no pueden acceder los ciudadanos que no tienen manera de financiar económicamente estas necesidades básicas.

Es un estado ausente, pero al mismo tiempo está presente en las decisiones que favorecen a los intereses de los capitalistas desde una política de libre mercado que beneficia a muchos sectores empresariales que patrocinan la corrupción, las prácticas electorales y la compra de votos en las campañas políticas.

La función de todo Estado debe ser el control de los servicios públicos para favorecer las necesidades de los sectores más desfavorecidos económicamente. Sin embargo, en los últimos años los bienes públicos están siendo entregados en concesión a empresas privadas y los gobiernos de turno no están haciendo las regulaciones necesarias para garantizar estos derechos. Lo público asumido como la “pobreza” y lo privado identificado como la “riqueza” estos antagonismos son el reflejo de la realidad sobre la inclusión y exclusión de los ciudadanos en

²⁶ El diario La República publicó el 13 de enero de 2016 “Telecom, (EEB) Empresa de Energía de Bogotá y ahora Isagen entre las principales privatizaciones, proceso que se inició desde los años 90 con la denominada apertura económica del expresidente Cesar Gaviria.

América Latina. Diversos servicios públicos como los medios de comunicación son controlados por corporaciones privadas, pero con obligaciones públicas (Rabotnikoff, 2005, pág. 9)

A través de la historia de la comunicación los ciudadanos han interiorizado que las organizaciones que definen el derecho y el acceso a los medios de comunicación son los sectores mercantiles, esta situación está internalizada en los sujetos. El orden neoliberal como un fenómeno individualista y los procesos populares como el acceso colectivo a los servicios públicos que garantizan el estado de derecho y las posibilidades para que los ciudadanos puedan participar sin ninguna distinción para ser incluidos en el espectro radioeléctrico.

En la actualidad las garantías del estado benefactor están en medio de la incertidumbre y la sociedad líquida de Bauman²⁷, dan a entender que las identidades sólidas que se construyeron en lo público ahora se desvanecen en lo privado. Entender lo público como una cultura política que se basa en los acuerdos comunes de la sociedad y las demandas de la ciudadanía frente a necesidades básicas que el Estado debe suplir a los habitantes de la nación y también la presencia que este debe hacer frente a las exigencias y peticiones de la ciudadanía frente a los controles de empresas privadas que fungen como los que solucionan los reclamos de la sociedad (Laclau, 2009, pág. 98)

Las demandas de los derechos ciudadanos surgen en medio de la posibilidad de generar una perspectiva hegemónica para el acceso al espectro electromagnético, un conjunto de ciudadanía articuladas a través de colectivos con equivalencias compartidas con el propósito de construir un significante vacío que permita la totalidad en medio de la pluralidad (Laclau, 1996, pág. 75)

El acceso a las licencias en los medios de comunicación es limitado debido a un control exclusivo y concentrado por parte de pocos grupos políticos, económicos

²⁷ Esta afirmación hace referencia a la publicación del libro de Zygmunt Bauman *sociedad líquida* que se refiere a fenómenos muy fluidos, con una ciudadanía muy volátil y unos cambios muy rápidos.

y mediáticos. Esta es una forma de excluir a los sectores ciudadanos de la libertad de expresión, el espectro radioeléctrico no refleja la multiculturalidad y la diversa de voces que tiene una nación.

En Colombia después de la constitución de 1991 se permitió el acceso de sectores comunitarios en el espectro (Sierra, 2017, pág. 161). Sin embargo, a medida que avanza el tiempo de apertura de estos espacios se van haciendo requerimientos legales y presupuestales que estos medios de comunicación no pueden financiar es decir que los gobiernos de turno les dan vida a las voces ciudadanas, pero en el camino las dejan apagar. Debido al contexto económico que viven los medios públicos y comunitarios, estas iniciativas pueden perder el rumbo por el cual fueron creados como proyecto social, cultural, político o comunicacional, pueden tomar un enfoque más comercial para lograr un sostenimiento institucional o personal.

En algunos casos los medios comunitarios terminan replicando a los medios comerciales porque no tienen como sostener económicamente el medio de comunicación y se convierten en espacios de concesión para organizaciones privadas, religiosas o políticas. Muchos proyectos motivados por la ciudadanía han recogido los estilos y formatos de los medios tradicionales, reproduciendo la hegemonía de los medios de interés comercial. Para los canales populares, sindicales o indígenas es importante mantener sus formas tradicionales de comunicación. Sin embargo, una sociedad globalizada y sometidos por la hegemonía dominante de los medios debe proyectar un mensaje más allá de las audiencias cautivas, esto con el propósito de construir un proyecto alternativo de comunicación de los sectores desde abajo. Llegar a la totalidad de ciudadanos es un proceso que involucra contenidos de fácil comprensión, lenguaje coloquial y principios de universalidad.

En Colombia el proyecto de ley TIC y convergencia que fue presentado en el 2018 al Congreso de la República y aprobado luego de muchas críticas en el año 2019 plantea la metáfora de un estado-nación que pretende crear redes de

comunicación en todo el país a través de mediaciones tecnológicas representadas en políticas públicas de conectividad desde entidades encargadas de la regulación y distribución de recursos de infraestructura y plataformas de tecnología de punta como 4G y 5G que deben llegar a lugares apartados del país facilitando el acceso a los servicios públicos para más de 20 millones de habitantes que no tienen internet.

Las futuras redes de comunicación entre los ciudadanos colombianos y espectro electromagnético serán asumidas por algún mediador externo al gobierno nacional, debido a la incapacidad económica para invertir recursos en la operación de conexión a internet. De esta manera, se abre la puerta para que empresas privadas como: Claro, telefónica, Apple, Facebook, Amazon o Netflix puedan controlar directamente un recurso público que debe ser administrado y distribuido por el Estado. Este tipo de concesiones puede generar dificultades a largo plazo porque es conocido que las empresas privadas motivadas por el neoliberalismo crean restricciones económicas y por tal motivo dificultades de acceso a los bienes básicos de la población cuando no hay formas de financiar las operaciones de conectividad.

Regís Debray se hace la pregunta: ¿quiénes son los que tiene el monopolio de los bienes de transmisión simbólica? En el caso de Colombia a través de la ley TIC que fue aprobada en el 2019 serían las multinacionales de la comunicación quienes controlan la reproducción de sentido social a través de la representación de monopolios privados. En este sentido el estado social de derecho no existe y no tendría razón de ser, en la medida que los bienes públicos son una mercancía que se vende o se compra (Rabotnikof, 2005). La democratización de derechos como la comunicación puede construir un proyecto hegemónico y desde este lugar lanzar una propuesta de totalidad vinculando prácticas tradicionales como manifestación del movimiento popular, sindical, indígena, campesino y ciudadano con el propósito de generar una unidad de equivalencias creativas que permitan universalizar las particularidades de los colectivos (Laclau, 1996, pág. 75).

El rol de los periodistas como sujetos faltos de subjetividades y excluidos de las opiniones de la sociedad en la búsqueda de la objetividad de la información y los medios de comunicación como actores independientes que dicen la verdad, esa es la manera como se han dado a conocer las empresas mediáticas ante la ciudadanía. Sin embargo, que es decir la verdad en un mundo de mentiras o como algunos lo han querido convertir en eufemismo denominado posverdad. La filosofía en el mundo occidental lleva 2019 años buscando como descifrar la verdad y aparecen unos aparatos como los medios de comunicación que pretender ser los grandes mediadores entre la ciudadanía y el mundo de los hechos. ¿Quiénes son los sujetos que narran estos hechos? y como diría Boaventura de Sousa por qué desde una mirada vencedora²⁸ que fortalece la posverdad como el arte del simulacro.

Las acciones colectivas que debe buscar la sociedad frente a la pregunta sobre ¿Cuál sería la manera más eficiente para construir una hegemonía hecha de particularidades y que están tengan éxito? Gramsci como uno de los autores que puso en escena la categoría hegemonía en el vocabulario político, hace pensar que la formación de los públicos en los medios de comunicación son un acercamiento a la construcción de una totalidad de audiencias para el mercado, con unos públicos que asumen la realidad desde una visión solapada de objetividad que milita en el neoliberalismo. Los medios hacen parte de la sociedad, por lo tanto, estos pueden modelar los contenidos de las audiencias y buscar la manera de poner a circular sentidos que en el fondo son contruidos por especialistas de la comunicación para reafirmar las creencias de la ciudadanía.

Una comunicación que históricamente ha sido excluyente y en América Latina se observa el desequilibrio informativo que plantean investigaciones como la comisión de expertos del informe MCBRIDE (Sierra, 2017, Pág. 23) un solo mundo múltiples voces, que habla de una desigualdad en la circulación de sentido.

²⁸ Hace referencia a varias conferencias en Colombia cuando Boaventura de Sousa se refiere a la metáfora del cazador y el leopardo, la narrativa que se establece es la del vencedor, pero nunca la del vencido.

No es posible la democratización de la comunicación como un derecho humano si las políticas públicas son excluyentes de esa diversidad de voces. La economía política de medios hace un énfasis sobre la distribución de la riqueza de los medios, entre estos el tema de la administración del espectro electromagnético y también se detiene a mirar los avances de la política pública desde las normas jurídicas que se han aprobado para la democratización de la comunicación. Sin embargo, la comunicación es un derecho porque produce la realidad, las posibilidades de contrastar los hechos con diversidad de fuentes, el sentido, los sueños y metas de la ciudadanía (Varela, 2018, pág. 28)

En el tema de la responsabilidad de los medios, la comunicación no es cualquier producto y no puede estar en manos de entidades que la ven como una mercancía y que la distribuyen como un artículo de consumo que depende de las ganancias y ventas logradas en el mercado. Este bien público necesita de una regulación y seguimiento por parte de los gobiernos, la responsabilidad social que tienen los medios de comunicación frente a fenómenos como la posverdad, que en muchas ocasiones se originan desde las salas de redacción. Quien crea ciudadanía por la comunicación, es una política pública que se fortalece desde las instituciones del Estado a través de las voluntades políticas de las clases dirigentes o es un camino que se construye desde las bases sociales, sindicales y populares.

Las diversas experiencias que se presentan en el marco de la comunicación en América Latina se manifiestan desde medios alternativos que desarrollan proyectos desde la organización social, cultural y política, con el propósito de convertirse en una propuesta contra-hegemónica para confrontar la información de las grandes cadenas. Los contenidos que circulan en los medios se convierten en mecanismos de control por parte de los monopolios que diseminan sentido social al interior de la sociedad. En el continente se comenzaron a fortalecer las políticas públicas a través de la regulación legal del mapa mediático en la región, se limitó el monopolio de los medios con fines de lucro y se fortalecieron los medios de interés común. Los países progresistas, les dieron espacio a sectores

excluidos de la comunicación, para darle un rol activo a diversas instituciones públicas en el otorgamiento de licencias en el espectro radioeléctrico.

El contexto en Sur América fue de una descentralización de la comunicación y distribución de las frecuencias a través de las regiones, universidades públicas, municipios, la iglesia, sectores sociales y sindicales. Se incorporó la pluralidad al financiar con recursos técnicos y económicos para las organizaciones sin capacidad de participar en estas convocatorias. En el marco de las leyes de medios se crearon estrategias de comunicación transnacional, para confrontar a las grandes multinacionales de la información, cadenas como TELESUR en Venezuela hicieron un trabajo periodístico que facilitó el contraste de los hechos en la región. Esta es una alternativa para dar a conocer la versión de los pueblos del sur. Sin embargo, esta integración de las comunicaciones llevo a gobiernos como el argentino a discontinuar la señal de este medio internacional. Con la llegada de Mauricio Macri al gobierno argentino se extienden las licencias de los medios cercanos al gobierno por 10 años más y se cancela la emisión de TELESUR, quienes no puede funcionar como medio de comunicación, esto como un claro ejemplo de violación a la libertad de expresión en el mundo (Sierra, 2017, Pág. 68).

Latinoamérica encontró la forma de narrarse para el mundo a través de una visión propia, autentica y con fuentes originadas en la región, como alternativa antagónica a los contenidos producidos por las grandes cadenas internacionales que no establecen diferencias entre la realidad manipulada (Aparici, 2019, Pág., 31). La existencia de una cadena como TELESUR es la evidencia de cómo se puede construir una representación de voces ciudadanas para el mundo. Las grandes multinacionales de la información han sido confrontadas desde este proyecto alternativo hegemónico de narración de realidades contadas a través de los actores que viven la realidad en América Latina. Boaventura de Sousa diría que esta es una forma de narrar el sur, de contar la historia desde las víctimas de la colonización.

La ley TIC aprobada por el Congreso de la República en Colombia promueve el monopolio de los medios comerciales porque permite que los conglomerados privados tengan más tiempo para beneficiarse económicamente del uso del espectro electromagnético. En Colombia las concesiones para el uso del espectro son por 10 años (Chamorro, L. Barbosa, A. 2012, pág. 207) y con la nueva reforma aprobada en el 2019 ese tiempo se prolonga a 20 años con la posibilidad de extenderlo hasta los 40. En la mayoría de los países de América Latina el periodo de concesión se ubica entre los 7 y diez años a diferencia del caso chileno. De esta manera se excluye a los sectores alternativos de la comunicación, los medios comunitarios no tienen la posibilidad de participar porque el argumento del gobierno colombiano es incentivar la inversión extranjera a través de grandes megaproyectos financiados con recursos públicos de la nación que benefician económicamente a las empresas transnacionales que tienen el control de la totalidad de las telecomunicaciones (Afonso, C. 2012, Pág. 30).

Por todo lo anterior, es necesaria la articulación de las particularidades de identidad de los diversos colectivos y que estas iniciativas de comunicación desarrollen un trabajo unitario porque en muchos casos es disperso y marginal. Tienen una relación antagónica frente al poder de los medios comerciales. Sin embargo, es importante destacar que la búsqueda de ser alternativa hegemónica se construye desde el reconocimiento de las diferencias y la unidad de los sectores progresistas. En Colombia la democratización de los medios ha tenido un camino lento y los sectores que desarrollan proyectos de comunicación han encontrado en internet una alternativa de difusión. Sin embargo, es una pequeña franja la que accede a este derecho por los problemas de conectividad en el país; el argumento del gobierno, se centra en conectar a más de 20 millones de colombianos entregando la soberanía del espectro electromagnético a concesionarios privados. Las experiencias en la región demuestran que la ciudadanía en el transcurso de este proceso deberá pagar grandes cantidades de dinero por los servicios de conexión a las telecomunicaciones.

6.5. Producción de sentido social del significado del derecho a la comunicación en escenarios colectivos e individuales.

Cuando se comenzó a producir sentido social a nivel masivo se dio origen al libro, la prensa, el cine, la radio, la televisión y demás medios tradicionales, sin embargo las nuevas tecnologías cambiaron la forma de acceder a la información y el conocimiento, estas redes sociales llegaron a los medios como una forma de tener una comunicación más participativa por parte de los ciudadanos que se encuentran conformando el simulacro democrático de subir y bajar información, el cual refleja un ejercicio comunicativo en donde se produce contenido por parte de los usuarios que hacen parte de la estrategia de marketing de multinacionales que buscan una conexión afectiva de los consumidores cuando se ofrecen aparatos a través de los cuales se puede tener el poder de usar, controlar y producir todo tipo de sentido.

En este caso, la idea de Michel Foucault, nos indica que los únicos que tienen el derecho a decirlo todo y controlar el discurso en la forma que quieran, sin importar las circunstancias son los que tienen el fácil acceso a los actos del habla y quiénes pueden amplificar la palabra. Según Foucault, en toda sociedad la producción de discurso está seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tienen por función conjugar poderes (Foucault, 1970). Para el autor estas formas de producción de sentido se basan en la exclusión y en la práctica social reflejada en las diferentes instituciones o aparatos ideológicos mencionados por Althusser. Estas estructuras son legitimadas y avaladas para poner a circular ideas como la realidad o la verdad. En este proceso se determina una forma para hacer entender lo que significa tener el derecho a la palabra y la comunicación.

En el ejercicio repetitivo de las empresas mediáticas, se establece un imaginario sobre cómo entender el derecho a la palabra, para los ciudadanos el mundo es ambivalente y la comprensión sobre el derecho de comunicar se interpreta como la oportunidad de recibir información por parte de la prensa, la radio, la televisión y ¿qué más democracia que la misma red internet? La sociedad en general no ha

llegado a incorporar la categoría analítica sobre auto comunicación (Castells, 2012) en donde los receptores son consumidores y al mismo tiempo productores de información y conocimiento, pero no solo por usar y tener todo tipo de prácticas con los aparatos tecnológicos, esta lucha también es acceder a la propiedad de dichos avances de la tecnología.

Foucault afirma que la sociedad del discurso esta institucionalizada y con este argumento se puede entender que hay sectores que se han adjudicado licencias y permisos para controlar el espectro electromagnético. De esta manera se han convertido en la herramienta más poderosa para construir sentido social, difundir y poner en marcha la circulación de propagandas y versiones sesgadas sobre la construcción de los acontecimientos más relevantes en el país. Para María Laura Braga en la teoría semiológica de Eliseo Verón, se trata de reproducir la realidad social como experiencia colectiva (Zecchetto, 2012) y en este proceso de construcción del acontecimiento son fundamentales los medios de comunicación.

Estas construcciones teóricas sobre las significaciones que se generan en la epistemología de la producción social de sentido se encuentran detalladas en propuestas de investigadores que se han ocupado de la indagación profunda en este campo, quienes plantea una articulación entre la producción, la circulación y el consumo (Verón, 2014). Estas categorías son propias de la hegemonía de las clases dominantes. Se entiende que en la actualidad la concentración del sentido, la fabricación, difusión, adquisición de la información y la apropiación de saberes sociales se ha convertido en un simulacro lleno de diversidad y pluralidad en las redes sociales, esto como consecuencias de los nuevos mercados que se han explorado en medio del contexto actual de la comunicación y el auge de las nuevas tecnologías brinda una nueva forma para la venta de objetos.

Que circula en Colombia sobre el significado del Derecho a la Comunicación.

Algunas familias y sectores políticos y económicos en Colombia han ganado el control de las licencias y el espectro electromagnético, de esta manera se puede

dar cuenta de quienes han sido los afectados con la exclusión para ejercer el Derecho a la Comunicación y pensar una cultura democrática más horizontal en el ejercicio del poder. Los organismos internacionales y multilaterales han sido indiferentes a las orientaciones sobre la diversidad y las múltiples voces de contar el mundo como lo indica el informe de Sean Macbride (Macbride, 1988).

A pesar de todos los esfuerzos mundiales en el continente Latinoamericano por democratizar la palabra ha triunfado el relato de las grandes empresas de comunicación que se han apropiado de las licencias y del control del espectro radioeléctrico. La comunicación es parte constitutiva de una sociedad diversa y plural este componente permite el entendimiento entre los sujetos, las diferencias y las distinciones. Es un laboratorio para los urgentes ejercicios de negociación y resolución de conflictos que necesita el país en un momento histórico como el proceso con las FARC y el ELN. En este sentido, la experiencia genera procesos de significación y produce sentido social, el cual es resultado de las interacciones sociales de las comunidades que han puesto a circular todo tipo de acciones comunicativas.

Los sentidos producidos por parte de los medios de comunicación frente a problemáticas sociales como la salud, la educación, la vivienda, la alimentación, el trabajo y la misma idea del derecho a la palabra son construcciones elaboradas por los propietarios de los medios. Sin embargo, con estos discursos que denuncian la situación de control de la información no hay un ambiente reivindicativo entre los que investigan la teoría política de la comunicación, los grupos que defienden la amplificación de la voz, quienes piensan los medios como derecho humano y demás ciudadanos que observan pasivamente como las multinacionales se apropian de un recurso público como el espectro radioeléctrico.

¿La comunicación es una necesidad? ¿Qué es lo que moviliza a la comunidad?
¿Cuáles son los desafíos para comprender a Colombia como una nación alejada de los fenómenos colectivos de movilización por la comunicación? Todas las

anteriores preguntas desde una epistemología sentipensante (Fals, 2015) que cuestiona la realidad observada en comparación con la defensa que hacen otras naciones en la región de América Latina. Una propuesta de investigación que propone la transformación de la realidad del país en donde se promueva la articulación de los diferentes sectores de la sociedad para convertir la comunicación en objeto de interés de la mayoría de los colombianos. Un proceso complejo que necesita de los aportes investigativos de los académicos internacionales que analizan el Derecho a la Comunicación.

En medio de esta situación también se hace la pregunta por si estas iniciativas son propias o son propuestas traídas y copiadas de países vecinos, como lo afirmaría el maestro Orlando Fals Borda (Fals,1973) en el libro ciencia propia y colonialismo intelectual. Desde diversas miradas podrían ser el anhelo de algunos sectores progresistas que discuten el tema en colectivos comunitarios, alternativos o populares. Para las universidades colombianas, los investigadores, académicos, intelectuales o profesores de comunicación más que un objeto de estudio puede ser un contenido trabajado en la materia de economía política de medios, ¿esta epistemología es trabajada en Colombia? ¿Para la mayoría de las universidades es algo relevante y básico? Todas las anteriores interrogantes por resolver.

Todos los procesos políticos son atravesados desde la comunicación y los sectores que están en conflicto no pueden contar la realidad porque no tienen espacio en los medios masivos, este es el caso de actores sociales y sindicales que terminan pagando espacios en el espectro para poder comunicar. Desde estos escenarios surgen una mirada democrática y popular por parte de investigadores como Juan Samaja y Enrique Dussel que están interviniendo directamente en los procesos políticos o sociales, estos académicos se involucran en la defensa de derechos civiles y se pueden identificar como académicos-militantes, quienes evidencian una forma de hacer teoría y ponerla en práctica como propuesta hacia una perspectiva de unidad, sin embargo, queda la pregunta por saber si es posible tomar distancia, ser neutral, imparcial o ubicarse desde miradas diferentes al mundo de los objetivados.

Los académicos que en muchas ocasiones se distancian de los sectores populares en Colombia se pueden manifestar con investigaciones que proyecten categorías como la participación, la ciudadanía, la autonomía y el derecho a tener voz. Evidenciando realidades como el neoliberalismo en la práctica de la comunicación globalizada, desde el desfinanciamiento y el desmonte de medios de interés público y medios comunitarios, que cada vez son desfinanciados por parte de gobiernos de sectores de derecha, favoreciendo a los privados y a los grupos económicos, que excluyen a los más desfavorecidos de la sociedad en general. Para muchos ciudadanos y sectores involucrados en la comunicación se entiende que algunas innovaciones tecnológicas democratizan los medios, como es el caso de internet, sin embargo, en la pregunta de investigación que permite aclarar el debate por la poca importancia que ha tenido el derecho a la palabra en Colombia, la inclusión, la diversidad de opiniones y el pluralismo, con el propósito de fortalecer la participación ciudadana, las acciones y decisiones colectivas, en un momento histórico como el que vive la comunicación, no permite darse el lujo de hacer una investigación neutral cuando la realidad que vive la sociedad no es imparcial ni justa.

Hay académicos, investigadores y los diversos actores que imponen desde el orden hegemónico del discurso la instalación de unas maneras de pensar unificadamente el fenómeno de los medios de una forma unidireccional, donde los ciudadanos nos están hechos para los placeres creativos de la comunicación. Algunas universidades afines exclusivamente a la lógica del mercado mediático se han encargado de producir un sentido común sobre lo que significa comunicar, cuando se estudian las escuelas, europeas y estadounidenses se entiende que la producción de sentido social del campo comunicativo está orientada a mantener el orden establecido. ¿Cómo se puede construir una mirada o un conocimiento propios desde los colectivos cuando todos están atravesados por la globalización? No es chauvinismo, pero las nuevas formas de pensar la comunicación deben dar solución a las problemáticas internas del estado-nación.

Lo político como acción que transforma a los sujetos y sus investigaciones como prácticas en constante transformación que cambian los objetivos, las preguntas y las argumentaciones. Las epistemologías totalizadoras de la realidad como relatos concentrados en certezas. La investigación como el origen de muchas inquietudes y desde la pedagogía de la pregunta de Paulo Freire (Freire, 2013). Una epistemología de la incertidumbre, donde nada es claro, donde todo va cambiando a medida que se avanza la investigación. En este sentido las ciencias sociales han sido vistas como algo menor frente al positivismo y los imaginarios que han tenido en la producción de conocimiento ha sido baja con relación a las ciencias exactas, las matemáticas o las ingenierías.

A pesar del contexto que vive la ciudadanía colombiana, son diversas experiencias de colectivos de radio comunitaria, comunicación escolar, colectivos juveniles, grupos LGTBI y organizaciones sindicales, que han encontrado en lo cultural, el lugar de exigencia, demanda y disputa por la comunicación como derecho. Con los pocos recursos económicos se han desarrollado formas de difusión más creativas, con el propósito de llegarle a la sociedad en general con lenguajes que no sean tan especializados, al momento de socializar diversos saberes para resistir ante las hegemonías mediáticas.

La hegemonía y la contra-hegemonía son dos conceptos que tomaron fuerza en las teorías de Antonio Gramsci y que han vuelto a surgir desde los análisis de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (Laclau, E. Mouffe, C. 2010) cuando explica lo que quiere decir Hegemonía desde los nuevos movimientos sociales, sectores alternativos y populares con diferentes miradas de lo político, para explicar cómo se puede construir un proceso hegemónico donde se pueda hacer un aporte a la transformación de las relaciones de fuerza en el mundo. En este sentido es indispensable una estrategia que va más allá de las acciones tradicionales de la protesta social y las movilizaciones tradicionales, donde el replanteamiento por las nuevas prácticas de lo colectivo y lo individual se hacen necesarios. Los medios de comunicación son aparatos ideológicos que deben ser apropiados por los sectores sociales en la medida de garantizar la participación de la ciudadanía,

la democratización ayuda a desmontar el negocio que rodea la legitimidad de las noticias vendidas como paradigmas de la verdad, sin embargo, esta propuesta debe encontrar una base social que se apropie de la comunicación como un derecho y no como una mercancía.

En Colombia podemos recordar las diferentes formas de hegemonía que se establecen para ejercer el control de la ciudadanía. En este recorrido se observa como la religión hace parte de los dispositivos sociales para incidir en las conductas de la población. Muchas de las frecuencias que se otorgan en el país son controladas por sectores de la iglesia, el ejército y la policía, desde estas tribunas radiales y televisivas, difunden todo tipo de opiniones que inciden en las decisiones de la comunidad, estos sectores hegemónicos tienen la capacidad reproducir sentido social y son herramientas poderosas en la mediación que tienen estos grupos afines a los gobiernos de turno con la sociedad en general. Como lo dice Osvaldo Dallera (Zecchetto, 2012) en su análisis sobre la teoría semiológica de Greimas, la producción y reproducción de sentido necesita de un soporte material que pueda ser percibido por los sentidos de los ciudadanos (Zecchetto, 2012) y esa tarea les corresponde a los medios de comunicación.

Colombia es una sociedad donde las religiones, especialmente católica y recientemente las fracciones cristianas derivadas del protestantismo (evangélicas), tienen gran presencia en todos los fenómenos e instancias de la vida nacional; los emplean estos escenarios religiosos como parte de un mantenimiento ideológico de los discursos acerca de las diferentes instancias políticas, económicas y culturales, para consolidar sentido social, hace que los ciudadanos encuentren en los aparatos todas las explicaciones para darle un rumbo al mundo de la vida, las respuestas que buscan las encuentran en los aparatos. Se supone que el estado es como un dios, pero éste es relevado en su acción hegemónica por los sectores privados y neoliberales representados los medios corporativos, monopólicos y oligopólicos, algunos medios públicos y comunitarios se complementan con aparatos ideológicos que controlan algunas frecuencias de radio en las fuerzas militares, las instituciones de educación, los grupos religiosos y demás actores que

inciden en las conductas de los ciudadanos. Esta situación no solamente acontece en medio de los sectores dominantes, estos modelos también se reproducen en los sectores alternativos, comunitarios o populares que reflejan algunos hechos y ningunean otros.

Instancias supranacionales y cadenas de medios que han desplazado al Estado-Nación, rompiendo las lógicas de la soberanía y potenciando las dinámicas extractivistas del mercado y el sector privado. Siguiendo el análisis de Alcira Argumedo (1993) en el libro *los silencios y las voces en América Latina*, las mismas disputas de hace más de doscientos años no ha cambiado, porque el modelo colonialista sigue presente en la realidad de los países del sur, cuando miramos el mapa de medios y el control de la economía, encontramos que los capitales golondrinas continúan llevándose los recursos de la nación, entre ellos los recursos provenientes del espectro electromagnético en la radio y la telefonía celular. Los medios comunitarios están organizados y realizan debates sobre la defensa de comunicación como derecho, los ciudadanos que integran estos colectivos ven como una necesidad básica el acceso a plataformas que permitan amplificar la voz y denunciar problemáticas excluidas por los grandes canales.

En esa línea la comunicación es un derecho social y humano, confronta la idea de hegemonía de los medios y se expresa como una dimensión para el ejercicio de la ciudadanía de pequeños sectores que esperan entrar a la torta del espectro. Ejercer la producción de sentido social sobre temas de importancia en el país, es una tarea asumida por muchos conglomerados que financian campañas electorales en cargos de elección popular, en este sentido la opinión pública que circula desde los medios sobre quien llegará al poder político es concentrada y los sectores alternativos son editados de la construcción de la realidad nacional.

El sentido producido por los diferentes contenidos mediáticos se instala desde características culturales y educativas de la población colombiana, las carencias de la sociedad son el reflejo de la influencia de los aparatos ideológicos del gobierno. Identificar las huellas sobre la reproducción planteada por Eliseo Verón

(Verón, 2014) y las pisadas que sugiere Carlo Ginzburg en el mito indiciario (Ginzburg, 2009) serían metáforas de un cazador nocturno que investiga en la oscuridad lo que sucede frente a la indiferencia de la ciudadanía colombiana por un tema fundamental como la comunicación. Desde este tipo de epistemología buscar las interpretaciones que se hacen de lo alternativo, popular o comunitario cuando se trata de comprender espacios contra-hegemónicos y tal vez encontrar lugares que no han sido colonizados por la industria privatizadora del discurso y la palabra.

La dimensión política de la comunicación se instala en la parte emocional y racional de los individuos, esta se concreta en el mundo de las prácticas o la toma de decisiones. Por otro lado, encontramos la dimensión simbólica que se inscribe en los imaginarios de la ciudadanía. Las significaciones filosóficas del mundo teórico se consolidan en la práctica cotidiana, hace parte y orienta los discursos del Derecho a la Comunicación que tendrán éxito si trascienden a la acción colectiva y si los sujetos se apropian de los usos del mismo. Sin embargo, lo simbólico y la significación tienen materialidad social desde la práctica de la comunicación, no solo es discurso, para Valentín Volóshchinov, más allá de la voluntad del mundo de las significaciones se pueden construir ideas y propuestas argumentativas que desemboquen en el mundo de la práctica (Volóshchinov, 2009) los argumentos se deben convertir en acción colectiva, rompiendo la tradición académica e investigativa.

Que quiere decir democratizar la comunicación para democratizar la sociedad, significa que existan medios populares en las escuelas y colegios, que los pueblos originarios tengan acceso al espectro, es cambiar una hegemonía por otra, es instalar medios propios en donde antes no los había. Los usos culturales de la comunicación y las políticas que diseña el estado tienen un bajo nivel de incidencia en las franjas locales y en la programación regional. En las localidades no se compite con los productos de frecuencia nacional, y lo que es local sigue siéndolo a pesar de la globalización, los medios comunitarios no se pensaron como una propuesta nacional, siempre fueron considerados como espacios

pequeños y con poca amplitud en la señal. Pero la pregunta también se origina desde la necesidad de construir propuestas globales en medio de la nueva auto comunicación (Castells, 2012) que indica que ya no tenemos la dificultad de ser autor y donde el acceso es más sencillo.

Los ciudadanos de las regiones apartadas pueden formular sus propias propuestas de comunicación para que se puedan contar y narrar. La búsqueda por la participación directa de las comunidades puede desembocar en iniciativas que permita apropiación de las problemáticas de las comunidades. Estas políticas públicas no funcionan solamente a través de la redacción de documentos, las realidades de la población colombiana hacen que los intereses estén enfocados a otras necesidades y nos lleven a formular la pregunta del porque somos así, sujetos poco politizados y participativos. En los últimos años se ha trabajado en los niveles de cultura política para que los ciudadanos se movilizan en mayor número en las calles. En este ejercicio, los intelectuales y los educadores han estado en la tarea de llevar un conocimiento y un saber más cercano a los discursos y las realidades de la población, para poder tener una aproximación más cercana a los contextos y las problemáticas de una sociedad diversa y plural como la colombiana, con el propósito de tener prácticas más horizontales en la distribución del conocimiento y superar lógicas hegemónicas que puedan existir en algunas universidades o dialogo de saberes que surgen desde las regiones.

Las organizaciones sociales en Colombia que defienden los derechos de la comunicación que tanto representan al gremio, el problema de la representatividad es solo en el nivel nacional o también es reproducido en lo local. Como se hacen los programas, como se hace la programación, las propuestas tienen una dinámica secreta y ocultan en la toma de decisiones o son escenarios comunes y públicos. La creación de propuestas comunicativas que circulen procesos de significación, institucionalizados y organizados por representantes de las comunidades desde el sentido común, la vida cotidiana y la interacción sígnica de una colectividad (Volóshinov, 2009) procesos donde se encuentran rezagos de la dominación o la

hegemonía discursiva que ejercen los líderes de los medios y las estructuras más representativas de los medios comerciales, públicos o comunitarios.

En lo anterior encontramos que la dimensión simbólica se concreta en el objeto de estudio, es decir, en la comunicación como derecho y se vuelve política, cuando los representantes de los colectivos de medios pasan a la acción y definen planes de trabajo a favor del derecho a la palabra. En esta interacción encontramos la primera asimetría de sentido producido, los sujetos que intervienen en el proceso de intercambio de los actos de habla, no están en las mismas dimensiones de sentido social producido, esto quiere decir que al momento de interactuar hay grandes diferencias en el lenguaje y esto se convierte en un obstáculo para la construcción de un discurso comprensivo para quienes están por fuera del sentido que se quiere producir. Para Volóshinov (2009), es indispensable que el hablante como el oyente pertenezcan a un mismo colectivo lingüístico, esto con el propósito de fortalecer la unidad de las organizaciones que desean trabajar en la defensa del Derecho a la Comunicación.

Verón (2014) plantea que el emisor, el receptor y el mensaje se complementan en medio de la circulación de mensajes, siendo estas construcciones abstractas que no se pueden tocar y procesos invisibles que se transforman constantemente en el sentido social producido. Los discursos se están modificando a través de las intervenciones de los sujetos por medio de prácticas comunicativas y así comprendemos que el sentido social es un proceso en construcción, un eterno retorno que los actores participantes de la comunicación deben asumir con el propósito de acortar brechas en el lenguaje y poner en discusión los hallazgos que Pierre Bourdieu abordó desde lo que significa hablar en términos de lo social y cultural (Bourdieu, 2008).

Es necesario evidenciar la significación de los discursos que circulan en la sociedad sobre el Derecho a la Comunicación, con el propósito de situar un análisis en la dimensión política y cultural e indagar sobre el funcionamiento, la circulación de sentido en los sectores sociales, sindicales, universitarios,

campesinos, indígenas, maestros, medios públicos, comunitarios y comerciales sobre lo que se entiende y comprende sobre el derecho a la palabra amplificada. Significaciones y procedimientos comunicativos que dan cuenta de los discursos que se utilizan como dispositivos para conocer los saberes que se generan en torno a lo que se entiende por derecho a comunicar y como se construye la subjetivación al interior de los sujetos que están pensando el Derecho a la Comunicación. Que para muchos ciudadanos es una reivindicación menor porque no aparece en la epistemología marxista de la lucha de clases y en relación con otras necesidades primarias de la sociedad, la comunicación no aparece como un sentido producido desde lo básico e indispensable para la población, sin embargo, muchos ciudadanos invierten bastante dinero en plataformas y canales que les permiten estar conectados con el mundo.

Una pregunta que ronda esta investigación gira sobre el sentido que se ha producido históricamente sobre él porque existe una idea instrumental en la comunicación, al entender que este proceso se limita al uso y la práctica de aparatos ideológicos que fortalecen la idea acceso y recepción de información, soslayado el derecho a comunicación como un proceso donde se producen contenidos por parte de las audiencias. Las operaciones comunicativas de las hegemonías deben ser indicadores para generar acciones creativas que permitan confrontar los dispositivos discursivos desde propuestas contra-hegemónicas que produzcan un sentido que conecte con la sociedad en general.

Desde estas perspectivas áreas como la economía política aparecen en el mapa de la comunicación en América Latina como nuevas formas de intervención en la dimensión cultural, política y social de los sectores sociales que siempre han estado por fuera de los espacios que pueden proyectar y pronunciar la palabra. En estas circunstancias aparece un sentido común como trama del discurso que circula sobre el significado de la comunicación en la sociedad, en las dinámicas del estado, en el mercado, la política, la sociedad, la cultura y demás aspectos de la vida colectiva e individual los actores tienen sus propias interpretaciones sobre la comunicación. Cada vez es más sólida la idea de unos medios como mercancía

para el consumo, y tal vez eso no esté mal en el mundo neoliberal que habitamos, pero sí se convierte en una dificultad para quienes son excluidos y no tienen derecho a nombrar y ser nombrados en el espectro electromagnético.

En los partidos políticos y las organizaciones sociales se definen los planes de acción y las determinaciones de la defensa de los derechos, la militancia ha permitido que estas directrices sean escenarios para definir el futuro de los grupos aglutinados y representados por los dirigentes que toman las decisiones por medio de la representatividad, muchos de estos planes de trabajo en Colombia dejan por fuera la comunicación como tema central del debate, en muchas ocasiones no se reflejan los intereses colectivos del ejercicio deliberativo.

Los modos de nombrar realidades construidas desde el lenguaje en ocasiones reflejan o esconden las diversas versiones de la realidad, desconociendo que lo contextual hace parte constitutiva de la comunicación y atraviesa los argumentos de los ciudadanos, las significaciones, las tramas dialógicas se construyen en la interacción. Tal vez esto no aparece como algo evidente y está oculto en los diversos encuentros comunicativos de la sociedad, lo que hay que hacer es objetivarlo, es decir, tratar de seleccionar categorías de análisis que permitan describir con mayor precisión aquello que está escondido en los procesos que puedan ayudar a incorporar la comunicación como derecho humano.

Estas propuestas no son nuevas, sin embargo, en la región de América Latina han sido abandonadas estas perspectivas epistemológicas generando un panorama opaco en medio de otros intereses académicos e investigativos. Esto se puede hacer transparente cuando develamos los entramados del sentido social que están ayudando a fortalecer la idea mercantil de la mediación social de los mass media. Objetivar esta realidad es develar el mundo ambivalente que coexisten en lo que se entiende por Derecho a la Comunicación y lo que se esconde en este. El ejercicio de la metacomunicación se refleja en un ejemplo como el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, que habla del derecho a la expresión y el artículo 75 que se refiere a la prohibición del monopolio del espectro

electromagnético. Sin embargo, en la práctica social tiene otras formas de objetivarse, al identificar en los documentos un derecho reconocido ante la ley pero que difiere de la realidad a la que están sometidos los que no tienen voz o no pueden amplificar su discurso.

Hay otra comunicación posible para hablar de lo que no se nombra, de las historias populares que se quedan por fuera de los medios. Lo que no aparece en el discurso podría objetivarse en los diferentes imaginarios sociales y en los lugares donde se cocina el Derecho a la Comunicación. En los modos de ver el mundo se reflejan en la ecología de la comunicación, el lenguaje, los discursos políticos, la cultural y demás aspectos que circulan en acciones colectivas o movimientos sociales y populares que buscan instalar nuevas miradas contra-hegemónicas que puedan contar las historias y los saberes que están por fuera de las industrias culturales.

6.6. Una mirada democrática al espectro electromagnético en la economía política.

La diversidad de los medios de comunicación es una necesidad primaria para la democracia. La producción de historias y los discursos son parte de una dimensión simbólica y material de las fuerzas mercantiles mediáticas y estas investigaciones no están alejadas de la epistemología que trabaja la economía política de medios o las súper estructuras del poder que menciona Armand Mattelart (Bolaño, C. Mastrini, G. Sierra, F. 2005) y que actualmente se manifiestan en trabajos de economía política de la comunicación realizados en América Latina por autores como Guillermo Mastrini, Cesar Bolaño y Martin Becerra (Moragas, 2011).

Armar un análisis de la economía política de medios de comunicación, sin caer en apologías a la interpretación crítica de la globalización de Armand Mattelart (Moragas, 2011) o tendencias de los estudios culturales trabajadas por Jesús Martín Barbero (Moragas, 2011). Un diseño investigativo que pueda trabajar más allá del enfoque marxista de la economía política, que pueda mirar otros aspectos

desde la producción de sentido social, las significaciones, el lenguaje o las prácticas sociales. Con el propósito de ampliar las miradas del materialismo económico, jurídico, constitucional y legislativo, se debe tener en cuenta el trabajo de los diversos sectores sociales que trabajan en la consolidación de un cemento del Derecho a la Comunicación y gestan desde un movimiento evangelizador o pedagógico la conexión o la manera de explicar la importancia del derecho y la necesidad de pasar a la acción colectiva de las organizaciones en el ejercicio de la real democracia.

Lo que está en tensión son los abordajes epistemológicos de la económica política de medios y las miradas culturalistas que se relacionan constantemente con una explicación transversal sobre el porqué no se desata un sentimiento colectivo y común por la comunicación como derecho. Las categorías de análisis son una estrategia en construcción teórica para la futura acción y plantean identificar los problemas de la falta de conexión afectiva y las dificultades que puede tener el Derecho a la Comunicación como un interés colectivo, encontrar las ideas que rondan el tema, evidenciar las características de conceptos categoriales que no son estáticos y que están en constante transformación.

Dar cuenta de las prácticas y saberes de la comunicación como un derecho humano que debe construir conceptos que permitan objetivar el encuentro de los resultados de análisis de las categorías investigativas con las propuestas de acción de los sectores sociales que están pensando el derecho a la palabra como algo básico en la sociedad.

Actualmente este proceso es emergente y nunca termina de arrojar una totalidad, al mismo tiempo es un proceso que no es estático; es decir, que el desarrollo de los conceptos teóricos está en constante transformación y modifica las acciones colectivas que pueden formular los sectores que presentan leyes de medios, democratización del espectro y Derecho a la Comunicación.

Como entender la heterogeneidad de la ciudadanía al momento de construir un argumento común para conectar el interés de la sociedad por la comunicación. Los colombianos desconocen el derecho que tienen y no les interesa, no lo consideran una necesidad básica en la vida cotidiana. Como entender la poca participación de los colombianos y no totalizarlos como sujetos faltos de cultura política. Para poder entender la voz social que se expresa en las posibles exigencias de unos pocos y el desinterés de otros. Como se reflejan estas dos voces sociales que coexisten y que se diferencian en la militancia de los convencidos y las oposiciones de quienes no se han conectado con el discurso del Derecho a la Comunicación.

Los relatos de esta historia en Colombia no son totalizadores, se encuentran ruidos, distorsiones en la construcción teórica de cómo abordar la comunicación como derecho. Algunos movimientos sociales han incorporado la idea de construir una identidad colectiva que unifique a los diversos actores que reivindican la comunicación como derecho (Pinilla, 2018) en donde esta construcción interpela a los colectivos en asuntos como la diversidad, la pluralidad e iniciativas horizontales en la toma de acciones y decisiones. Las maneras de emanciparse también incluyen un análisis interno de las relaciones de poder que se reproducen en las organizaciones sociales, en la medida que estas también pueden reproducir o copiar las prácticas de los sectores dominantes.

Al momento de armar una propuesta que interpele también los aspectos políticos e ideológicos de contra-hegemonía, aparece el discurso comunicativo como eje central en la construcción de la identidad. Los sentidos que se disputan el poder tratan de instalar teorías totalizadoras y únicas, Por tal razón es necesario objetivar los problemas de la comunicación con categorías que permitan dar cuenta de la manera en que se articula la idea de la comunicación como derecho colectivo y social, donde se pueda describir propuestas y acuerdos entre los diversos actores que trabajan en la idea de la democratización de los medios.

En América Latina los procesos políticos y sociales han incorporado el componente de la comunicación como un elemento fundamental para las organizaciones que quieren construir procesos de identidad y de movilización colectiva en torno a la dinámica de inclusión y fortalecimiento de la democracia. Este tipo de investigaciones hace que la teoría pueda hacer un tránsito a la perspectiva militante y que esta no soslaye aquel investigador orgánico que se involucra con el objeto de estudio. El investigador asume un abordaje epistemológico desde los principios de la Investigación Acción Participativa propuesta por Orlando Fals Borda (Salazar, 2005) y trabaja colaborativamente en una estrategia de articulación de las voces que no tienen voz y en la consecución de acciones para amplificar la palabra.

Otra de las tareas que está pendiente por fortalecer son los vínculos entre las diferentes redes, campos de producción de conocimientos y saberes, es importante el tránsito de la fundamentación teórica que revela los fenómenos y las prácticas discursivas e investigativas, sin embargo, se necesita que estos procesos estén más cerca de las acciones y realidades de la sociedad. Teniendo en cuenta que muchas de las prácticas sociales han estado alejadas de los centros de educación superior, surge la necesidad de trabajar en iniciativas creativas que permitan encontrar salidas articuladoras entre el mundo académico y la vida de los ciudadanos.

Los procesos de articulación de lo colectivo se encuentran con la dificultad de construir sentido de pertenencia porque en muchas de las organizaciones no se trabaja desde la alteridad y el reconocimiento de los diversos grupos representativos de la comunicación, otra perspectiva es que las estructuras han sido verticales y han hegemonizado las prácticas en los escenarios de decisión de los colectivos. Muchos de los fenómenos sociales que se han producido en el continente se fortalecen mediante la manifestación y la movilización de teorías producidas sobre el Derecho a la Comunicación en América Latina. Estos aportes están contruidos desde los aportes sobre economía política que trabajan en colectivo con la base social, sin embargo, en Colombia las dinámicas sociales,

culturales, políticas y académicas no han logrado conectar con este proceso que articula muchos escenarios de la sociedad.

En el proceso de objetivación se puede enfocar la perspectiva de la pedagogía de la pregunta ¿la comunicación es una necesidad y un derecho humano que requiere la sociedad colombiana? ¿Qué identifica a los sectores sociales que la defienden? ¿Cuáles son los conflictos sociales en la vida cotidiana de los actores? ¿Cómo están organizados estos grupos? ¿Qué lecturas hacen sobre el Derecho a la Comunicación? ¿Qué sentido tiene hablar del Derecho a la Comunicación en esta época? Por otro lado, para entender las tramas epistemológicas y políticas es necesario conocer las prácticas y saberes que se construyen al interior de los grupos sociales y determinar qué tipo de conocimientos se conforman en los colectivos. En este sentido poner en relación problemáticas y subjetividades del conflicto social a través de categorías que analizan las prácticas de los ciudadanos para entender procesos que se arman desde la acción colectiva.

En términos de la significación de los conceptos que aparecen en distintos sectores, son materia de análisis para entender las formas de construcción de ciudadanías en torno a la comunicación y la participación democrática desde el derecho a la palabra. Son muchos los interrogantes que es necesario plantear en torno de esta discusión: ¿Qué se entiende como acción colectiva para quienes defienden la comunicación en sectores sociales y académicos, que están indicando sobre el Derecho a la Comunicación?, ¿cómo se ha reflejado la categoría de movilización en las diversas investigaciones? ¿Qué perspectivas tienen sobre las acciones de los colectivos, que idea hay sobre la colectividad, que se interpreta de las prácticas de los sujetos cuando interactúan en colectivos sociales? y ¿de qué maneras son producidos por las grandes estructuras del saber, la información y el conocimiento?, ¿cómo es la relación entre los aparatos representativos de los medios masivos, los periodistas y las facultades de comunicación? ¿Qué lectura se puede hacer desde los autores y los recorridos de los investigadores en medio de las dimensiones culturales, políticas, económicas y comunicativas, que permitan comprender las diferentes visiones del mundo y los marcos

epistemológicos que hay sobre el Derecho a la Comunicación y cómo estos procesos sociales se están reproduciendo en América Latina?

Por otro lado, la dimensión comunicativa del sujeto social se amarra a la hegemonía del lenguaje y la identidad colectiva se construye a través de las interacciones sociales en el mundo de la vida, sin embargo, dicha socialización se transforma constantemente a través del tiempo y el espacio recorrido y compartido en la esfera de lo común. El proceso de construcción de sujeto no es estático ni determinado, la historia ha demostrado que los avances en la comunicación pueden superar las expectativas soberanas y los imaginarios físicos de la geografía del Estado-Nación. La sociedad globalizada a través de la tecnología construye la representación, la alteridad, la otredad, la percepción del mundo desde la subjetividad individual y colectiva, para poder entender las dimensiones de quienes somos, de dónde venimos y para dónde vamos. La forma como emerge esta situación es el resultado de una relación político-histórica como producto de la interacción sociocultural de un mundo interconectado y la manera en que se configuran los sujetos desde la comunicación para generar el cemento de la sociedad.

Las formas de producir esos significados sociales se relacionan con las diversidades y pluralidades que están en constante interacción y desde esta mirada en lenguaje es fundamental para crear canales de comunicación entre el mundo de la práctica representado por los sectores sociales y el mundo de la teoría controlado por los académicos. Uno de los aspectos que nos recalca el autor Juan Samaja (Samaja, 2004) sobre la tarea de los investigadores cuando realizan un trabajo de campo, es que la recolección de información depende de las interacciones que se producen entre los sujetos sociales que podrían ser candidatos a la defensa por el Derecho a la Comunicación.

Sin embargo, el propósito de generar saberes que van más allá de las construcciones subjetivas e imaginarias de la razón, les dan importancia a los motivos emocionales por los cuales los habitantes del país se podrían interesar en

la defensa del Derecho a la Comunicación como algo básico y necesario para los ciudadanos. Si las ideas de Samaja se aplican a la investigación social de la comunicación como derecho podríamos observar los palpitos que tienen los colombianos sobre este tema que es un asunto que no se ha socializado en Colombia en las bases y los estratos sociales más bajos de la población. Samaja lo llama la inteligencia emocional y esta debería generar una interacción con la inteligencia intelectual de los especialistas en las facultades de comunicación social, en la medida que este contacto pueda articular ideas que fortalezcan la pedagogía de la comunicación.

7. ESTRUCTURA METODOLÓGICA

Al momento de configurar categorías de indagación las cuales hacen parte de la definición de las técnicas y los instrumentos de investigación, se ha tomado como base la sustentación conceptual que ha permitido trabajar la recolección de datos y el análisis epistemológico estarán enmarcadas en estudios relacionados con la construcción de Ciudadanía, para dar cuenta del problema sobre el Derecho a la Información en Colombia, con el empleo de algunos referentes en Latino América.

7.1. Perspectiva metodológica

Este acontecimiento dio lugar a desarrollar un estudio de investigación con un enfoque cualitativo y con un diseño interpretativo que dé respuesta a la realidad que viven algunas organizaciones de medios comunitarios agrupados en la Central de Comunicaciones de Colombia (CCC) que está compuesta por más de 50 medios entre digitales, impresos, radiales y televisivos. Que son un referente en el país como diagnóstico de lo que pasa en Colombia sobre el Derecho a la Comunicación con relación a otros países de la región.

7.2. Escenario de investigación y temporalidad

El objeto de estudio se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá y se manifiesta a través de la declaración por la democracia informativa en Bogotá y en Colombia desde los derechos de la comunicación comunitaria y alternativa, dicha declaración tiene una fecha de fundación en febrero 9 de 2017 fecha de la conmemoración del día periodista en Bogotá Colombia.

El desarrollo de esta actividad en el año 2017 permitió la creación de una Central de Comunicación Comunitaria (CCC) con el objetivo de agrupar directores,

--	--	--	--	--	--	--	--

Se desarrolló una estrategia de investigación que permitiera involucrar a los medios de comunicación comunitaria de la (CCC) en un marco de acción sobre el espectro electromagnético, esto con el objetivo de hacer una interpretación desde el Derecho a la Comunicación, la adjudicación de licencias, la defensa de lo público en relación con el espectro radioeléctrico otorgado a través de concesiones a multinacionales y empresas del sector privado.

7.4. Bitácora de viaje, análisis metodológico y categorías propuestas

Las posibles estructuraciones para esta investigación se desarrollaron desde temáticas abordadas por algunos trabajos realizados por investigadores como el maestro Alfonso Torres Carrillo en torno a la categoría de acción colectiva, desde experiencias en relación con la movilización ciudadana y la idea de Antonio Melucci, Charles Tilly y Sidney Tarrow sobre la categoría de acción colectiva desde las organizaciones. En este análisis se desarrollan discusiones sobre las diferentes estrategias de acción colectiva por el Derecho a la Comunicación creadas por colectivos en la ciudad de Bogotá. Ubicando los posibles autores que podrían hacer aportes al marco conceptual de la investigación cualitativa se comenzó a analizar las investigaciones participativas, con enfoque de socio-praxis y que en la mayoría de los casos son ignoradas por la hegemonía académica de las ciencias sociales.

La propuesta fue analizar los debates más importantes de los autores y estas lecturas sirvieron al trabajo de investigación, se pudo incorporar estos aportes al diseño de investigación, involucrando los actores cercanos a los medios comunitarios de la (CCC) Central de Comunicación Comunitaria, la cual es una organización que participa en la defensa de una democracia de medios de comunicación. Esta propuesta de investigación nos lleva a pensar en ese

investigador militante y que se identifica con el objeto de estudio, que en muchos casos ha sido rechazado por temas de neutralidad en la investigación, pero pareciera que estos no son momentos para ser neutrales, es necesario superar esas discusiones epistemológicas y hegemónicas del conocimiento, que al final también terminan siendo un monopolio del saber en algunos sectores universitarios.

El rol del investigador en los procesos de interacción entre el objeto investigado y quienes hacen el trabajo de campo, proponiendo metodologías como: la Investigación Acción Participativa (IAP), el intelectual militante, los académicos que llegan al punto de involucrarse con la población estudiada, el investigador anfibio un concepto trabajado por (Svampa, 2007) de investigadores comprometidos con causas políticas para sumergirse/fundirse en/con las organizaciones y movimientos sociales.

Durante el doctorado comencé con una investigación relacionada con la radiodifusión y luego de ver los grandes aportes que debe hacer la academia a nuestra sociedad tome la decisión de realizar otro trabajo de investigación que dejaran un aporte social a la comunidad bogotana, que esto se entendiera como el compromiso de una investigación que deje un producto de resistencia en los sectores más desfavorecidos de la comunicación y que en su lucha contra el monopolio de la información se dejara un documento útil a quienes son investigados.

El español Tomás Villasante argumenta que esta concesión se define como una devolución creativa, una restitución o una interacción de creatividad social, donde se hace una validación y una comprobación legítima de los proyectos de investigación en el mundo de la vida de los actores que participan del proceso de estudio. Es necesario que el mundo académico construya puentes de comunicación con los sectores populares, con el propósito de tener mayor incidencia en la comunidad y no quedar tan aislado del mundo de la vida de los colectivos por utilizar cierto lenguaje especializado, academicista y elitista.

Poder prolongar la interacción con los colectivos de comunicación a través de formas de inmersión y luego validar y comprobar estos trabajos en el mundo científico. Son muchas las condiciones para incorporar metodologías participativas desde la necesidad de trabajar en posibilidades de Investigación Acción Participativa (IAP) o investigación militante, la cual está acompañada de técnicas de producción de conocimiento en colectivo y comunitario.

En los procesos comunitarios son muy importantes los actores, colectivos y organizaciones de la comunidad. Según Villasante, la necesidad de abordar los fenómenos que permitan encontrarse con los saberes ancestrales y populares, que son indispensable para superar los sesgos academicistas y poder hacer una devolución al mundo de la vida de las organizaciones. La relevancia social de las investigaciones y la relación que se puede establecer con el objeto de estudio son de vital importancia en la investigación.

Conocer los procesos de construcción de saberes y de conocimiento que se adelantan entre los sectores que defienden el Derecho a la Comunicación, es decir que lo que sabemos lo conocemos entre todos. Encontrar los puntos en común de las organizaciones para tener una totalidad de fuerzas. Los movimientos del Derecho a la Comunicación tienen un trabajo por desarrollar en torno a la articulación y la medida alternativa de salir a la calle a participar y defender los derechos. La idea es que estas nuevas formas de interacción con la comunidad permitan la construcción de conocimiento que facilite la solución de las diferentes problemáticas del Derecho a la Comunicación. Que el trabajo de campo permitiera la sistematización de la información a través de categorías de análisis como acción colectiva, Derecho a la Comunicación, reproducción de sentido y la ciudadanía, no solo para publicar artículos científicos, sino porque estos saberes deben proyectarse más allá de los anaqueles y paredes de la universidad.

Investigaciones que tienen una proyección política e intentan dejar un valor agregado a la comunidad, se convierten en formas para articular a la sociedad en la búsqueda de un conjunto de soluciones a las problemáticas de los ciudadanos.

Estas propuestas nacen de manera particular y se van convirtiendo en metodologías de lucha. Es importante mirar las interacciones que se generan al interior de los grupos, en la medida que los actores que participan en la elaboración de esta investigación a través de sus narrativas, relatos de vida, historias de lucha por la comunicación.

Por otro lado, se encuentran metodologías de trabajado como las del profesor Alfonso Torres Carrillo de la Universidad Pedagógica Nacional que nos invita hacer una investigación crítica de las ciencias sociales, planteando una síntesis de las diferentes características participativas, implicativas. Este autor colombiano se ubica desde investigaciones académicas como las trabajadas en el libro *identidad y política de la acción colectiva* que fue publicado en el año 2007 y que hace parte del análisis de la categoría acción colectiva. Desde esta propuesta epistemológica también se utiliza los análisis a cargo de María Cristina Salazar, con una publicación en la Cooperativa Editorial Magisterio que menciona trabajos de Orlando Flas Borda, *la ciencia y el pueblo: nuevas reflexiones* y León Zamosc, *campesinos y sociólogos: reflexiones sobre dos experiencias de investigación activa*.

El sociólogo Zamosc plantea un análisis de la Investigación Acción Participativa (IAP) desde *La historia doble de la costa de Fals* y también desde la experiencia que vivió directamente en la región de los andes en la época de los años 80, ubicando los desafíos que debe asumir este investigador militante, frente al abordaje de la metodología y la utilización de diferentes técnicas en la recolección de datos. Los diseños de investigación cualitativa como los de Charles Ragin y Maxwell nos plantean algunos enfoques anteriores, pero también nos invitan a pensar en las diferentes técnicas para la recolección de datos, el análisis que se hacen de estos cuando se ha trabajado con herramientas como las entrevistas en profundidad y los procesos de sistematización de información, codificación, transcripción y síntesis de datos a través de una matriz que analiza las categorías más importantes de la investigación.

En estos enfoques cualitativos los procesos de investigación se deben agilizar, con el propósito de poder acercarse a los datos y la información necesaria, con el objetivo de tener claridad en las posibles propuestas de investigación. La entrevista es una herramienta útil, pero se debe utilizar con rapidez en el proceso de transcripción, porque en muchas ocasiones el ejercicio de desgravar y analizar lo que ha dicho en los audios un representante de la Central de Comunicación Comunitaria toma su tiempo y se puede distorsionar, estos datos pueden cambiar o ser mal interpretados después de algunos meses de olvido por parte del investigador. Es importante hacer estas tareas lo más rápido posible, realizar una descripción detallada de lo que dice el entrevistado, hacer las observaciones y comentarios necesarios, marcar los audios con nombres, fechas, temas de la desgravación y hacerlo de manera inmediata. La entrevista semi-estructuradas o en profundidad se desarrolló unos formatos que permitan establecer algunas preguntas como: los temas que quedaron por fuera, si se abarcaron las temáticas más importantes, si el entrevistado respondió completo, si los temas son analizados críticamente y al mismo tiempo hacer una autoevaluación.

Al terminar la recolección de la información se desarrolló un análisis de los datos y los procedimientos de edición de insumos, luego de realizar una síntesis concreta que ayudo a comprender fácilmente las problemáticas del Derecho a la Comunicación. Las entrevistas pueden tener algunas similitudes. Sin embargo, se diferencian en los resultados que va arrojando la transcripción de los audios, también se diferencia en que los formatos de campo se elaboran desde la observación y la descripción de unas interacciones sociales.

La mirada cualitativa nos permite trabajar unas técnicas que se relacionan más con la interpretación epistemológica de herramientas como la entrevista abierta, semi-estructurada, en profundidad, el grupo focal, historias de vida, el análisis de los textos, análisis del discurso de los sectores de la CCC. Las tácticas que recomienda la maestra Maristela Svampa proponen hacer una investigación cualitativa que permita acercarse al objeto de estudio para tener una comprensión más clara y de primera mano sobre los sujetos de estudio y así poder tener más

entendimiento sobre las problemáticas de la comunicación y plantear una solución.

Los datos que se producen desde estos colectivos de trabajo permiten trabajar unas metodologías cualitativas que promueven el empoderamiento de los sectores emergentes y el cuestionamiento crítico de las metodologías dominantes que ven a los sujetos de estudio de manera displicente y no comparte los resultados de la investigación y los objetivos de una estrategia que fomenten la organización social en procesos de transformación. Esto quiere decir que la tarea del investigador no es solamente registrar la información en documentos y artículos científicos, estos aportes deben generar la acción colectiva, la organización social, los cambios de la comunidad y buscar que los saberes populares y científicos no estén separados de las realidades del mundo de la vida.

Es necesario romper con las asimetrías que existen entre los mundos de la academia y la sociedad en general, con el propósito de llevar procesos más horizontales que puedan formular procesos de cambio y canales de comunicación entre los colectivos investigados y los investigadores. El análisis de las investigaciones participativas que propone Tomas Villasante cuestiona los sentidos dominantes de los academicistas situándose desde la universidad. Alfonso Torres Carrillo define la investigación crítica, como la construcción de conocimiento colectivo articulado a movimientos sociales con cortes emancipatorios y de resistencia social al capitalismo. A pesar de formular las propuestas desde un mundo hegemónico como la universidad, el autor entra en conflicto con los procesos establecidos e institucionalizados en la investigación. También indaga sobre los valores de los sujetos y sus posturas políticas, dándole un contexto y un sentido histórico a los fenómenos estudiados. Esto como un punto importante para comprender lo que ha sido el desarrollo de colectivos que han trabajado por el Derecho a la Comunicación.

Es necesario iniciar procesos emancipatorios de acción colectiva por el derecho a la palabra. El análisis de Alfonso Torres nos lleva a pensar que esa relación entre

los investigadores y quienes hacen parte de los sectores populares puede generar escenarios ricos en alternativas y ganancias creativas que busquen formas dinámicas de investigación social. Algunas disciplinas ven como un sesgo científico este tipo de propuestas de investigación de carácter implicativo. Este circuito de interacción lo define Alfonso Torres como el concepto nómada, porque los actores pueden cambiar de lugar y de mirada. Reconociendo que los sujetos somos políticos y subjetivos en la construcción de la realidad y tal vez esta situación para muchos académicos no sea compartida, porque la validez de las hipótesis científicas es legitimada con la prueba, los datos, el experimento y lo cuantificable.

Estas metodologías de investigación construyen de manera colectiva, deben tener actores participativos y que en ciertos casos puedan tomar decisiones o partido sobre los diseños investigativos. Los integrantes de estos enfoques deben conocer cómo se realiza académicamente estos estudios, con el objetivo de empoderar a las organizaciones. Acá tenemos una relación crítica entre lo teórico y lo práctico, porque para los grupos sociales es importante buscar unas soluciones reales y para los científicos es fundamental tener una argumentación soportada en autores que en muchos casos ni conocen los lugares a los cuales se refieren las investigaciones. Recordando el discurso del maestro Boaventura De Sousa Santos se puede inferir que la relación entre los sectores sociales y la academia son un diálogo conflictivo por la lucha de correlación de fuerzas.

Las técnicas de la observación participante de León Zamosc, identifica a un investigador con características de un sujeto comprometido, activo y tal vez militante. Estos tipos de científico se relacionan con la investigación participante, la cual tiene unos modos de investigación participativa, comprometida y activa. En la investigación participativa hay un compromiso en la transformación de la realidad de los sujetos, es decir, métodos comprometidos que me llevaron a compartir ideas argumentativas con los autores y conocer la identidad de estos para poder comprender los fenómenos y por último tener una mirada activa en la investigación, que se diferencia porque asumen acciones dentro del colectivo,

haciendo parte de este, cumpliendo funciones de integrante y convirtiéndose en un compañero que participa de actividades desarrolladas por las mismas organizaciones. Estos colectivos entienden que la participación de un investigador puede ser de gran aporte a los avances de las luchas y las reivindicaciones de las organizaciones.

En el análisis que comprende estos modelos de intervención explicados por León Zamora incluyen la investigación participante como tema central y que estas prácticas científicas pueden estar sesgadas por la manipulación, en especial cuando se establecen algunos roles entre los actores, como por ejemplo dar a conocer la labor que se va estar realizando en el colectivo y predisponer la conducta o el comportamiento de quienes voy a observar en su vida cotidiana, es algo muy similar a la micro-sociología situacional, donde los actores asumen mascaradas como si se tratara de una obra de teatro donde unos son investigados y otros investigadores.

Algunos académicos no informan las razones por las cuales se encuentran en el colectivo y asumen posturas como analistas. Otro punto importante es que los investigadores son sujetos sociales llenos de valores morales y éticos que muchas veces no les permiten publicar o manifestar de manera grupal algunos hallazgos que puedan generar controversia en las organizaciones. Teniendo en cuenta cómo se van creando estos vínculos con los colectivos, fue necesario problematizar la metodología del proyecto, con las apreciaciones de los integrantes de las organizaciones, los cuales pueden ir definiendo preguntas de investigación y objetivos de trabajo.

En cierta medida fue necesario generar acercamientos y pautas de interacción para establecer unos pequeños acuerdos con los colectivos de la Central de Comunicación Comunitaria, definir tiempos, lugares, accesos y presencia como investigador al interior de una organización a intervenir como agente externo. Estos convenios con los colectivos también permitieron tener claridad sobre los posibles alcances y las realidades de la investigación.

Luego de hacer todo este recorrido por los diseños de investigación había tomado la decisión de cambiar mi objeto de investigación, el cual está más relacionado con la reproducción de sentido social, la acción colectiva, los movimientos sociales por la defensa de la comunicación como derecho fundamental, que generó la descripción de una propuesta que trabaja desde estas miradas participativas con las ciudadanías de la comunicación.

8. ANALISIS CRÍTICO DE RESULTADOS DEL PROCESO INVESTIGATIVO

Este capítulo evidencia una descripción de los resultados desde las categorías de análisis propuestas en la experiencia investigativa, evidencia los obstáculos encontrados y trata de realizar aportes en torno a nuevas posibilidades de investigación en el marco del Derecho a la Comunicación en Colombia, formulando algunas propuestas desde fuentes de información que hacen parte de la Central de Comunicación Comunitaria (CCC) también refleja el trabajo metodológico utilizado durante el trabajo de campo en los diferentes medios comunitarios a través de entrevistas semiestructuradas, que incorporan las preguntas y conceptos desarrollados en los objetivos, el marco conceptual y que se encuentran analizadas desde una matriz categorial que se formula desde los conceptos centrales como: Derecho a la Comunicación, acción colectiva, ciudadanía y producción de sentido. Durante el proceso fueron apareciendo otras subcategorías que se incorporan en el análisis crítico de resultados.

La indagación ha girado en torno a dos tipos de fuentes, las documentales y los actores sociales sobre los cuales ha sido posible desarrollar el proceso investigativo. De esta manera, se presentan resultados en primer lugar de manera descriptiva y luego se va avanzando en un análisis más comprensivo de los mismos para dar cuenta de algunos hallazgos que se relacionan directamente con el problema de investigación. De esta manera y junto con las conclusiones nos hemos ido acercando a la formulación de la tesis sobre el Derecho a la comunicación, en el marco de las diversas relaciones que fueron encontradas en la indagación y que se retoman en esta parte sobre las categorías planteadas de entrada y las que emergieron en el camino realizado en la investigación.

8.1. Derecho a la Comunicación

Lo que ha pasado en Colombia con relación con el Derecho a la Comunicación es el reflejo de diversos actores con experiencias en emisoras de comunidades organizadas que de manera independiente han desarrollado modelos comunicacionales, comunitarios, que en realidad han tratado de ser fragmentadas en cuanto a identidades departamentales o locales. En el sentido de ser un país diverso donde cada región ha implementado un medio de proximidad, utilizando la categoría de Manuel Chaparro, que se refiere a propuestas que se abordan desde lo local y la idiosincrasia comunicacional. Que son espacio para mantener la identidad de la comunidad. Sin embargo, esas autonomías particulares deben tener unos mínimos acuerdos grupales, como un trabajo en conjunto, una coordinación sobre problemáticas generales de la sociedad colombiana.

Es entendible que algunos sectores quieren tener Derecho a la Comunicación como por ejemplo la iglesia católica que llegó a tener cientos de emisoras en las parroquias con algunas experiencias de articulación, por ejemplo, el ejército con emisoras de radio que se usaron en un momento para articular el discurso de comoenfrentar una guerra, pero en una nueva coyuntura de reconciliación deben ser usadas para articular la paz. La evolución de esas experiencias particulares desde el punto de vista institucional o comunitario desde algunas redes de coordinación, a redes de trabajo conjunto, tienen una diferencia con la comunicación comercial, la cual trabaja como una propiedad de un mismo grupo empresarial o en redes de trabajo internacional que se ponen de acuerdo en intereses comunes y tienen proyectos comunicacionales enlazados.

En América Latina la comunicación popular y comunitaria ha tenido una evolución muy interesante, en un primer momento, se desarrollaron medios católicos confesionales muy financiadas, luego otras de inspiración cristiana, luego espacios comprometidos con procesos organizativos de los movimientos sociales de la década de los 80s, luego avanzó en los años 90s toda la década de apertura neoliberal, en el caso de Colombia en el gobierno de Cesar Gaviria con

una supuesta apertura económica. Muchas cadenas radiales con un financiamiento internacional, radios que entraron en el mercado con pocas claridades y algunos sectores que buscaron nuevas alternativas como ejemplo encontramos una radio pensada masivamente en red o con sistemas satelitales.

En la década neoliberal se empezó a tener más conciencia de la comunicación como derecho, no sólo como libertad de expresión que es un concepto más reconocido por los dueños de los medios de información, sino desde una comunicación como derecho, que sobrepasa los intereses de los propietarios y los trabajadores de la radio la prensa y la televisión. Unas audiencias propositivas, con una sociedad civil que tiene diversas experiencias en Derecho a la Comunicación en varios países del continente; casos como Argentina con una ley de medios, Bolivia con éxitos importantes, Ecuador, Centroamérica, son proyectos que evidencian unas coordinadoras de trabajo de presencia continental cada vez más fuertes, con una producción de sentido desde las narrativas de los sectores excluidos y los movimientos sociales en América Latina.

El propósito de mostrar una versión diferente a la narrativa oficial, comercial o privada no ha sido sencillo, las experiencias por el Derecho a la Comunicación evidencian situaciones difíciles como el sostenimiento, mantenimiento, reposición de activos, las crisis de imaginación de cómo se reposicionan frente al nuevo contexto latinoamericano en el siglo XXI y cómo se mantienen como espacios relevantes en la sociedad. En un contexto económico donde la chequera es potente pero no se tienen proyectos, naufraga la idea; pero si un medio tiene grandes proyectos y no tiene un soporte económico para ejecutarlo hay que hacer un balance entre el imaginario del futuro y la realidad del día a día comunicacional.

Desde el Derecho a la Comunicación se ha hecho un análisis de las voluntades políticas de otros países con relación a lo que sucede en Colombia y que experiencias a vivido la ciudadanía, para defender esta reivindicación como algo fundamental. Para los diferentes colectivos de la Central de Comunicación Comunitaria CCC la reflexión más concreta es que en medio de la guerra es muy

difícil pensar en otros derechos. Una clave de análisis del proceso colombiano es circunscribirlo siempre en una lógica del conflicto armado, que termina en un debate político del que no está conmigo, está contra mí y eso no permite una visión holística de la realidad.

Se puede comprender el contexto de las diferentes corrientes e intereses de sectores rojos, verdes, azules, amarillos o negros. Colombia es un país fragmentado en muchos pedazos, sobreviviendo y queriendo encontrar salidas a muchas problemáticas; eso le resta espacio a la política pública de la comunicación. Temas como el derecho a la vida, la paz, salud, educación y el trabajo entran en debate de primer nivel, por lo tanto, la comunicación puede estar en cola de la reivindicación de los derechos civiles.

En la actualidad el Derecho a la Comunicación es entendido como libertad de expresión, que cada uno diga lo que le parece mejor; pero una cosa es ser dueño de un medio de información y tener a disposición un micrófono para poder cerrar o apagar la señal, con la libertad de limitar o ampliar derechos. Esa discusión pasa por el control de los medios, el Derecho a la Comunicación pasa por la propiedad. ¿Quién tiene el poder de prender y apagar? ¿Quién tiene el poder de hablar y de escuchar? O ¿quién tiene el poder de nunca aparecer o de no llegar a ser denunciado? los que tradicionalmente tienen el dedo en el botón, los que tradicionalmente hablan con otras voces o pueden ordenan que nunca se hable de ellos y ponen a otros a dar la cara frente a los medios. Tener una sociedad madura para superar estos procesos y dinámicas sociales, invita a la ciudadanía colombiana a debatir la comunicación como un derecho humano fundamental.

En ese sentido el papel que pueden hacer los colectivos de comunicación en Colombia con el propósito de proyectar una propuesta a nivel nacional y articular con otros sectores, qué puedan solicitar al presidente de la república que cambie la historia de la concentración de comunicación en el país. No es que la propuesta dependa de la voluntad política de un gobernante de talante progresista, hay casos como el de Argentina que evidencian que movimientos sociales como FARCO,

organizaciones como AMARC, las universidades, los medios, los periodistas, la iglesia católica a través de Bergoglio, los sindicatos y los ciudadanos que se sentían excluidos fueron quienes presionaron al poder político para cambiar las políticas de comunicación.

El Derecho a la Comunicación comienza por tener una conciencia del tema, que también nos invita hacer democráticos desde lo individual y particular. En el país existen deudas con derechos como la educación, falta trabajar por la paz y reafirmar los derechos de los movimientos sociales. En ese sentido la comunicación es un derecho que mejora la difusión y participación de las necesidades más básicas de las ciudadanías, ahí hay un camino por recorrer a nivel de acción colectiva. Esos caminos y claves comunes de la ciudadanía buscan generar procesos de regulación y acordar entre toda una normativa democrática, inclusiva, incluyente, que aporte a la paz. Cuando los ciudadanos comiencen a discutir sobre los programas de televisión que ven sus hijos en la casa, sobre lo que consumen, pero también las posibilidades de producir, de conducir medios y de tener propiedad o participación desde la casa, los colegios, los gremios, los sindicatos y los sectores en conflictos, se llegará a una acción colectiva.

En el caso de Argentina cuando llegó Mauricio Macri, una firma tumbó un acuerdo que se había hecho a nivel político con sectores sociales y la ciudadanía salió a las calles, desde esa experiencia es importante entender que pasa cuando la sociedad se moviliza o cuando toma una actitud pasiva en la participación democrática. En Colombia se puede encontrar una ciudadanía muy activa para los temas sensibles de la sociedad y en esa orientación la conciencia por la comunicación como un derecho a comenzado a tomar forma. Aquí los principales derechos se conquistan y la comunicación tiene una relación directa con la democracia, pero a nivel masivo se reafirman los poderes existentes, entre esos los grupos económicos; la comunicación se debe tomar la plaza pública y hoy en día ese escenario ha pasado a los medios de información, una comunicación que contribuya a la paz y a la reconciliación es un tema que tendrá que aparecer en algún momento.

También es importante pensar un Derecho a la Comunicación desde las nuevas tecnologías y el futuro de la convergencia, porque es la nueva forma de circular sentido en las plataformas. En la actualidad el Derecho a la Comunicación tiene una conexidad con la política distributiva, el acceso a la conectividad e internet y si las regulaciones de medios no incluyen lo tecnológico es una reforma incompleta. El negocio y la concentración de las plataformas y aplicaciones, es promovida por organizaciones y empresas norteamericanas, detrás de todo el soporte y plataformas de comunicación, ha entrado con mucha fuerza la confrontación por el futuro de la inteligencia artificial.

Una disputa por el manejo del capitalismo de plataformas que han vendido enfrentando a los EE. UU. Y China, el caso de la empresa Huawei por el control del big-data, que puede atentar contra el Derecho a la Comunicación, pero es una macro-pelea, pero que no escapa de nuestra vida cotidiana. La comunicación digital lo que ha hecho es diversificar la posibilidad de publicar y eso permite la diversidad de voces. Para el periódico desde abajo que es un medio alternativo de información escrito, entienden que el Derecho a la Comunicación se le ha entregado a los grandes capitales nacionales y transnacionales, que por lo general encuentran la manera de asegurar la libertad de expresión, desde el poder político y económico con la creación de leyes hechas a la medida de los conglomerados.

Para Guillermo Patiño El Derecho a la Comunicación permite ser garante de otros derechos como: el acceso a los bienes comunes, la libertad de opinión, la libertad de expresión. En esos términos es fundamental no confundir comunicación con información, porque la comunicación garantiza la participación, la ciudadanía y por lo tanto la democracia desde el derecho a la palabra. Fidel Juez quien es integrante de otro medio alternativo y también integrante de la central de comunicación comunitaria, el Derecho a la Comunicación no se cumple en Colombia porque existe un monopolio de medios que concentran las licencias del espectro electromagnético.

Tradicionalmente los sectores sociales han tenido poco acceso a la construcción de opinión pública, en la constitución política se habla de libertad de expresión en el artículo 20. Sin embargo, en la práctica el derecho a la circulación de la palabra ha estado concentrada en los grupos de poder. Potenciar el Derecho a la Comunicación a través de un proceso pedagógico para que la ciudadanía lo entienda como una necesidad básica, para que la comunicación este incorporada a la canasta familiar.

El ciudadano colombiano, como cualquier ser humano tiene la capacidad de hablar, de expresar el deseo de ser escuchado. Sin embargo, la ciudadanía no está acostumbrada a hablar desde un medio de comunicación, están acostumbrados hablar en el bar, en el café, en una tertulia, con los amigos, en una cancha de fútbol, pero la comunidad está poco acostumbrada a usar una tribuna pública de frecuencia masiva y ejercer el Derecho a la Comunicación. Es necesario ofrecer las herramientas, para que un ciudadano que nunca ha ejercido este derecho lo pueda poner en práctica. Un proceso de transformación de los actores que posiblemente intervienen en actos comunicativos, que conocen la importancia de expresar, de ser escuchado, que al momento de estar frente al micrófono estén dotados de unos códigos, que les permita contribuir al ejercicio natural de comunicar.

Es importante un proceso pedagógico con todos los trabajadores de la comunicación, que se entienda como un derecho, porque está a sido comprendida como una mercancía que se compra y se vende. En ese sentido, la sociedad puede estar confundiendo dos componentes importantes, uno es lo que hacen los profesionales del periodismo habitualmente en los medios, que es informar, como lo indica Dominique Wolton eso no es comunicación, esta debe establecer un feed back o una intervención por parte del receptor, con una interpretación de la realidad a través de fuentes diversas, haciendo que algunas opiniones publicadas en la radio, prensa o televisión se consideren como opinión legitima, sin un contraste o sin equilibrio.

Fundamentalmente los medios de proximidad, los medios ciudadanos, comunitarios o de cercanías, pueden generar un proceso más cercano a la comunicación, porque les permite a los habitantes de las localidades hablar con propiedad de las problemáticas e identificar los temas más pertinentes, en el barrio, la calle y los pueblos, es decir, la propia comunidad. Entonces a partir de ahí se debe difundir un poco más en las facultades de comunicación lo que significa el Derecho a la Comunicación, como ciencia social y derecho.

En ese sentido, uno podría entender que la comunicación de los medios alternativos populares o los medios de base, harían ese proceso, convertir ese derecho en una reivindicación totalmente unitaria y colectiva. Facilitando las herramientas y acompañando los procesos de creación de medios que puedan ser sostenibles, como constructores o reproductores de contenido. La comunicación debe reunir dos características básicas: una es la construcción de ciudadanías, las cuales deben ser participativas, que puedan expresar las problemáticas más urgentes, en contraposición al periodismo servil del poder, que por lo general conduce a procesos golpistas de los sectores oligárquicos, donde las élites se apropian de la palabra, de la opinión y son los que imponen la agenda mediática.

El Derecho a la Comunicación en Colombia continúa siendo un tema fundamental a pesar de la explosión de las oportunidades para la comunicación en las últimas décadas a través de la revolución digital y es importante por razones que van más allá de los cambios y las condiciones de las nuevas tecnologías que obligan a incorporar otras miradas por las cuales surgió la idea de la comunicación como un derecho, centrado en una discusión sobre los medios tradicionales. Garantizar la pluralidad de puntos de vista en los medios de comunicación es muy difícil porque la diversidad de opiniones se puede comprender de varias formas, una que aborda las cuestiones internas de los medios desde el capital humano que conforman los canales y otra es la pluralidad en la comunicación externa que va más allá de los medios y que puede cuestionar la independencia de los espacios públicos, privados o comunitarios.

Se puede fomentar y promover el interés por la diversidad de puntos de vista en los medios, pero en última instancia son decisiones individuales que se toman en privado. Los medios del estado desde el principio deben servir al interés del público y no a los intereses de un gobierno de turno o un punto de vista individual; sin embargo, en Colombia hay una larga historia de dificultades para garantizar la pluralidad de los puntos de vista. Más allá de tener una misión pública y no partidaria, una de las formas de garantizar el bien común, es promover mecanismos participativos en los cuales diferentes organizaciones de diferentes formas de pensar sean representadas en los medios de interés público. Por ejemplo, en el congreso y el poder ejecutivo, la tarea fundamental es generar políticas de comunicación para incrementar las posibilidades de puntos de vistas representando los diversos sectores.

8.2. Acción colectiva

En los últimos años hay un interés más evidente por el Derecho a la Comunicación, pero se ha manifestado de manera local en Bogotá, en donde se ha tenido logros importantes como: el fortalecimiento de los medios de comunicación independientes, con el objetivo de hacerlos partícipes del presupuesto de la pauta publicitaria a nivel distrital. Para Rigoberto Moncada Integrante de la Central de Comunicación Comunitaria una acción colectiva que articule un movimiento de carácter nacional está pendiente en Colombia. En este sentido, se puede afirmar que el Derecho a la Comunicación se entiende como una reivindicación urbana, es decir que las zonas rurales del país pueden estar ocupadas en defender otros derechos más básicos y necesarios para la población, como el derecho a la vida.

Guillermo Patiño director de otro medio comunitario afirma que la tarea de articular sectores sociales y medios de comunicación por el Derecho a la Comunicación se queda en iniciativas propuestas por personas, entidades y colectivos de medios de manera local o regional, pero a nivel nacional es muy poca la experiencia de movilizar a la ciudadanía en el tema de la comunicación.

Es necesario propiciar desde la academia la formación de profesionales críticos y participativos que conozcan la problemática de la sociedad, que entiendan la comunicación como un patrimonio público de todas y todos los colombianos. Que en el futuro se fortalezcan las ciudadanías de la comunicación y que sean una base de respaldo en las diversas acciones colectivas de protesta o movilización social, generadora de conciencia crítica, que busque la democratización de la comunicación como derecho.

Emilio Gaviria director de un medio comunitaria e integrante de la Central de Comunicación Comunitaria, afirma que “es necesario que los medios comunitarios se pongan de acuerdo en construir acciones colectivas, mas allá del protagonismo individual para buscar el beneficio de todos”. En este sentido la propuesta de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe invita a generar una articulación en medio de la diferencia y ser propuesta hegemónica. Hay marchas por todo, se observan movilizaciones contra la reforma tributaria, la reforma laboral, pensional, la salud, la educación, mejores salarios, pero en estas acciones colectivas se deben evidenciar con mayor presencia en las calles y en las pancartas por el Derecho a la Comunicación.

Esto puede ser interpretado como falta de conciencia al interior de la ciudadanía, que no ve la comunicación como un derecho. La sociedad está acostumbrada a escuchar lo que dicen los medios y creerlo. Lo vi en televisión, salió de la radio, lo leí en el periódico y debe ser verdad, esa es la costumbre, una pasividad, que debe ser reemplazada por un modelo de medios en donde la ciudadanía pueda narrar su versión y sepa utilizar las herramientas que les permiten reclamar los derechos en la calle.

En América Latina ha tomado fuerza la economía política de medios, donde se hacen estudios a los grandes oligopolios y las grandes corporaciones que tienen el control y analizando la situación parece imposible quitarles esa concentración. La tarea de los interesados en el Derecho a la Comunicación es realizar radiografías de los contextos para poder intervenir sobre los mismos y tener claro cuáles son

los avances que se deben realizar más allá de las intervenciones descriptivas; es fundamental iniciar la acción colectiva, con los periodistas, los investigadores, los legisladores, los gobernantes y la ciudadanía.

8.3. Ciudadanía

Los colombianos deben incrementar las apuestas colectivas, para fomentar una ciudadanía participativa que permita reclamar y defender los derechos de la comunicación, la difusión y la producción de contenidos. La participación de los ciudadanos no se debe limitar a la elección de candidatos sino a la verificación de su trabajo como servidores públicos que deben mejorar el presupuesto para una democratización comunicacional, con el propósito de construir nuevos medios con alcance a nivel nacional y mundial.

Los ciudadanos se deben organizar a través de juntas de programación con el propósito de garantizar un proceso de veeduría y control de los medios comunitarios para la reclamación de derechos de la comunicación y para el cumplimiento de estos. También es importante los procesos de alfabetización ciudadanos que pueden iniciar las universidades y facultades de comunicación social, que integran en los planes de estudio de pregrado y posgrado temas relacionados con el Derecho a la Comunicación. La formación de periodista con criterios y bases sobre lo que significa la democracia, tener periodistas que sepan interpretar el sentir popular. Algunas escuelas de comunicación desarrollan cátedras relacionadas con la comunicación como derecho y legislación de prensa y economía política, temas cercanos a la democracia de los medios.

Desde los medios comunitarios Luis Redondo integrante de la Central de Comunicación Comunitaria, recuerda la película del hombre araña donde se afirma que “un gran poder, conlleva una gran responsabilidad” eso es lo que deben tener en cuenta los estudiantes de comunicación como defensores del derecho a la palabra y la democracia como significado por encima de los intereses económicos de empresas y monopolios. Eso implica que, el micrófono, la

televisión, el papel y las páginas web, al comunicar masivamente debe estar al servicio de la ciudadanía con transparencia e imparcialidad.

8.4. Producción de sentido

Es importante que los medios sean descentralizados de las ciudades capitales porque de esa manera se le da una autonomía a las regiones en la generación de sus propias parrillas de programación, desde una mirada de medios de proximidad que aborden las realidades auténticas en las regiones más apartadas de Colombia, que los medios comunitarios puedan difundir sus problemáticas a través de la realización de productos comunicativos en diferentes franjas horarias. La reproducción del sentido de las comunidades busca el debate y la solución de sus realidades *in situ* mediante procesos de comunicación alternativa.

La indagación muestra como durante varios años los medios comunitarios adelantan un proceso contra hegemónico, en el que debido a las restricciones en el acceso a las frecuencias se ha desarrollado una propuesta alternativa como derivación para resolver las necesidades de expresión y circulación de sentido social producido por las propias comunidades. El fortalecimiento de ese sentido social ha encontrado herramientas tecnológicas que han permitido la difusión de la palabra. En tal sentido, se ve la programación establecida como un elemento implantado por las cadenas comerciales, algo hegemónico y en contraste han denominado a la parrilla de los medios comunitarios como un contenido hecho para la desprogramar, todo tipo de producción hegemónica con pretensiones de validez sobre la realidad colombiana. En este propósito han utilizado las ventajas ofrecidas por internet y los productos radiofónicos por demanda, los Podcast. En la producción de sentido musical han buscado la forma de posicionar los artistas locales y las lógicas de una estética sin copias.

Algunos procesos comunicativos tienden a imitar los ejercicios de los medios comerciales, en aras de ganar audiencias con unos contenidos o programas de radios privadas, en ese sentido, los medios comunitarios han desarrollado una

desprogramación para el abordaje de problemáticas puntuales acordes al territorio. El concepto de medios alternativos, populares, toma el sentido que en algún momento mencionó Alfonso Gumucio “todo depende de acuerdo con el contexto en el que se desenvuelven esas lógicas” digamos comunitarios o audiencias diversas; con una programación y un contenido diferente a los medios comerciales.

Otra problemática que se evidencia es que los periodistas independientes tienen pocos recursos para llevar a cabo sus tareas de difusión, se debe establecer mecanismos para generar mayores recursos en el sector de la comunicación. Los comunicadores terminan haciendo uso de plataformas electrónicas porque es la forma más barata y de mayor capacidad de alcance en la difusión y una tarea relevante, en las regiones apartadas de las grandes capitales, es la capacitación de profesionales de los medios comunitarios.

8.5. Concentración

En Colombia los medios masivos son privados. Sin embargo, los medios públicos y comunitarios tienen espacios regionales que son muy eficientes. Por otro lado hay dos sistemas de televisión abierta que son los predominantes en la programación como CARACOL y RCN que logran tener una audiencia masiva porque la parrilla se acomoda al consumo que establece el mercado comunicativo para los colombianos, la cual termina siendo atractiva, pero trabaja muy poco en el tema educativo y cultural, determinando un enfoque recreativo e informativo, mientras los servicios públicos de comunicación masiva como RTVC canal público entrega espacios a políticos de turno y no ha ciudadanos, espacios como el congreso o programas de la presidencia de la república se ubican en la programación de señal Colombia y eso en realidad no permite que haya una presencia más activa del sector público. La propuesta en la política pública de medios es más presencia del estado en lo local con espacios de carácter masivo, donde se pueda impulsar el trabajo de los medios locales, regionales y rurales como un producto de consumo a comunidades internacionales.

Existe una gran concentración de capitales de medios de información, algunos son nacionales y otros extranjeros. Los cuales reflejan este fenómeno en el manejo y control de la pauta publicitaria que llega del sector público y privado, por un lado, tienen el monopolio de los contratos realizados con los gobiernos de turno en las propagandas y como la mayoría establece una relación directa con las empresas privadas también controlan la pauta comercial. Cada vez se concentra más en las pocas manos las frecuencias del espectro electromagnético, en una empresa, un patrocinador o un gran anunciante se ve la forma como se apropian de las emisoras, los canales de televisión, de la prensa y dejan pocos espacios a los medios alternativos.

Los empresarios han concentrado todo el poder y es difícil tener gobiernos que regulen esta situación porque los banqueros son los que financian las campañas electorales. Tienen el control de diversos sectores económicos del país, al mismo tiempo que la mayoría de las frecuencias. El estado debe garantizar que los ciudadanos tengan acceso a las frecuencias AM Y FM y al mismo tiempo proyectar estos derechos hacia la conectividad y el capitalismo de plataformas propias y locales, en convenio con entidades públicas como la empresa de teléfonos de Bogotá ETB y otras organizaciones que se motiven a desarrollar tecnología en Colombia para dejar la dependencia de las empresas extranjeras.

8.6. Monopolio

La estrategia de los grandes banqueros o empresarios dueños de medios de información, es que por lo general nunca dan la cara en sus propios medios y tampoco son referencia o imagen en las campañas políticas. Sin embargo, son los que mayor dinero aportan a los candidatos a los cargos de elección popular. Apellidos como Sarmiento, Santo Domingo, Ardila o Gilinski nunca son portada en temas de política, pero son los que más aportan dinero a los candidatos, tienen el control de diversos aspectos de la vida nacional y prácticamente son los que organizan la política en el país.

Evidentemente los ciudadanos entrevistados evidencian que existe el monopolio de los medios y eso se evidencia en la narrativa construida desde la información en radio y televisión, convirtiéndose en un obstáculo para el desarrollo de una sociedad democrática en términos informativos. Estos grupos económicos que manejan medios masivos de información generan interferencia en la democracia representativa y el problema no es que tengan voz y voto para hacerlo, es que existen sectores en comunidades que nunca han tenido estos privilegios y obviamente el monopolio toma partido por un sector político, de forma directa, hacen unas campañas propagandísticas puntuales y pueden formar o deformar la opinión pública y el pensamiento de sus audiencias y eso perjudica a la democracia.

Esos sectores que siempre han tenido el control y el monopolio de los medios tradicionales y actualmente de las redes sociales e internet o desde multinacionales o transnacionales. Solo permiten el acceso a las nuevas tecnologías de ciudadanos que tienen recursos económicos para conectarse y si ese servicio hace parte de los bienes públicos, pero no es para todos, entonces no es un derecho, es un privilegio. Las comunidades reciben pocos recursos para acceder al hardware y el software que en un mundo hiper-conectado es fundamental para producir contenido. Sin embargo, el problema fundamental en una sociedad en red es que el ciudadano de hoy se está manifestando en la calle, pero construye pocas redes sociales con la comunidad, porque no los conoce presencialmente, no pone la cara, solo se manifiesta a través de las redes virtuales.

8.7. Democratización

En Colombia se puede identificar una democracia formal de medios de información, es decir que en lo jurídico y en lo legal está establecido, pero en la práctica se evidencia que no es así. Es permitir el acceso de muchas voces que poco se escuchan, las apuestas de las comunidades por garantizar el derecho de niños, jóvenes, adultos, campesinos, sectores urbanos y rurales. Si esto no se garantiza la democratización de los medios no existe. Una alternativa sería el

fortalecimiento de las emisoras comunitarias como medios locales, nacionales e internacionales.

Un elemento para tener en cuenta en la democratización de los medios de información es tener en cuenta que no todos pueden competir en las mismas condiciones porque la calidad necesita inversión en capital humano, tecnológico, de infraestructura y en condiciones diferenciales de presupuesto es imposible financiar la creación y distribución de contenido o la cancelación de licencias o impuestos. Situación que lleva a los medios comunitarios a ser sancionados y en muchos casos desaparecer porque no pueden cancelar esas deudas.

Para democratizar los medios es necesario que el país impulse los medios alternativos, que permitan desde las comunidades, las organizaciones y las regiones tener mayor presencia en el espectro. La pandemia ha generado que los medios electrónicos y las redes sociales permitan que la gente por un lado se comunique entre sí con sus familias y seres queridos. las redes sociales han permitido conocer más rápidamente lo que está pasando a nivel global y en los medios de comunicación hoy son la forma para comunicarse en la sociedad, el capitalismo tradicional le entregó las banderas al nuevo capitalismo de plataformas. Así que estamos en un momento de transición en las comunicaciones y con una reacomodación de las formas de comunicación como lo explica Manuel Castells, una comunicación de muchos para muchos. Pero, en el fondo puede terminar siendo un simulacro de participación global, en países desconectados y con brechas digitales como las de Colombia, es difícil tener acceso a los avances globales que se producen en torno a la comunicación y también es un síndrome de la dependencia tecnológica, que no permite el desarrollo de tecnología e innovación al estilo de las grandes multinacionales de la tecnología.

La democratización de la comunicación en Latinoamérica se entiende como una decisión a nivel local, nacional y mundial, ya sea desde el acceso a diversidad de contenidos posibles en internet sin barreras a la conectividad con las regulaciones de medios a nivel de política pública, con la participación de instituciones

autónomas y transparentes en la comunicación. La transparencia tiene diversos significados, entender las condiciones en las cuales un ciudadano comunica o pretende informar en medio de las dificultades y obstáculos en la construcción de la realidad.

Es difícil encontrar la transparencia absoluta. Sin embargo, ciertos factores deberían ser más transparentes en la sociedad ya sea el estado o el sector privado. A nivel gubernamental la comunicación, todavía tiene un largo camino por recorrer en este sentido y aquí los gobiernos tienen una responsabilidad enorme de ser los líderes en la transparencia sobre lo que comunican, lo expresado y la posición para hacerlo, la neutralidad en la comunicación es no tomar posición frente a las posturas subjetivas dominantes que afectan la comunicación.

Para garantizar la pluralidad de puntos de vista en los medios debe cumplirse con el rigor periodístico que muchos reconocen desde la ética. Para informar una determinada noticia se requiere consultar diversas fuentes, hay que cumplir con esos principios del periodismo, porque a veces los comunicadores se quedan con las oposiciones del contraste de estar a favor o en contra, entonces el equilibrio y el desarrollo de una información democrática debe buscar la forma de consultar una totalidad de puntos de vista.

La democratización de la palabra fortalece pluralidad de voces y de opiniones, por tal motivo debe fomentar la descentralización de los medios y desarrollar políticas de comunicación para fortalecer valores como la identidad. Que se respete la constitución, el libre desarrollo de la expresión, el periodismo y la comunicación. Si hay cinco candidatos de diversos partidos invitarlos a todos o a cada uno por aparte, pero no dejar a ninguno por afuera del espectro, esa es la razón de ser de la comunicación ser garantía de la democracia.

8.8. Regulación, ley medios

En el proceso de trabajo de campo los medios comunitarios pertenecientes a la Central de Comunicación Comunitaria hicieron referencia a la experiencia del Derecho a la Comunicación desde uno de los casos con mayor relevancia en América Latina y por lo general hacían una reflexión sobre la ley de medios en Argentina, que fue tumbada luego que el gobierno Macri a través de una firma en unos segundos, dejara de lado un proceso histórico, en un país donde el Derecho a la Comunicación es entendido como un asunto importante.

Los primeros avances de la ley en materia de medios en la Argentina arrancan con el regreso a la democracia en la Argentina, la cual tuvo una cruel dictadura militar desde 1976 hasta 1983, año en el que regresa la democracia. Una de las primeras medidas del primer presidente democrático Raúl Alfonsín, fue suspender los concursos para adjudicar licencias, porque antes de irse la dictadura, en un acuerdo civil que acompañó el sector militar, había sancionado la ley de radio difusión.

El nuevo presidente no solo suspende los concursos para que no se entreguen más radios con esa ley, sino que además promete que para cuando termine su mandato, se conformaría una nueva ley más democrática; no consiguió su objetivo, y ningún presidente de la democracia argentina logró ese objetivo por más de 20 años. Sin embargo, en las universidades locales se seguía hablando de la necesidad de una ley al respecto, porque aparte de la ley que existía, la ley de radiodifusión tenía una perspectiva muy liberal que no reconocía a las organizaciones sin fines de lucro, establecía que la comunicación era una actividad con fin de lucro, en el marco de las leyes de oferta y demanda de un mercado netamente empresarial y establecían restricciones al acceso popular de los medios de comunicación. La Argentina fue avanzando, lamentablemente en un mecanismo que es común en la región Latinoamericana, que se centra en la concentración realizada mediante procesos legales que otorgan licencias en el espectro.

En el año 2003 una serie de colectivos que incluía a organizaciones de derechos humanos, universidades y medios comunitarios, crearon una coalición por una radiodifusión democrática, colectivo que impulsó fuertemente la sanción de una nueva ley al respecto. Este proceso generó los principios por una radiodifusión democrática, los cuales fueron aprobados por el congreso y se siguió impulsando hasta que el debate por una nueva ley de servicios de comunicación audiovisual fue encabezado por quien conducía en ese entonces el COMFER (Comité Nacional de Radiodifusión) quien oficiaba como el organismo regulador.

El proyecto tenía el propósito de analizar los modelos más exitosos que había en el mundo y que orientaban los organismos internacionales en torno a la regulación de medios. Estos movimientos sociales generaron un borrador de ley, anteproyecto que luego presentaron al poder ejecutivo y que socializaron con la ciudadanía, con el propósito de discutir el documento con la comunidad de las provincias argentinas, eso permitió un proyecto único a través de la consolidación de ideas propuestas desde abajo.

Después de un largo proceso nació la ley de medios y luego comenzó una pugna judicial muy prolongada; posteriormente, cuando se ganó la pelea judicial, se desarrolló un nuevo proceso electoral del cual surgió un gobierno con diferentes medidas regulatorias. En primer lugar, derogó una parte de ley a través de un decreto de necesidad y urgencia que no implicó el control del congreso. Uno de los puntos fue la ley antimonopólica, porque en Argentina una de las preocupaciones es el tema de la concentración de medios, para la época una de la más grave de la región. Con la promesa de hacer una nueva ley que incluyera la convergencia, que buscará mejorar la ley de tecnología de la comunicación.

Una ley de medios o un proyecto que defina la comunicación como un derecho humano, desde una ciudadanía movilizada en las calles y en los barrios realizando un ejercicio pedagógico de explicación y divulgación sobre lo primordial para el cumplimiento de otros derechos. Uno de sus objetivos consistía en empezar a instalar un debate en la sociedad desde las universidades, los sindicatos y los

medios comunitarios y que estas organizaciones se conviertan en bocinas de difusión ante la comunidad.

Se trataba también de explicar sobre qué trata este derecho y qué implica para los ciudadanos las nuevas tecnologías, donde la información es un capital valioso para la comunidad. Se ha tratado de una tarea compleja, que ha involucrado también una enorme voluntad de explicarla a la ciudadanía. Es difícil reclamar derechos que están privatizados, comenzar procesos de recuperación de recursos públicos del estado como lo es el espectro electromagnético y la idea no es volverlos un monopolio estatal, pero la ciudadanía que no tiene como pagar, pueda tener acceso gratuito y si se hace pedagogía es muy fácil de explicar a la comunidad, que cualquier persona tiene derecho al acceso; que los que deseen pagar lo hagan, pero que el ciudadano pueda acceder libremente sin que dependa de un pago o un precio, seguramente con esa propuesta los ciudadanos verán los medios de otra manera.

No solo es la voluntad política desde arriba, también es el apoyo de algunas organizaciones desde abajo y puede ser que este tipo de proyectos dure muchos años, sin comprender cual sea el punto inicial, pero si es pertinente una sinergia entre sectores articulados que puedan impulsar una nueva ley, en compañía de un poder ejecutivo interesado en ampliar derechos.

Los dirigentes no se refieren a la política pública en comunicación porque los medios les caen encima, desacreditan la imagen pública, sin embargo, hay personas dispuestas a poner el cuerpo a este asunto, pese a lo que implicaba en términos políticos pelearse con los medios de información. Cuando se tiene la ciudadanía movilizadada es más sencillo manejar la presión y se les tiene menos miedo a los medios de información, es vivir sin miedo, la libertad de expresión también es eso, es poder vivir sin miedo a decidir lo que se piensa.

Construir unas ciudadanía que defiendan el Derecho a la Comunicación, que las personas que no tienen acceso a la comunicación puedan conocer sus derechos

completamente, una ciudadanía plena que pueda hacer acuerdos al interior de grupos comunitarios, medios alternativos, gente que quiere que la comunicación sea democrática. Con aliados en la política, con amigos, enemigos, a veces los sectores que pelean ven a los políticos como enemigos y es necesario buscar a los políticos, porque sin política el proceso no tiene futuro.

La creación de las leyes de medios debe ser inclusiva y participativa, que no se regule para favorecer a los empresarios y permitirles se siga concentrando, quitando posibilidades a los medios comunitarios. Una ley de medios que favorezca a los medios más pequeños porque en Colombia el Derecho a la Comunicación seguirá con una brecha entre lo nacional, las regiones o zonas geográficas de difícil acceso que por lo general han sido abandonadas por parte del estado.

Para Darío Salazar quien es director de Siglo XXI, un medio de comunicación comunitario y alternativo en Bogotá y pertenecientes a la Central de Comunicación Comunitaria CCC hacen referencia a la importancia de la construcción de una ley de tercios que es inspirada desde los años 80 en el informe Mc BRIDE, con una distribución equilibrada y por partes iguales entre medios públicos, privados y comunitarios, la referencia más cercana en América Latina es la propuesta realizada en Argentina en donde un porcentaje de las licencias sea entregado a los medios comunitarios.

Desde este análisis se puede interpretar que los medios comunitarios han construido argumentos para dar una defensa por la comunicación como derecho humano y que al mismo tiempo reconocen que es un problema político que el congreso de la Republica no resuelve porque hace parte de la misma clase tradicional que no ha permitido la democratización de los medios de información.

En el caso del gobierno de Cristina Fernández, que los medios comunitarios lo entienden como un referente para Colombia, desde la ley de tercios como una de las primeras realidades de la democratización de las comunicaciones en America

Latina y desde el apoyo de las ciudadanías de la comunicación y la voluntad política de un gobierno se realizaron sueños de los años 80. En el caso colombiano, los medios comunitarios exigen un equilibrio en el acceso, financiación a nivel económico y la posibilidad de participar de manera equitativa en las licitaciones del espectro que convoca el gobierno nacional.

Por lo general las licitaciones tienen un valor elevado y como los medios comunitarios tienen algunas restricciones a nivel de venta de publicidad y manejan poco presupuesto. No es posible una participación directa en igualdad de condiciones a los medios comerciales que no tienen restricciones y son financiados por grupos empresariales. En términos de Manuel Chaparro se evidencian pocos indicadores sociales, con una infraestructura de bajos recursos, con poca inversión en equipos técnicos y tecnológicos, con un capital humano que pone al máximo el talento comunicativo y que sufre para poder mantener una nómina de personal.

Para Nelson Julián Villamizar como integrante de medios comunitarios en Bogotá, hay algunos avances en torno al acuerdo 292 de 2007 que establece una ruta para la formulación de políticas públicas en comunicación desarrollada mediante los decretos 149 y 150 de 2008. Sin embargo, estas no tienen los mayores alcances en términos económicos desde el gobierno distrital, porque no se establecen encuentros ciudadanos para que las localidades se organicen y puedan generar propuestas para captar recursos desde los fondos de desarrollo local.

Este fenómeno no solo se presenta en la capital de Colombia, también se evidencia en los territorios de nuestro país y como lo hemos visto en anteriores propuestas de medios comunitarios es necesaria una ley nacional de comunicaciones, que democratice el espectro radioeléctrico y el espectro electromagnético. Marcos Dantas (2010), indica que gracias a una ley los medios en radio y televisión se abrieron enlaces de conexión con las audiencias y que las

políticas en comunicación fortalecen valores como la identidad y las tradiciones culturales.

En Colombia la propuesta ha estado dirigida a los canales públicos como señal Colombia que plantea algunos programas relacionados con la identidad, las tradiciones culturales. Sin embargo, la parrilla de los medios comerciales y privados ha marcado un interés, o por temas relacionados con el conflicto o el entretenimiento, muchos temas de importancia no resultan deseables para el consumo de los ciudadanos. Los medios comerciales tienen la libertad e independencia editorial de sus dueños y definen sus líneas estratégicas de producción de contenido social.

8.9. Espectro electromagnético

Este bien público está en manos pocas empresas privadas que manejan el sistema de información en Colombia, tienen las mayores potencias y frecuencias, la más amplia cobertura porque pueden ser cadenas radiales y la mayoría de las emisoras son de carácter comercial dejando en minoría a las radios comunitarias y de interés público, que tienen una cobertura restringida; son muy locales, y por otro lado sostener estas licencias en términos económicos es muy difícil. En Colombia como pasa en muchos países está muy mal distribuido el espectro y el acceso a las comunidades está restringido

La regulación debe adoptar normas que le permita el acceso a los sectores comunitarios que por lo general tienen pocas licencias y que son otorgadas a sectores y empresas privadas. Los integrantes de la Central de Comunicación Comunitaria han manifestado que este tipo de situaciones genera una concentración en la cobertura informativa y en la pauta publicitaria y al incorporar la idea de medios de proximidad del profesor Manuel Chaparro, los medios que definen la agenda mediática desde las ciudades capitales dejan por fuera las realidades y contenidos que se pueden originar en las localidades y comunidades apartadas de las zonas urbanas.

Es importante resaltar que en estos hallazgos se comprende la existencia de los medios de información como una empresa que genera indicadores de rentabilidad relacionados con ganancias económicas o empresariales y dejan de lado la riqueza cultural, la diversidad de las regiones del país y la construcción de indicadores sociales. Para Nelson Julián Villamizar, periodista, proclama un medio de información perteneciente a la Central de Comunicación Comunitaria, el espectro radioeléctrico o electromagnético debe ser un bien público del estado colombiano administrados por la ciudadanía, como lo contempla el artículo 75 de la Constitución Política de Colombia. Sin embargo, ha sido entregado a las casas comerciales, a los empresarios, iglesias católicas, evangélicas y cristianas.

En Colombia se afirma que el espectro es un bien público de libre acceso. Sin embargo, los gobiernos de turno y los consorcios se han encargado de privatizarlo, como lo han hecho con otros servicios públicos como el agua la anergia y el alcantarillado. Los medios comunitarios han sido relegados a lo local. En un mundo globalizado ni siquiera llega a la categoría de cadena nacional. Los colectivos que participan de las diferentes convocatorias adelantadas por el Ministerio de comunicaciones particularmente no acceden fácilmente al espectro radioeléctrico, en años anteriores se han presentado reclamos en las entregas de las licencias de funcionamiento porque solamente se las otorgan a ciudades capitales no principales.

En un principio los colectivos no comprendían la situación, pero luego de diversos análisis al interior de sus organizaciones entendieron que el interés de los grandes capitales era mantener al margen todo tipo de competencia en las ciudades capitales principales, pues la repartición de otros medios de información puede alterar el mercado publicitario. De esa manera se entienden dos componentes, uno primero es ver la comunicación como una mercancía y el segundo que la comunicación se ve como un negocio en donde la pauta publicitaria debe estar monopolizada por las cadenas comerciales. Estas dinámicas representan un latigazo a los medios comunitarios porque no otorgan las licencias a futuros

competidores en ciudades principales y esto prácticamente es una violación al derecho a competir.

Aunque el debate se centraría en el por qué los únicos que tienen derecho a tener cadenas radiales en todo el país son las emisoras comerciales y las comunitarias que están condenadas a ser locales porque según la resolución de radiodifusión en Colombia solo pueden ser cadenas quienes tengan más de cinco estaciones de radio en el territorio nacional y eso significa que deben eliminar futuras competencias. En Colombia cada diez años se deben renovar las licencias en el espectro radio eléctrico, se hacen auditorías a las emisoras, para saber si cumplen con algunos requisitos, por ejemplo, si son capaces de sostenerse económicamente, si puede cumplir técnica y tecnológicamente con los requisitos expuestos por el Ministerio de Comunicaciones. Es decir, dónde va a ubicarse la antena, si es competencia para otros medios comerciales o si es el caso, una repetidora; en el proceso el ministerio solicita nuevamente una serie de requisitos con aeronáutica y estudios de los espacios donde se va a emitir, para generar una serie de permisos.

Para Robinson Pérez quien ha tenido una larga experiencia en radio comunitaria son muchos tramites y los costos pueden llegar a los 50 millones en un proceso inicial, que en la práctica es una estación de pocos recursos o de bajo presupuesto. Luis Redondo que hace parte de los medios comunitarios en Bogotá a través del Canal 3 afiliado a la Central de Comunicaciones de Colombia (CCC) manifiesta que el acceso al espectro radioeléctrico definitivamente está monopolizado, en particular en sectores como la telefonía móvil donde hay una concentración muy fuerte del mercado. Al identificar pocos operadores de las telecomunicaciones, este fenómeno genera varias situaciones, por ejemplo, el escaso fortalecimiento de la industria nacional y el bajo emprendimiento de empresas tecnológicas a nivel local.

Por otro lado, esta situación genera una falta de creación en programación propia hacia la ciudadanía y complejizan las barreras que impiden una democratización

de la comunicación y el derecho humano de acceder a contenidos de forma gratuita y solo se accede a las características que establece el mercado internacional que solo es apropiado por personas con recursos económicos propios de una fracción media y alta de la pirámide socioeconómica. De esa manera se entiende que los que tienen derecho a producir y consumir son quienes pueden pagar los altos precios de plataformas internacionales. En ese sentido, la política pública debe promover que los servicios de telecomunicaciones tengan financiación o costos razonables con el apoyo de las organizaciones públicas o el fondo TIC que es el que recoge los recursos provenientes de las concesiones y que de la misma manera se permita una participación activa en las regulaciones de la comunicación más allá de simples observadores que eligen que quieren ver, escuchar o leer, sino que se apoye la creación e innovación de nuevas plataformas digitales en el territorio nacional.

La pandemia en Colombia evidenció que no solo se trata de que exista una conexión, sino que esa conexión sea eficiente con un porcentaje alto para descargar información y para subir datos, en el país hay muchas regiones que todavía están utilizando 2G y 3G que definitivamente es muy deficiente. Para ejercer otro tipo de derechos como el trabajo o la educación y en ese sentido los derechos de la comunicación atraviesan muchos aspectos del mundo de la vida.

8.10. Libertad de expresión

Para los medios comunitarios existen temas que son censurados desde el punto de vista periodístico, sin embargo, son conscientes de hacer respetar el derecho a la libre expresión representado el artículo 20 de la constitución política de Colombia. Pero no como una libertad para los dueños de los medios de información o para los periodistas que pueden masificar sus voces a través de la radio, la prensa o la televisión. En Colombia la libertad de expresión se ve coartada, porque se persigue a los periodistas, se utilizan diversas estrategias de presión a nivel económico, como el tema de las pautas publicitarias del presupuesto público, que

por lo general son recursos que se destinan específicamente a medios tradicionales como: Caracol, RCN, El Tiempo, El Espectador.

También existe el fenómeno de los grandes anunciantes que presionan a los medios de información y les retiran el financiamiento, como el caso de noticias UNO donde el grupo económico AVAL de Sarmiento Angulo luego de los escándalos de Odebrecht y los casos de corrupción que denunció el medio les retiraron la pauta de los indicadores económicos. Por otra parte, la presión jurídica donde los periodistas son demandados por injuria y calumnia y en medio de esos procesos pierden tiempo y dinero contratando abogados porque en ocasiones la parte jurídica del medio no los respalda y debido a eso no hacen investigaciones a profundidad, con el propósito de evitar ese tipo de problemas.

Hay otra estrategia más preocupante que se refleja en países como México donde la violencia hacia los periodistas es constante. En Colombia las amenazas, los asesinatos también afectan el derecho a la expresión y la comunicación, casos graves como el de la violación sexual a la periodista Jineth Bedoya por parte de militares y paramilitares, en el cubrimiento del conflicto armado, son hechos acontecidos con gran índice de impunidad.

8.11. Bien público

los medios comunitarios tienen unas políticas públicas en el plano local, en la actualidad se está trabajando en una propuesta para prensa, radio, televisión y TIC; desde un alcance nacional. Robinson Pérez indica que la propuesta es parecida a la denominada ley de Tercios, para que existan igualdad de condiciones en el acceso y tengan una tercera parte en el presupuesto que se obtiene por parte de la publicidad financiada por el estado y que los sectores privados emiten desde una publicidad con cobertura nacional. La mayoría de las administraciones locales o nacionales utilizan los recursos públicos para entregarle dinero a las empresas privadas y una de las propuestas es que los dineros recaudados en la misma

ciudadanía a través de impuestos regresen a las comunidades mediante estrategias de fortalecimiento de las entidades públicas.

Los medios comunitarios exigen más acceso a los recursos de la pauta publicitaria a nivel distrital, departamental y nacional. Las organizaciones y colectivos solicitan que estos recursos públicos vuelvan a las ciudadanías de la comunicación, que no solo se tenga una política distributiva que beneficie los intereses individuales de agencias publicitarias contratadas por medios masivos de información. De esa forma los medios comunitarios tienen una manera de sobrevivir y los públicos y comerciales pueden seguir funcionando. En la política de medios no se trata de tener ni monopolios de lo público, de lo privado y de lo comunitario, la democratización es la garantía de participación en medio de las diferencias.

En las políticas públicas la distribución del espectro electromagnético depende del Estado, quien es el dueño de este bien público y hay canales o medios que pagan unos derechos por usar esos espacios para poder distribuir sus señales y puede que el medio no le guste al gobierno de turno, ya sea de izquierda, derecha o centro, pero la democracia implica tener respeto por las opiniones. Garantizar una libertad de expresión sin censura porque no todos los colombianos pensamos igual y ese es el sentido de la pluralidad permite el desarrollo de la democracia.

9. CONCLUSIONES

Al final de esta investigación se intenta llegar a un proceso que permita corroborar el problema de investigación mediado por el marco conceptual en términos de dar respuestas a las diferentes categorías expuestas de manera argumentativa. Se demuestra que el problema de investigación trabajado desde los conceptos tiene un orden de ideas a nivel teórico y conceptual para poder llegar a unas conclusiones que permitan hacer un aporte al campo de estudio del Derecho a la Comunicación en Colombia.

En términos de la categoría hegemonía que en su momento histórico fue expuesta por Antonio Gramsci y luego retomada por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, es necesaria la articulación de las ciudadanías de la comunicación desde sus propias singularidades para dar paso a lo colectivo y que estas iniciativas se conviertan en propuesta de Estado-Nación. Esas singularidades en su individualidad están atravesadas por una pluralidad desde lo colectivo, es decir que todos los medios alternativos y comunitarios en Colombia comparten un sentido común por la defensa y reivindicación de la comunicación como derecho.

La búsqueda de un horizonte para que los medios comunitarios y alternativos sean hegemonía es una tarea incompleta en Colombia y América Latina, esas luchas no se pueden generar por separado porque el control imperante del espectro no opera de manera local sino global, los tentáculos de los grandes operadores mediáticos y tecnológicos tienen un nivel de maniobra y acción imperial. Por lo tanto, la respuesta a interceptar o bloquear una acción de política pública en favor de los grupos subalternos tendría una respuesta muy agresiva.

los medios comunitarios pueden extender sus lasos nacionales e internacionales con el propósito de ser hegemonía y construir operaciones en colectivo para recuperar el espectro como un bien público. Es importante manifestar que no es suficiente la hegemonía progresista, como voluntad política para generar políticas públicas desde arriba, sino que esta tarea también debe ser reforzada con las

ciudadanías de la comunicación desde abajo y que estas presionen a los funcionarios en el cumplimiento de los diversos derechos humanos, que en muchas ocasiones quedan desplazados por atender los ataques de los sectores de oposición, que por lo general buscan que los gobiernos democráticos no pueda ejecutar el proyecto político contra hegemónico.

Teniendo en cuenta los hallazgos encontrados sobre el Derecho a la Comunicación en Colombia en relación con las experiencias de participación de las ciudadanías interesadas en la comunicación, es necesario la búsqueda de un gobierno alternativo que tenga la voluntad política de hacer reformas en la democratización del espectro radio eléctrico. Actualmente muchos de los colombianos tienen las esperanzas en un candidato alternativo en la presidencia de la Republica como Gustavo Petro, el cual puede encarnar el líder promotor de las reformas necesarias para que los colombianos puedan ejercer sus derechos fundamentales, que en este caso particular comprenden la comunicación como un derecho.

En lo anterior, se debe tener en cuenta que a medida que va evolucionando y creciendo el compromiso de las ciudadanías de la comunicación en Colombia, la elección de un dirigente progresista puede aportar a los procesos democratizadores en el país. despegar rápidamente en políticas públicas en favor de los medios comunitarios y públicos es una tarea transversal entre el pueblo y sus gobernantes. Aunque Colombia tiene realidades distintas a la de los países vecinos, pero lo que ha sucedió en algunos países de América Latina, debe servir de ejemplo para interpretar la política de medios en el país.

En diversas entrevistas realizadas durante la investigación, fue recurrente la exigencia de los medios comunitarios por una ley de tercios que en concreto se desplego desde la historia de Informe Mc Bride y fue realidad en países como Argentina en el año 2009. El proceso de los derechos a la comunicación en América Latina en la perspectiva internacional es compleja, porque la protección en la libertad de expresión está establecida en algunas declaraciones, como la

Declaración Universal y también en Tratados como el Pacto de Derechos Civiles y Políticos, de la Convención Americana de Derechos Humanos, que es el Tratado más grande en el hemisferio. Allí la libertad de expresión está definida como el derecho de toda persona a buscar, recibir y difundir información de toda índole a través de cualquier medio sin censura previa; no es un derecho absoluto, pero las restricciones tienen que ser muy estrictas y hay unos protocolos establecidos para el establecimiento de cualquier restricción, que tiene que ver con establecer una ley de forma clara y precisa, sólo proteger los intereses estatales y sociales autorizados por estos tratados, que es básicamente la seguridad nacional, la reputación, el orden público, la moral pública y en tercer lugar algunas proporcionales en la sociedad democrática; porque leyes de comunicación puede existir muchas; pero toda ley de comunicación, debe estar amparada en un marco democrático.

En ese sentido sí existen leyes desproporcionadas, innecesarias o que pueden afectar el derecho a la libertad de expresión por algunas restricciones en acuerdos internacionales, la orientación para los países de América Latina es respetar los estándares en estas organizaciones mundiales. Sin embargo, en algunos gobiernos progresistas se ha solicitado autonomía y respeto a la soberanía de los pueblos. Por ejemplo, la ley de comunicación de Ecuador, según algunas relatorías internacionales no cumplían con esos estándares, porque se le acusaba de generaba una cantidad de regulaciones sobre el contenido, que pueden emitir los medios de comunicación y la ley ejecutaba sanciones a libertades que tenían anteriormente los medios.

De manera peyorativa los medios de información masiva se referían a estas regulaciones como ley mordaza. Se aplicaron sanciones a los privados y los canales afirmaban que eran censurados a juicio del Estado y se utilizaba la figura llamada “el linchamiento mediático”, que es cuando varios medios se conciertan para destruir la reputación de alguien, en este caso la reputación del presidente de la época Rafael Correa y otros funcionarios públicos investigados por periodistas. En el consenso internacional aprobado por los propios estados se entiende que lo

más importante es proteger la libertad de expresión, más allá que los aspectos que tienen que ver con la democratización de la comunicación, la diversidad o el pluralismo.

Uno de los principios de la libertad de expresión en un sistema democrático es que haya diversidad de fuentes informativas y plurales y los monopolios o los oligopolios afectan a esto, y por lo tanto, hay leyes que intentan establecer marcos para democratizar y dotar de mayor pluralismo a la comunicación, también con experiencias disímiles y algunas complicadas también, porque es una potestad estatal y muchas veces cuando se aplica con fines políticos o con fines discriminatorios o de anular a alguien, es muy fácil utilizar este tipo de leyes para sacar del aire a alguien que el gobierno o los gobiernos entienden que es molesto o que critica desproporcionadamente.

Ahora bien, hay otras normas, como las que establece por ejemplo reservas de espectro para los medios comunitarios para poder darle acceso diferenciado a los medios que no tienen el mismo poder económico que los privados bajo determinadas condiciones, también son obviamente admisibles, algunos límites razonables a la concentración de medios, en fin, hay distintas medidas que uno podría decir que son razonables y siempre que se apliquen con garantía de una autoridad independiente. Este es un tema muy delicado para las libertades fundamentales, que se ha aplicado con distinta suerte y por lo tanto hablar del Derecho a la Comunicación de manera genérica, cuando son principios fundamentales de la libertad informativa, que han sido desarrolladas en los últimos años.

El Derecho a la Comunicación se debe entender como la voz de aquellos sectores que no han tenido voz, que han sido invisibilizados o que por razones históricas, económicas o discriminatorias no han formado parte de los espacios de la comunicación en el espectro, como definición jurídica, algunas regulaciones dejan de lado esta perspectiva porque justamente el enfoque ha sido el derecho a la libertad de expresión, que se encuentra en todos los tratados reconocidos, se

define por tres verbos: el verbo recibir, difundir, la posibilidad de producir información, que también parte de la libertad de pensamiento. Sin embargo, la libertad de expresión tiene una dimensión individual y social.

Cada persona puede tener la libertad de pensar desde su propia perspectiva, con sus propias ideas y poder compartirlo con los demás y también importante que la gente tenga la posibilidad de recibir sin restricciones las ideas y las informaciones de otros y además de difundirlas por el medio que quiera hacerlo, ahí está la conceptualización jurídica, que protegen la libertad de expresión. Históricamente en los ecosistemas de comunicación de cada país en especial de América Latina hay una concentración en pocos grupos, hay una exclusión de sectores. por ejemplo, los comunitarios o de organizaciones sociales, están en desventaja ante la posibilidad de acceder a fundar medios y difundir su mensaje; son pocos grupos que concentran los medios de comunicación, por lo tanto, imponen determinadas fuentes. En ese sentido, el Estado debe tomar medidas positivas para promover un mayor pluralismo.

La discusión se torna más compleja con las redes digitales, porque también existe un monopolio, una concentración y en democracia no hay sistemas perfectos o nadie inventó un sistema perfecto de medios de comunicación, se puede mencionar algunos modelos para democratizar la comunicación, que incluya a todos los sectores con un rigor en la renovación de las frecuencias, con la asignación de nuevas frecuencias y la regulación de nuevas plataformas.

La democratización no implica generar instrumentos a los gobiernos para desarrollar políticas públicas con hegemonía comunicacional de turno y sustituir el sistema de medios privado, público o comunitario por unos medios de propaganda, que reproducen el discurso del mandatario y sus ministros. Lo importante de las regulaciones es proteger la democracia, la libertad de expresión porque como dice el Sistema Interamericano de Derechos Humanos frente a los sistemas democráticos cuando se anula una libertad fundamental, después van a caer otros principios de la democracia. El espectro radioeléctrico es un bien

público y común, pero está concentrado en los sectores políticos y económicos. Si el propósito es lograr un mayor pluralismo y tener un sistema más democrático en materia de comunicación; lo primero, es tener medios públicos reales y no medios gubernamentales como ha sido lamentablemente la tradición en América Latina.

Los estados con sus diferentes tendencias políticas deben ser garantes de la diferencia, incluso cuando la hegemonía pertenece a un solo sector, la comunicación de interés público no es un canal para defender al gobierno de turno y atacar a los que no piensan igual o para excluir a los otros del pluralismo; estos espacios deben ser regulados, con un proceso de elección independiente para sus directores, trabajadores y demás funcionarios, con la necesidad de rendir cuentas ante el parlamento, con un sistema de financiación que no dependa del ministro de Cultura, del ministro de comunicación, que dependa de una fuente independiente y que permita tener medios públicos realmente que cumplan la función democrática, tocar temas que no tocan los medios privados, de promover los derechos, el buen periodismo, la buena información.

Lo segundo es entender que los medios privados tienen una lógica mercantil, entonces muchos medios comerciales no van a asegurar distintas perspectivas en la información, eso no siempre es así. Sin embargo, la comunicación industrial de masas debe cumplir con las regulaciones, sin importar que sean cercanos al gobiernos o actores poderosos, garantizar la ecuación del pluralismo en los medios privados. Tener una regulación que financie a los medios comunitarios, porque cuando estos efectivamente están al servicio de la comunidad, del pueblo indígena, de las organizaciones sociales, evidentemente hay pocos fondos y esos recursos también tienen que ser neutrales, respetar la independencia de esos medios comunitarios; porque se pueden presentar casos donde los gobiernos orientan a los medios comunitarios el sentido social a producir, estos medios en realidad son de los ciudadanos, no del gobernante de turno, el solo es un intermediario.

Es necesario generar garantías y autonomía a los medios comunitarios, que efectivamente se promueva la creación de nuevos espacios, que obviamente existen intereses económicos y políticos, pero se deben superar. En América Latina se han desarrollado propuestas de regulación en aspectos relacionados con el espectro radioeléctrico y los bienes públicos, el propósito es tener un total ejercicio independiente del Derecho a la Comunicación, tanto del poder político como del poder económico, porque muchas veces los empresarios influyen en los medios y los medios influyen en la política, esa ha sido una parte de la historia del continente.

En América Latina existen algunas experiencias que confirman que las políticas públicas deberían ser orientadas desde el Estado y superar la tradición de políticas de Gobierno, que históricamente han venido conformando el sistema de medios, el cual ha determinado una relación directa entre los medios y política. Por lo general, son sistemas de concentración mediática que no son proclives a ponerse de acuerdo con ninguna política de estado; en pocas reformas a la comunicación se ha llegado algunos acuerdos. En términos programáticos la oposición o el oficialismo de distintos partidos no llegan a consensos tan rápido.

Por otro lado, en América Latina han existido sistemas de medios apropiados por grupos económicos que llegaron a concentrar los medios de información en las décadas de los 50s y 60s con una industria de medios, sin reglas claras y sin una intervención regulatoria de manera rigurosa que llegara a proponer política de estado. A diferencia de Europa que primero tuvo el monopolio público sobre los medios y luego abrió el mercado a los medios privados, generando regulación y autoridad para aplicar las normativas, a diferencia de América Latina, en Europa determinaron consensos democráticos para administrar el espacio radio eléctrico.

La dificultad para llegar a un equilibrio En América Latina ha girado en torno a determinar la comunicación como un negocio y eso propicia la complejidad del sector de los medios. Por ejemplo, cada vez que hay elecciones, los medios son fundamentales para los políticos y se hacen determinadas promesas y concesiones

y una vez que se instala el poder político, éste tiene que devolverles el favor a los medios por lo tanto, no van a ser regulados con sentido democrático y si en algún momento se adelantan reformas a los medios, estas se entienden como una violación a la libertad de prensa, si son tocados con leyes anti monopólicas, que les pueden llegar a disminuir la posición que han logrado en el mercado.

En el continente uno podría decir que cada país es un mundo o como diría el Informe Mc Bride un solo mundo múltiples voces. Con estos antecedentes es muy complicado avanzar en políticas públicas, incluso en Uruguay, donde se promovió un proceso amplio, democrático con todos los actores, la industria de los medios sentada en la mesa de discusión, para tratar de llegar a un sistema donde todos pudieran convivir democráticamente, en determinado momento la oposición, los medios, aunque tienen todo el cuidado por todos estos estándares que intentan establecer un tercio para el sector comunitario, son puntos que se dejan a última hora para agotar las negociaciones por el desgaste de las reuniones.

Las regulaciones que han establecido determinados límites razonables a la concentración, unas determinadas obligaciones mínimas para los medios privados han tenido una gran oposición. Por lo tanto, no es imposible, pero si es muy difícil hacer política de estado en comunicación, de acuerdo con el recorrido en la región no hay una receta para lograrlo, es un proceso que tiene que ver con las correlaciones de fuerza, con los gobiernos progresistas que han llegado hacer estas reformas y que obviamente tengan un respeto por la participación democrática. En el continente hay una fragmentación de experiencias, algunas que podrían encaminarse hacia algo exitoso como el caso Uruguay y Argentina, que han terminado de generar un consenso a nivel social y político, sobre cómo manejar estos temas de política pública, otra es la situación de Ecuador, que también sería interesante ver cómo se va acomodando el proceso, por la críticas que ha recibido por algunas normas que supuestamente violan la libertad de expresión, las regulaciones de contenido, injerencia estatal.

La región está en deuda con políticas a favor del sector comunitario, en el esfuerzo de tener medios públicos que pretenden ser más públicos que gubernamentales de turno y una distribución democrática que no avanza por la oposición del sector privado. Una conclusión importante para Colombia y que en cierta medida es un factor que llegó a influir en otros países de América Latina, fueron los procesos de toma del poder político, en momentos históricos para pensar la forma realista de luchar para alcanzar una propuesta de poder.

En términos democráticos para el ejercicio de la comunicación como derecho es importante adelantar un comité independiente técnico consultivo, que aborde temas centrales en mesas de negociación, donde participe el estado, el sector privado, la sociedad civil, las universidades y demás sectores democráticos. Que se logren unos consensos mínimos, una ley de medios muy abierta, transparente, consultada, con discusión parlamentaria. Desde la propia experiencia no copiar modelos de los países vecinos, exigirle al poder político, económico y mediático, que a pesar de estar instalados en un sistema que genera hegemonías desde los gobiernos, no pueden distorsionar los procesos democráticos y ejercicio de acción colectiva de los ciudadanos.

En medio de la realidad colombiana y las movilizaciones sociales, la ciudadanía defiende los derechos fundamentales, la sociedad civil debe tomar las banderas de la comunicación como algo fundamental, en la misma relevancia que ha logrado derechos como el trabajo, la educación o la salud. En este camino, los gobiernos pueden borrar el trabajo realizado a través de leyes de medios, pero la acción colectiva de la ciudadanía será la encargada de movilizar a los actores en defensa de lo alcanzado.

La sociedad civil cada vez se acerca más al concepto de comunicación como un derecho que permite la exigencia de otros derechos. Históricamente la sociedad se moviliza sólo cuando llega a una situación extrema, cuando se dan cuenta que están perdiendo sus libertades y necesidades básicas. cuando las sociedades están

asfixiadas por medios de información que están controlados por los gobiernos de turno.

En Colombia la protesta es reprimida, deja víctimas, desaparecidos y asesinatos por parte de la fuerza militar y policial del gobierno, muchas historias quedan sin ser narradas, la democracia de medios permite la denuncia, la crítica, la libertad de expresión y en medio de la pérdida de esos derechos es cuando la sociedad reacciona; tal vez una falencia por parte de quienes trabajan a diario con la comunicación, es no poder transmitir a las actuales y futuras generaciones la importancia que tiene la comunicación como derecho.

En ese paralelo cuando la sociedad argentina inició el proceso de movilización lo defendió y salió a las calles, puso en práctica todos los instrumentos democratizadores, para empoderar al sector comunitario de entrar con nuevos actores a las grandes frecuencias. Desde ese momento comenzó una disputa con la casa editorial Clarín que se centró en el debate de vender o no vender licencias, algo que Guillermo Mastrini ha mencionado como un proceso de desinvertir, luego vino la reforma desde la Relatoría y después la elección de Mauricio Macri que terminó en una reforma que favoreciendo notoriamente a los grandes monopolios. Entonces son procesos que van a llevar años, en México hay un esquema al que hay que mirar con atención porque logró una autoridad con cierta autonomía constitucional (El IFETEL -Instituto Federal de Telecomunicaciones), obviamente, ningún sistema de asignación de espacio en el espectro es perfecto y siempre los intereses políticos y económicos están ahí, por lo menos es necesario construir un organismo autónomo con capacidad de regular la concentración.

En ese sentido, la oportunidad de democratizar la libertad de expresión es algo que se puede entender muy fácil por parte de la ciudadanía, pero es necesario comprender que los sistemas de medios tienen grandes intereses y que la comunidad salga a defender una regulación de medios, sin entenderla o conocerla es un proceso que toma tiempo, además los empresarios de la comunicación van a reaccionar en conjunto con los poderes económicos que los apoyan.

A la hora de tomar decisiones regulatorias es complejo, porque no es un tema solo técnico, sino que es un tema político, económico y social. Por lo tanto, hay que seguir trabajando en esos temas en las regiones. Para construir democracia las sociedades tienen que llegar a determinados consensos, igual hay que tener autoridad e independencia, separar las decisiones regulatorias de las decisiones políticas para preservar la libertad de expresión, entender y garantizar las líneas editoriales de los medios que están en el aire, promover los medios comunitarios, en fin, son un conjunto de medidas que hay que tomar y para ello hay que llegar a la comunicación como derecho.

Algunos autores dicen que el derecho a la expresión es un derecho negativo, es decir que se logró en medio de luchas anteriores como la revolución francesa, es un derecho adquirido y logrado por unos sectores que hoy día están instalados en un sistema y son los únicos que se pueden garantizar a si mismos ese derecho a comunicar, son quienes tienen el monopolio de los espacios en el espectro y como lo demuestra la historia la nueva revolución comunicativa puede regresar con el significado del Derecho a la Comunicación.

En un contexto en donde una familia poderosa es dueña de un medio de comunicación, afecta la independencia al interior de los medios de información, en ocasiones los periodistas terminan siendo mandaderos de los dueños. Lo que históricamente ha sido la postura de los dueños en el talante editorial que se convierte en la vocería de intereses políticos, económicos, todas esas cosas sabemos que ocurren así, pero también dentro de los medios hay periodistas que hacen su trabajo con honestidad.

Donde hay hiper-concentración, existe peligro de perder la libertad de expresión porque unos pocos son los dueños de los medios de comunicación, experiencias como las que se viven en Chile, donde hay un duopolio. También es relevante el caso de Guatemala, donde Ángel González es dueño de casi toda la televisión, situaciones en donde el periodismo y la información son una industria, que requiere de un empresario, de una redacción, de periodistas que sean especialistas

en el oficio y que sepan hacer su trabajo y por lo tanto es un sistema naturalmente imperfecto y cada país debe trabajar para mejorar estos asuntos de concentración.

El pluralismo en los sistemas de medios de comunicación, España con varios años de democracia logró dos o tres grupos y un par de líneas editoriales diferenciadas. ahora Estados Unidos un país de 300 millones de habitantes puede haber 3 ò 4 líneas editoriales con algunas diferencias. En Colombia existen dos grandes canales de radio y televisión, pero se puede observar que es solo una postura editorial, podría ser considerado un pequeño proyecto periodístico con un volumen de habitantes que se acerca a los 50 millones de ciudadanos, en ese sentido, la calidad y cantidad periodista tiene un gran impacto.

A parte de la anterior problemática, el acceso a la conectividad para el año 2018 según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, en términos de servicios públicos internet solamente llegaba al 40 %, es decir que hay pocos medios digitales. Sin embargo, se refleja más pluralismo editorial en la red que en los medios tradicionales. A pesar de tener menos del 50 % de la población colombiana conectada a un servicio de cable, en medio de los costos tecnológicos la ciudadanía a encontrado espacios para circular información.

En el fondo la sociedad intenta dar una lucha democrática por el Derecho a la Comunicación. Sin embargo, se requieren más medios públicos, comunitarios y privados, ahora cualquier ciudadano puede comunicar en internet. Sin embargo, el monopolio y la hegemonía de los medios ya no es local, sino que ha dado un avance hacia algo más global y transnacional. Es el producto de un nuevo modelo de mercado que utiliza internet y que muchos analistas ven como la pérdida de la concentración local y regional para dar el paso a un monopolio internacional.

A pesar de tener una realidad totalmente diferente algunos países de América Latina o lo que pasa en países de Europa donde Castells no incluye la brecha digital como categoría porque tal vez no responde a la realidad de España, en Colombia los medios tradicionales siguen siendo influyentes al menos en datos

reales del DANE en un 60 % de la población que no es nativa digital. Hay ciudadanos que afirman que la mejor ley de medios es la que no existe, otros llegan a decir que internet y las redes sociales son la mejor democracia de los medios de comunicación, también hay debates sobre la percepción de las redes como un simulacro. Sin embargo, grandes empresarios son los dueños de las TIC. En este nuevo escenario el debate por el acceso a frecuencias tradicionales en el espectro radioeléctrico sería una discusión del pasado con relación al espectro electromagnético y las nuevas tecnologías.

Cuando han transcurrido más de veinte años de uso de internet popular y masivo, encontramos que en países como Colombia los medios tradicionales siguen siendo fundamentales, más allá de que ahora tienen más ventanas, pantallas y posibilidades de difusión, hay algunos estudios que indican que, en Estados Unidos y Brasil las elecciones realizadas en el periodo anterior concentraron más del 90% de la información que circuló durante el proceso electoral. Eso significa que en los procesos de votación en países donde hay mayor conectividad los medios tradicionales en relación con los digitales son fundamentales para producir y difundir información relevante para elegir candidatos.

Es una cuestión donde no hay que enamorarse de las redes y verlas como una solución al monopolio de los medios, los cuales pueden ser parte del mismo problema, pero de una manera más sutil. Lo cierto es que internet ha permitido en cierta medida la democratización la información, es un espacio de mayor pluralismo en la circulación de información de la ciudadanía. Antes de la aparición de internet la concentración era más elevada, eran pocos dueños de medios, ahora surgieron periódicos digitales, plataformas que han logrado incidir en los temas y en todo el mundo, medios pequeños que con internet se han complementado y han logrado una mayor difusión y obviamente una participación ciudadana más evidente. En tal sentido es más difícil que un gobierno pueda sostener una mentira, porque las redes sociales desnudan los hechos más rápido.

La ciudadanía exige derechos y beneficios ante la ley, la libertad de expresión soporta lo que nos agrada y muchas veces lo que nos desagrada. El debate se origina con leyes y cuestiones que plantean moderar la discusión social en redes digitales y por otro lado entender que son empresas multinacionales supergigantes que tienen una serie de algoritmos con términos y condiciones que uno no sabe realmente qué es lo que uno está viendo o le están poniendo para que vea, entonces empieza a tener legítimas preguntas y suspicacias sobre la transparencia de esos procesos. Es un desafío nuevo para la comunicación, para la libertad de expresión, porque está pensada para abstenerse de censurar, de interferir, de meterse en el debate que tiene la sociedad, de bajar contenidos, de criminalizar o meter presa a la gente por lo que piensa.

Las empresas privadas tienen unas obligaciones desde las plataformas con respecto a los derechos humanos que en este caso parten de la libertad editorial, porque las regulaciones internacionales también mencionan que libertad de expresión reconoce que los que fundan y tienen un medio de comunicación, deciden en cierta medida sobre los contenidos que quieren reproducir o distribuir al público. Entonces la ciudadanía puede afirmar que un desnudo es una obra de arte, pero las redes digitales indican que es una plataforma familiar y por lo tanto no se admiten desnudos, desde el punto de vista del Estado puede obligar a una empresa privada como plataforma a pasar desnudos cuando no lo quiere hacer, esta situación deja más reflexiones abiertas de lo problemático que son las nuevas tecnologías de la información y los derechos de la comunicación.

Es necesario hablar de la legislación y la ley de medios en Colombia, porque el país tiene una regulación con unos mínimos, es decir, la más baja regulación posible, deja la cancha libre para que los medios comerciales crezcan sin mayor competencia. por ejemplo, no se limitaba el crecimiento de los oligopolios, no se regula la pauta publicitaria estatal, la adquisición de frecuencias se realiza a través de mecanismo como subastas y en ese sentido quien tiene más recursos puede acceder a las frecuencias, esa ausencia y débil regulación sin sentido público así lo regula la constitución, facilita un sistema mediático concentrado y altamente

monopolizado por las élites políticas y económicas del país. Hay que reconocer que con la carta política de 1991 hubo avances muy importantes en el reconocimiento de la radiodifusión comunitaria; fue muy significativo permitir el acceso por primera vez algunos sectores populares, con el financiamiento de algunos concursos públicos.

El problema de acceso al Derecho a la Comunicación se representa en la concentración mediática que en Colombia está en contra de cualquier pluralidad y diversidad de voces, lo cual no facilita el ejercicio democrático, porque el criterio para acceder a las frecuencias no puede ser un criterio comercial, donde solo pueden participar los operadores con recursos y los proyectos con sentido público se están quedando por fuera y para un país tan diverso como Colombia, ese un tema antidemocrático, porque justamente parte del conflicto en Colombia y de violencia es la negación de la pluralidad, es la negación del otro, es no reconocer que somos un país multicolor, diverso, entonces una subasta no es válida para acceder a las frecuencias porque se establece un discurso hegemónico y de esa manera los medios de información no podrían ser la representación de un sentido total o que pueda alcanzar a representar la mayoría de las diversidades de la sociedad colombiana y sin esa política inclusiva no se puede garantizar el ejercicio democrático, ni el camino hacia la paz que tanto necesita Colombia.

Para comenzar un proceso de ley de medios, en primer lugar, es importante la pedagogía, comenzar un proceso alfabetizador desde los periodistas, que se pueda recuperar el rol democrático en esta sociedad. Parte de lo que está sucediendo y que nadie le da importancia en los debates, es porque hay una crisis del periodismo, una baja credibilidad en los medios de comunicación, la gente ha comenzado a desprogramarse de lo tradicional, han democratizado sus consumos en los medios. En Colombia cada día aumentan los calificativos a los periodistas, por ejemplo, que son unos vendidos o que trabajan para el gobierno y para los partidos políticos; con estas afirmaciones se puede ser reduccionistas o simplistas en el diagnóstico. Sin embargo, es importante recuperar la función social de la comunicación, su talante democrático hacia la ciudadanía. En los últimos

cubrimientos de las protestas y manifestaciones sociales en Colombia, algunos medios dejan mucho que desear y cuestionar; hay medios alternativos que han hecho una tarea interesante e importante, con un trabajo de rigor y veracidad en condiciones difíciles de presupuesto.

Según otras experiencias la democratización de los medios de información está acompañada de un proceso de movilización de movimientos sociales, sindicatos, estudiantes y también desde arriba con voluntades políticas por parte de los gobiernos que toman la decisión, la parte jurídica que reafirma la propuesta de política pública. En otros países de América Latina la lucha del movimiento social por el Derecho a la Comunicación ha sido fundamental al momento de presionar por el cumplimiento de los derechos, tal vez como lo afirman las organizaciones sindicales, que los derechos se conquistan. Es fundamental fortalecer a los movimientos sociales, si bien su margen de maniobra es débil frente a las grandes hegemonías comerciales y más si llegan divididos. No se puede tener una agenda fragmentada y dispersa, es necesario reafirmar los puntos a discutir. Es importante que el movimiento social pueda ponerse por encima de las fragmentaciones y diferencias; en torno a una ley de medios que permita el reconocimiento de la radiodifusión comunitaria y la caída de todo tipo de subastas como mecanismo para acceder frecuencias.

Una ley de medios también debe tener un presidente que represente a las ciudadanías de la comunicación, que pueda ser un mediador con la industria de los medios, que a la hora de plantear regulaciones propuestas por parte del movimiento social de medios y por el Derecho a la Comunicación, acoja y tramite los proyectos en el congreso de la república. Por otro lado, los trabajadores de la comunicación deben fortalecer una independencia frente al sector de medios, es decir, ver los espacios comerciales como interlocutores con los que se puede generar una agenda común, que las orillas se puedan encontrar y establecer diálogos sobre los temas que afectan el derecho a la expresión, la libertad de prensa, los retos del gremio en torno a una legislación y el sentido público hacia la ciudadanía.

En términos internacionales el modelo norteamericano de comunicación promueve un ideal de medios totalmente liberado y capitalista, un sistema de medios con enormes regulaciones, en un contexto capitalista. Ideas equivocadas que no nos han dejado entender una regulación democrática. En algunos casos hay dos visiones, cuando los gobiernos utilizan la legislación para acallar a la gente y la censura judicial, pero también cuando no existe ninguna regulación se promueve la libertad de concentración del sector privado en América Latina.

Una de esas experiencias fue la propuesta de una ley de tercios en los medios, que funciona como una regulación que plantea una fórmula de acceso a la radiodifusión desde una mirada pública y no privada a través de subasta del espectro y generar un principio de proporcionalidad como lo hizo el cono sur, por ejemplo, la política pública debe cambiar la cartografía mediática, con oportunidades reales para acceder a las frecuencias tradicionales y a las nuevas tecnologías y digitalización de la radio y la televisión, con un sentido público, que evite la concentración del sentido social producido.

Es importante el acompañamiento de un movimiento de ciudadanía de la comunicación que debe potenciar la acción colectiva por democratización de los medios, comenzar un trabajo más fuerte en torno a la movilización reivindicativa por la distribución equitativa del espectro radioeléctrico. Trabajar en la vinculación de más actores sociales y políticos, porque el Derecho a la Comunicación hace posible el ejercicio de otros derechos. Por ejemplo, protestar por el derecho a la salud, la educación y demás servicios públicos, que se defienden y sustentan en medio de la comunicación. Los actos de comunicación permiten el convencimiento de que los derechos son públicos y de libre acceso.

La comunicación facilita la comprensión de no entenderla como un servicio que se puede comprar, sino como un derecho de libre acceso sin ninguna restricción, pues justamente la comunicación facilita que la ciudadanía tenga más conciencia sobre sus verdaderos derechos. Los ciudadanos tienen derecho a manifestarse. Pero, como lo indica Jorge Iván Bonilla, lo público se puede construir desde las

emociones. Esas manifestaciones también son válidas y son importantes para una sociedad, en transición hacia la paz.

Tal vez la realidad política y social del país ha llevado a la ciudadanía a centrarse en otros derechos públicos como el agua, la luz y ven como secundario preocuparse por el Derecho a la Comunicación, como lo afirma en algunas oportunidades en Colombia Omar Rincón, el Derecho a la Comunicación se entiende como algo muy play, muy gomelo, como dicen los colombianos, eso que lo peleen allá los gomelos de las universidades privadas y resulta que no, el derecho a la salud; por ejemplo no lo explican bien los medios de información, entonces es ahí donde es importante que pueda haber un buen periodismo, que se garantice la libertad de prensa, que se garantice la pluralidad mediática, si no lo hacen los oligopolios, que lo hagan otros medios, otros proyectos alternativos; en ese sentido es relevante hacerle caer en cuenta a la sociedad sobre la comunicación, ese es uno de los grandes retos de la pedagogía social, convencer a los que no están convencidos.

Es importante fomentar la transparencia en la comunicación, con el propósito de generar más puentes entre la audiencia y los medios de comunicación, conocer cómo se financian, cómo funcionan los medios, como toman las decisiones, cuáles son los debates internos que se dan, que la ciudadanía tenga todas las herramientas al alcance de los medios pues cada vez está más a la mano y con mayor acceso. Eso significa un reto, pero es también algo que están demandando que las audiencias conozcan mejor lo que está sucediendo, de una manera amplia, es parte de lo que puede ser la alfabetización mediática, que la gente entienda y comprenda el trabajo, la cotidianidad, y los debates que se dan en las salas de redacción.

la transparencia tiene el propósito de permitirle a la audiencia tener más claridad sobre lo que se informa y se comunica, según la tesis doctoral de la licenciada Cynthia Ottaviano, “Las nuevas Defensorías de las Audiencias de América

Latina”, exactamente en el capítulo dos, menciona que la concentración es una de las causas por las cuales no existe pluralidad de puntos de vista en los medios.

En ese sentido, la pluralidad es algo que resulta fundamental para saber cómo aproximarse a los diferentes enfoques y a las agendas mediáticas. En Colombia no solamente hay un problema de concentración de medios, también se restringe la pluralidad y las ofertas mediáticas. Al interior de las salas de redacción nos damos cuenta de que los contenidos son bastante homogéneos, donde suele haber una mayor participación de hombres, con prototipos de personas con determinados rasgos físicos y características culturales.

El contexto anterior limita la interpretación de los hechos y de la realidad. Un ejercicio que deben incorporar en los medios en sus políticas es la pluralidad interna en sus redacciones, pero también en caso de que eso no se tenga, generar ejercicios que promuevan la diversidad en los procesos de reportería, producción y fuentes de información, con canales de comunicación con la audiencia. “Los monopolios de la verdad” de Guillermo Mastrini y Martín Becerra, hablan de cómo gracias a las nuevas tecnologías la comunicación se entiende de manera más amplia, con la posibilidad de mayor acceso a la información, pero realmente no es así, ya que estas nuevas tecnologías controlan la información de manera global y vulneran derechos de la comunicación a nivel internacional.

Colombia necesita no solamente que se formulen políticas públicas, sino que se le generen unos planes de trabajo para su implementación, tenemos políticas públicas para la comunicación indígena, hay políticas públicas a nivel del ministerio de las TICs y ministerio de cultura, pero es importante que se implementen, que tengan una metodología y sobre todo un acompañamiento de los proyectos institucionales, donde la política más importante que debería realizarse es sobre la libertad de expresión, que se reconozca la violencia que ha existido contra la prensa y lo que terminó generando violencia contra los medios de información y contra el periodismo.

En Colombia según la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP en los últimos 40 años han sido asesinados más de 160 periodistas, eso ha terminado con muchísimos medios de comunicación, ha contribuido en buena parte a que existan desiertos de la información, es decir, lugares donde no hay medios de comunicación, esos fenómenos necesitan una política pública robusta, que acompañe la creación de nuevos medios, que fortalezcan a los que ya existen, y que también tengan posibilidades de generar una economía y unos subsidios por parte del estado en las regiones más apartadas del país.

Bibliografía

ACOSTA, Rodrigo (2015). Foro Internacional “Hacia una ley de medios que democratice la comunicación en Colombia”. Conferencia realizada en el Centro de Memoria, Paz y Reconciliación, 14 de julio 2015.

AFONSO, Carlos (2012) Uso y regulación del espectro en América Latina Quito. CIESPAL.

ALÉN, Luis (2018) Derecho a comunicar y comunicar derechos. Buenos Aires. Ediciones Universidad Nacional de Lanús.

ARGENTINA, Leyes (2013) la ley de comunicación democrática 26.522- Universidad Nacional de Quilmes. Defensoría del público de servicios de comunicación audiovisual.

APARICI, Roberto (2019) la posverdad. España. Gedisa.

ARDITI, Benjamín (2017) la política a los bordes del liberalismo. Barcelona. Gedisa.

ARGUMEDO, Alicia Susana (1993). Los silencios y las voces en América Latina. Buenos Aires. Ediciones Colihue.

BECERRA, Martin (2015) De la concentración a la convergencia. Buenos Aires. Paidós.

BECERRA, Martin. Lacunza, S. (2012) Wiki media leaks. Buenos Aires. Ediciones B.

BOLAÑO, César. MASTRINI, Guillermo. SIERRA, Francisco (2005) Economía Política, comunicación y conocimiento. Buenos Aires. La Crujía.

BOURDIEU, Pierre (2008) ¿Qué significa hablar? Madrid. Ediciones Akal.

BOURDIEU, Pierre (2012) La distinción (traducción María del Carmen Ruiz) México. Taurus.

CALLONI, Stella (2014) evo en la mira CIA y DEA en Bolivia. Buenos Aires. Editorial punto de encuentro.

CALLONI, Stella (2005) operación cóndor pacto criminal. La Habana. Editorial ciencias sociales.

CASTELLS, Manuel (2012) Comunicación y poder. México: Siglo XXI.

CHAMORRO, L. Barbosa, A (2012) Uso y regulación del espectro en América Latina. Quito. CIESPAL.

CREMONTE, Juan Pablo (2018) Avances y retrocesos en las políticas de comunicación en la Argentina. Buenos Aires. Ediciones Universidad Nacional de General Sarmiento. Instituto de Altos Estudios Nacionales.

DURAN BARBA, Jaime (2017) la política en el siglo XXI. Buenos Aires. PenguinRandom House.

ELIADES, Analía (2015) Derecho a la Comunicación 30 años de democracia. Argentina. Editorial Universidad Nacional de la Plata.

ELSTER, Jon (2006). El cemento de la sociedad. Barcelona: Gedisa.

ELTIEMPO.COM (2018) 10 cifras clave del censo nacional de población y vivienda 2018. Bogotá

ESPECTADOR (2019) ministra TIC desmiente que haya trabajado en Facebook mientras ejercía su cargo. Bogotá.

FALS BORDA, Orlando (2015) Una sociología sentipensante para América Latina. Buenos Aires. Siglo XXI.

FALS BORDA, Orlando (1973) Ciencia propia y colonialismo intelectual. México. Editorial nuestro tiempo.

FLÓREZ, Juliana F. (2015). Lecturas emergentes. El giro decolonial en los movimientos sociales. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

FOUCAULT, Michel. (2001). Defender la sociedad. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

FOUCAULT, Michel. (1970) El orden del discurso. Barcelona: Tusquets

FOWKS, Jacqueline (2017) Mecanismos de Posverdad. Lima, fondo de cultura Económica.

FREIRE, Paulo (2013) Por una pedagogía de la pregunta. Buenos Aires. Siglo Veintiuno Editores.

FREUD, Sigmund (1972). Psicología de las masas. Madrid: Alianza.

GINZBURG, Carlo (2009) mitos, emblemas e indicios: morfología e historia. Barcelona. Gedisa.

GLENN, Greenwald (2014) Sin un lugar donde esconderse. Buenos Aires. Ediciones B.

GOLINGER, Eva (2005) El código Chávez descifrando la intervención de los EEUU en Venezuela. Buenos Aires. Agencia Latinoamericana de información editorial Question.

GONZALEZ, Leonardo (2016) Los spots del falso pluralismo, 9 de marzo. <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-294091-2016-03-09.html>

HERRÁN, María Teresa (1991). La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert de Colombia FESCOL.

IÑAKI, J Ignacio (2019) Transparencia mediática, oligopolios y democracia. Cap. 9. La concentración mediática en Colombia para descentralizar la mirada. España. Comunicación social, ediciones y publicaciones.

LACLAU, Ernesto y MOUFFE, Chantal (2004). Hegemonía y estrategia socialista. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

LACLAU, Ernesto (1996) emancipación y diferencia. España. Ariel.

LACLAU, Ernesto (2005) Razón populista. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económico

LAS 2 ORILLAS. (2015) de quien son los medios en Colombia. Bogotá.

LEÓN, Osvaldo (2013) Democratizar la Palabra. Quito, ALAI agencia latinoamericana de información.

LLONTO, Pablo (2008) La noble Ernestina. Buenos Aires. Punto de encuentro.

LOIS, Ianina Wainer, Luis (2019) Por otros medios, medios de comunicación y golpes en América Latina. Buenos Aires. Editorial Centro Cultural de la Cooperacion Floreal Gorini.

LORETI, Damián (2016). Foro Democracia y Medios de comunicación. Conferencia realizada en el Centro de Memoria, Paz y Reconciliación. Bogotá. 4 de mayo 2016.

MACBRIDE, Sean (1988) Un solo mundo, múltiples voces. Madrid. Fondo de Cultura Económico.

MASTRINI, Guillermo (2013). Cátedra UNESCO de Comunicación. Conferencia realizada en la Universidad Javeriana. Bogotá, 6 de noviembre 2013.

MASTRINI, Guillermo (2015). Inauguración del Centro de Pensamiento en Comunicación y Ciudadanía. Conferencia realizada en la Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, noviembre 2015.

MASTRINI Guillermo (2013) Políticas de comunicación en el siglo XXI. Buenos Aires. La Crujía.

MC ADAM, Dough, TILLY, Charles, MAYER, Zald (1999). Movimientos sociales: perspectivas comparadas. Madrid: Istmo.

MELUCCI, Alberto (2002). Acción colectiva, vida cotidiana y democracia. México, D.F: Colegio de México.

MORAES, Denis de (2011). La cruzada de los medios en América Latina. Buenos Aires: Paidós.

MORAGAS, De Miquel (2011) Interpretar la comunicación. Barcelona. Gedisa.

MOUFFE, Chantal (1999) El retorno de lo político. España. Paidós.

MOUFFE, Chantal (2013) Agonista. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económico.

PINILLA, Fredy (2018) Retos a la comunicación en el posacuerdo: Políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Acción colectiva por el Derecho a la Comunicación. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia.

PÉREZ LEDESMA, Manuel (2000). Ciudadanía y democracia. Madrid: Pablo Iglesias.

PIÑEIRO, Diego E (2004). La acción colectiva de los conflictos agrarios de América Latina. Buenos Aires: clacso.

PEREZ Bernal, Juan (2017) la defensa de un derecho, emisoras comunitarias en aprietos. Bogotá. El campesino.

RABOTNIKOF, Nora (2005) En busca de un lugar común. México. Universidad Autónoma de México

REYES, Hernán (2017) Derecho a la Comunicación, procesos regulatorios y democracia en América Latina. ¿Regulación democrática de la comunicación en Ecuador?: complejidades y conflictos del proceso jurídico y político (2009-2016) Quito. CIESPAL.

REVISTA DINERO (2017) Implicaciones de la demanda contra Claro y Telefónica aún están por verse. Bogotá.

RINCÓN Omar y URIBE Catalina (2015). De Uribe, Santos y otras especies políticas. Bogotá: Universidad de los Andes.

SALAZAR, Cristina (2005) *La investigación participativa, inicios y desarrollos*. Bogotá. Cooperativa Editorial Magisterio.

SAMAJA, Juan Alfonso (2004) *Epistemología y metodología: elementos para una teoría de la investigación científica*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

SEMANA, (2020) *La subasta de la discordia*. Bogotá.

SERRANO, Pascual (2009) *desinformación*. Barcelona. Editorial Península.

SIERRA, Francisco (2018) *Derecho a la Comunicación*. Quito. Ciespal.

SVAMPA, Maristella, ¿Hacia un nuevo modelo de intelectual? *Revista —*, 29/07/07

TARROW, Sidney (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.

TILLY, Charles (2010). *Confianza y gobierno*. Buenos Aires: Amorrortu.

TILLY, Charles (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008, desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Critica.

TORRES CARRILLO, Alfonso (2007). *Identidad y política de la acción colectiva*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

VARELA, Andrea (2018) *Comunicación para la resistencia*. La Plata. Universidad Nacional de la Plata, Facultad de comunicación social.

VERON, Eliseo (2014) *La semiosis social*. Barcelona. Gedisa.

VOLÓSHINOV, Valentín (2009) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires. Ediciones Godot.

ZECCHETTO, Victorino (2012) *Seis semiólogos en busca del lector*. Buenos Aires. La Crujía Ediciones.

Webgrafía

<https://www.semana.com/edicion-impresa/pais/articulo/claro-y-telefonica-implicaciones-de-la-demanda-del-gobierno-en-colombia/248177>

<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2006/T-460-06.htm>

<https://www.mintic.gov.co/portal/715/w3-article-5238.html>

https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Fotos2016/12.11_1.2016nuevoacuerdofinal.pdf

<https://unlp.edu.ar/frontend/media/32/4232/175358613d21a3d1200f8b0876b8c862.pdf>

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=88356&dt=S>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210>

<https://www.semana.com/nacion/articulo/espectro-electromagnetico-la-subasta-de-la-discordia/653190/>

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/gestion-publica/uno-de-los-mas-grandes-logros-de-esta-administracion-es-canal-capital>

<https://www.eltiempo.com/colombia/cifras-clave-del-censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018-273224>

<https://bogotasocial.org/derechos/comunicacion-comunitaria-alternativa/3323>

https://elpais.com/internacional/2013/10/29/actualidad/1383064160_174455.html

<https://www.pagina12.com.ar/395625-seis-anos-de-persecucion-y-hostigamiento-a-milagro-sala>

<https://www.pulzo.com/nacion/debate-redes-sobre-supuestos-zapatos-ferragamo-petro-PP212857>

https://elpais.com/economia/2018/09/13/actualidad/1536862429_271587.html

<https://www.larepublica.co/economia/telecom-eeb-y-ahora-isagen-entre-las-principales-privatizaciones-2340181>

Anexos

Matriz de análisis de entrevistas

Como evidencia del trabajo de campo llevado a cabo en los diferentes colectivos que hacen parte de la Central de Comunicación Comunitaria (CCC) se presenta una matriz de elaboración propia para la recolección de información al interior de los medios alternativos que la conforman. La recolección de la información se desarrolló mediante la técnica de la entrevista semiestructurada y se utilizaron las categorías de análisis propuestas en el proyecto doctoral, complementadas con subcategorías que fueron apareciendo durante el proceso de investigación. Desde el inicio del proyecto se ha indagado por palabras claves como el Derecho a la Comunicación, acción colectiva, producción de sentido y ciudadanía, las cuales son conceptos centrales para cumplir los objetivos del trabajo de indagación. En este viaje investigativo aparecieron términos claves que fueron incluidos como subcategorías, en este caso se puede mencionar: monopolio, concentración, democratización, bien público, espectro electromagnético, ley de medios. En la construcción de análisis no solo se tuvo en cuenta la participación de los diferentes medios de comunicación alternativos y populares que hacen parte de la CCC, también se propuso tener la voz de algunos expertos en el campo de la comunicación, específicamente conocedores del tema sobre el Derecho a la Comunicación en América Latina.

TRANSCRIPCIÓN	ANÁLISIS CATEGORIAL
<p>RIGOBERTO MONCADA DIRECTOR DEL PERIÓDICO DESDE ABAJO DE LA CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA. ¿SEÑOR RIGOBERTO EN COLOMBIA HOY CÓMO SE EJERCE O SE MANEJA EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN?</p> <p>Los derechos de la comunicación en Colombia hoy están en correspondencia con los intereses del gran capital. Como ustedes saben, también existe un capital transnacional que hace presencia en el</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Derecho a la Comunicación Para el periódico desde abajo es un derecho que se le ha entregado a los grandes capitales nacionales o transnacional y de esta manera pueden asegurar la libertad de expresión porque las leyes son hechas a la medida de esos conglomerados.</p> <p>Acción colectiva En los últimos años hay un interés más evidente por el Derecho a la Comunicación, pero se ha manifestado de manera local en Bogotá, en donde se ha</p>

sector de las comunicaciones colombianas. De manera, que los conglomerados de la comunicación local o nacional tienen asegurada cierta libertad, la libertad institucional, la del Estado Colombiano y la libertad de tener asegurado sus recursos de inversión, lo que, a su vez, les da la garantía permanecer competitivas en el mercado de la comunicación. Bajo estas premisas, se comprenderá que la formalidad de la ley o el Derecho a la Comunicación está confeccionada a la medida de los intereses de los grandes capitales transnacionales. Y visto así, creo que no estamos hablando del mejor de los escenarios democráticos posibles.

¿Cómo se maneja el acceso al espectro radioeléctrico en Colombia, creen ustedes que se debería cambiar su regulación?

No puedo responder a la pregunta. No conozco la situación de los medios de espectro radiofónico o radioeléctrico.

¿En el tema del Derecho a la Comunicación en Colombia, se han llevado a cabo iniciativas colectivas o movilizaciones sobre estas?

Sí, en particular en los últimos años ha habido movimiento importante por la defensa de los derechos de la comunicación y por la democratización del derecho a ejercer la comunicación.

Desafortunadamente, este ha sido un movimiento local con pocas posibilidades de incidir en las políticas de Estado, qué cómo ya se dijo en la respuesta al punto 1 de este cuestionario es una institucionalidad totalmente volcada a favor de los intereses de las grandes empresas de la comunicación. Además, porque ha sido movimiento local, distrital, asimismo fragmentado hacia cada región del país. Un movimiento de articulación nacional está pendiente.

En lo local, es importante mencionar, que algunas conquistas se han logrado. Por ejemplo, con la actual administración del Distrito Capital existe un pacto por la

tenido logros importantes como: el fortalecimiento de los medios de comunicación independientes, con el objetivo de hacerlos partícipes de los presupuestos de la pauta publicitaria a nivel distrital. Para Rigoberto Moncada Integrante de la Central de Comunicación Comunitaria una acción colectiva que articule un movimiento de carácter nacional está pendiente en Colombia. En este sentido se puede afirmar que el derecho a la comunicación se entiende como una reivindicación urbana, es decir que las zonas rurales del país pueden estar ocupadas en defender otros derechos más básicos y necesarios para la población, como el derecho a la vida.

Concentración

Existe una gran concentración de capitales de medios de información, algunos son nacionales y otros extranjeros. Los cuales reflejan este fenómeno en el manejo y control de la pauta publicitaria que llega del sector público y privado, por un lado, tienen el monopolio de los contratos realizados con los gobiernos de turno en las propagandas y como la mayoría establece una relación directa con las empresas de privadas también controlan la pauta comercial.

Democratización

En Colombia se puede identificar una democracia formal de medios de información, es decir que en lo jurídico y en lo legal está establecido, pero en la práctica se evidencia que no es así.

democratización y fortalecimiento de los medios de comunicación independientes. Lo cual tiene que ver con que se nos haga partícipe de los presupuestos de pauta publicitaria, además de otras medidas institucionales de apoyo y fortalecimiento.

¿Cómo democratizar los medios, desde el derecho a la palabra y la diversidad de voces?

Podemos decir que en Colombia hay una democracia formal de medios. Pero, otra democracia si hace falta. Aquella que permita y esté en pro de la expresión de una variedad de puntos de vista y de intereses comunicacionales diversos. Mientras más rico en matices sea el ejercicio de la comunicación de más democracia estaríamos hablando. No creo que esa sea la realidad del país.

¿Los medios están monopolizados, de quién son los medios?

Si en Colombia, no hay una monopolización de los medios y eso es lo que dicen las instituciones del Estado, por lo menos si hay una gran concentración de estos en grandes capitales, algunos de estos son nacionales por los más de ellos son extranjeros. Lo mismo ocurre con la contratación de la pauta publicitaria. Los mismos capitales dueños de los medios son los mismos capitales de dueños de las centrales de medios con quienes aquellos contratan la publicidad. Esta es, entre otras razones que los medios comunitarios y alternativos no son encuestados para los estudios generales de mercado de allí que su importancia en la comunicación con es reconocida ni por ellas—las centrales de medios, ni por la institucionalidad del Estado.

Quiero decir, que el índice de referencia para la contratación de pauta publicitaria, tanto por parte de las instituciones del Estado, como por parte de la empresa privada; son los Estudios Generales de Medios (EGM) y en la muestra de esos estudios no están incluidos los medios comunitarios y alternativos.

<p>¿La regulación de medios en Colombia es equitativa?</p> <p>Por las razones antes expuestas creo que la ley de medios en Colombia no es equitativa.</p>	
<p>ENTREVISTA A GUILLERMO PATIÑO QUIEN LLEVA MÁS DE 20 AÑOS EN LA RADIO Y TRABAJA EN LA EMISORA RADIO VITAL EN BOYACÁ.</p> <p>¿Qué es el Derecho a la Comunicación?</p> <p>Bueno, eso es un tema bastante álgido que no podría uno tratarlo así con rapidez, porque en primera instancia recordemos que eso hace parte de los derechos humanos, que sabemos que no son optativos, ni es un regalo del gobierno ni es un regalo del poder sino son obligaciones y responsabilidades para de verdad tener comunidades, sociedades más incluyentes, participativas y también más justas, si se quiere hablar de justicia.</p> <p>Así que el Derecho a la Comunicación de alguna manera engloba y recoge muchos otros que están ahí dentro de los derechos humanos. Uno podría hablar del Derecho a la Comunicación como el acceso a lo común, como la libertad de opinión, la libertad de expresión que también va por otro lado y algo que es lo que diríamos donde hay más dificultad es la libertad de difusión, creo que ahí también hay un gran inconveniente en de verdad hacer posible esa libertad de difusión, hablando de tecnologías y de los tiempos actuales pues también y ya algunos países lo están viendo la libertad y derecho el acceso a la banda ancha para estar de verdad comunicados e intercomunicados ya es un derecho que está impuesto, falta a ver qué países y que gobiernos empiezan a verlo como un derecho que tenemos todos los ciudadanos.</p> <p>Así que hablar de esa libertad de expresión y Derecho a la Comunicación engloba muchísimas cosas y habría que mirar en</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Derecho a la Comunicación Para Guillermo Patiño El Derecho a la Comunicación permite ser garante de otros derechos como: el acceso a los bienes comunes, la libertad de opinión, la libertad de expresión. En esos términos es fundamental no confundir comunicación con información, porque la comunicación garantiza la participación, la ciudadanía y por lo tanto la democracia desde el derecho a la palabra.</p> <p>Acción colectiva Guillermo Patiño afirma que la tarea de articular sectores sociales y medios de comunicación por el Derecho a la Comunicación se queda en iniciativas propuestas por personas, entidades y colectivos de medios de manera local o regional, pero a nivel nacional es muy poco la experiencia de movilizar a las ciudadanías en el tema de la comunicación.</p> <p>Ciudadanía Los colombianos deben trabajar en apuestas colectivas, para ejercer esa ciudadanía que nos permita reclamar derechos de la comunicación, el derecho a la difusión y producción de contenidos.</p> <p>SUB-CATEGORIAS</p> <p>Regulación, ley medios La creación de las leyes de medios debe ser inclusivas y participativa, que no se regule para favorecer a los empresarios y permitirles se siga concentrando, quitando posibilidades a los medios comunitarios.</p>

detalle cada asunto porque a veces también confundimos la comunicación con la información y eso son asuntos muy distintos; una cosa es pasar información y otra cosa son procesos de comunicación incluso tienen que ver con lo cotidiano o sea la comunicación que uno tiene como ser humano tiene posibilidades en la casa, en la oficina, en el parque en todas partes ese también sería una de las cosas a tener en cuenta.

¿Cómo se maneja el acceso al espectro radioeléctrico en Colombia, creen ustedes que se debería cambiar su regulación?

Si, en la radio hay muchas cosas que deberían cambiarse, porque se privilegia el derecho a la información y está centralizado, está en poquitas manos, está en pocas empresas privadas que son las que manejan todo el sistema de información en Colombia y los que tienen las mayores potencias, la mayor cobertura y la mayoría de emisoras, y si hablamos de las tres posibilidades de emisoras en Colombia pues la gran mayoría son comerciales están como le digo en pocas manos un poco también están la de interés público en las diferentes subdivisiones están en manos del gobierno locales muy poco un porcentaje mínimo un porcentaje mayor en gobiernos gubernamentales y departamentales, pero también son muy poquitos y habría más en la fuerza pública ahí donde están todas las emisoras de interés público.

Pero la otra parte que es lo que de verdad debería fortalecerse en Colombia son las emisoras comunitarias pues realmente por un lado son pocas, acaba hace 8 días el ministerio de dar viabilidad para otras emisoras en Colombia 184 que tal vez no tengo el dato exacto digamos que son pocas, también sus coberturas son muy restringidas son muy locales, pero aparte están sofocadas también porque en lo local sostener una emisora en lo económico es muy difícil muchas se sostienen en lo político, cultural pero en lo económico es muy difícil, muy difícil.

Además, ya nos dimos cuenta en la última

Una ley de medios que favorezca a los medios más pequeños porque en Colombia el Derecho a la Comunicación seguirá con una brecha entre lo nacional, las regiones o zonas geográficas de difícil acceso que históricamente han sido abandonadas por parte del estado.

Concentración

cada vez se concentra más en las pocas manos, una misma empresa o anunciante es dueño de emisoras, de televisión, de prensa y deja pocas posibilidades a otros medios alternativos.

Han concentrado todo el poder y es difícil tener gobierno que los regulen porque ellos son los que financian las campañas electorales. Tienen el control de diversos sectores económicos del país.

Democratización

Es permitir el acceso de muchas voces que no se escuchan, las apuestas de las comunidades por garantizar el derecho de niños, jóvenes, adultos, campesinos, sectores urbanos, rurales. Si esto no se garantiza la democratización de los medios no existe. Una alternativa sería las emisoras comunitarias, pero son muy pocas

Espectro electromagnético

Este bien público está en pocas empresas privadas que manejan el sistema de información en Colombia. Tienen las mayores potencias y frecuencias, la mayor cobertura porque pueden ser cadenas radiales y la mayoría de las emisoras son de carácter comercial dejando en minoría a las radios comunitarias y de interés público, que tienen una cobertura restringida, son muy locales, y por otro lado sostener estas licencias en términos económicos es muy difícil. en Colombia como pasa en muchos países está muy mal distribuido el espectro y el acceso a las comunidades está restringido

convocatoria y en esta última sí que fue más cierto entregando las emisoras es a dedo creyéndole a los papeles y hay municipios que conozco donde se presentaron organizaciones que de verdad trabajan para el municipio y que son del municipio y tienen un carácter comunitario y no las tuvieron en cuenta, pero a otras organizaciones que llegaron al pueblo y se aparecieron con papeles no sabemos de dónde a esos les otorgaron la licencia así que comunitarias van a ser muy pocos porque van a usar un derecho de la comunidad para hacer radio comercial u otro tipo de radio que es con fines económico, que es para favorecer a unos pocos pero en lo comunitario realmente allí sí hay que validar mucho.

Así que la radio en Colombia como pasa en muchos países está muy mal distribuida está en pocas manos y lo poquito que tenemos de participativo y de acceso a las comunidades está restringido y se está otorgando si de verdad hacer un estudio juicioso de quiénes son las organizaciones que los municipios y desde lo local pueden tener las radios comunitarias.

¿Desde el Derecho a la Comunicación, en Colombia, se han llevado a cabo iniciativas colectivas o movilizaciones?

No, que yo conozca por el Derecho a la Comunicación muy poco, eso ha sido un trabajo y una tarea de personas y entidades y colectivos desde lo local y lo regional pero a nivel nacional muy poco, y ahí también hay un inconveniente no sé cómo llamarlo porque si hay redes regionales y departamentales e medios pero nunca se hacen ver en el nivel nacional nunca proclaman solo a nivel nacional sino que parece que también hay divisiones también se ejercen otros poderes que no dejan ponerse de manera nacional, porque uno diría ahorita con las nuevas 700 emisoras comunitarias cada una con sus doscientos vatios si sumamos estos 200 con los 700 nos dan una gran cobertura que diríamos que cubre todo el país, si apuesto también estarían distribuidas por todo el país así que tendrían una cobertura no solo de la radio y

de las emisoras comunitarias, podrían tener una posibilidad nacional en cobertura pero nunca hacen un trabajo conjunto muy cada uno por su lado a veces se ponen apuestas desde lo nacional pero nadie hace seguimiento si lo pone o no o como hacemos algo de verdad a nivel nacional que pudiéramos escuchar toda esta diversidad a través de las radios comunitarias no se logran, y creo que así en los demás que tendría esas posibilidades creo que 22 redes en las regionales de emisoras comunitarias y nunca hemos conocido de algo que se haga nivel nacional e incluso se reunían una vez al año y ya ni siquiera se reúnen.

No hacen apuestas colectivas que yo conozca no ha habido de verdad, para ejercer esa ciudadanía que nos permita reclamar lo que yo le digo, porque es que el Derecho a la Comunicación a veces se piensa que son los medios de comunicación y son muchas otras derecho de opinión libre expresión derecho a la difusión y ahora con el internet ahí también debe de entrar ese derecho y ese derecho cotidiano que yo le hablo también está rezagado aquí en Colombia porque ahí es donde se puede fortalecer la comunidad y lo participativo pero de eso también muy poco en Colombia.

¿Cómo democratización en los medios, se cumple un derecho a la palabra, hay diversidad de voces?

No, es muy difícil yo hablaría de estas últimas que son las que dan un poco de acceso, también valga reconocer el papel fundamental que viene cumpliendo la radio nacional de Colombia que en los últimos años ha hecho un papel muy importante y un trabajo muy en la región muy en lo local ha dado muchas oportunidades y por ahí está pasando gran parte de nuestra Colombia desde la madrugada del 24 hasta la noche el atardecer realmente la radio nacional está cumpliendo un papel fundamental en otorgar ese derecho y tener muchas voces y sobre todo muchas voces de región en lo sonoro hay muchísimos de nuestra Colombia.

Pero ya hablando de las emisoras comunitarias si hay algunas que hay acceso, hay muchas voces se ve se siente se escucha las apuestas de las comunidades de niños, de jóvenes de adultos de campesinos de sectores urbanos de sectores rurales pero en la gran mayoría donde están las grandes coberturas allí no hay acceso allí la democratización de los medios eso no existe eso está manipulado y está dado en su gran mayoría y las grandes coberturas para unos pocos y las emisoras comunitarias que podrían ejercer y dar esas posibilidades son muy pocas las que de verdad trabajan de esa manera. Creo que si el ministerio si quisiera trabajar en eso no debería acosar a las emisoras por los pagos por lo económico ni por lo técnico sino por el contenido pero nunca, nunca el ministerio ni nadie regula los contenidos de las emisoras las emisoras pueden ser comerciales con poquitas potencias y nadie les dice nada pueden hacer lo que quieran y nadie les dice nada realmente no se cumple allí en fundamento de las radios comunitarias que ese si era para democratizar la palabra y el trabajo participativo en Colombia pero realmente no se está cumpliendo.

¿Los medios están monopolizados, de quién son los medios?

Eso es una realidad en Colombia este re monopolizado, eso está en pocas manos como yo le decía los medios aquí en Colombia cada vez los absorbe las mismas empresas.

Antes por lo menos estaban distribuidas unos tenían televisión, otros radio, otros la prensa escrita y ahora aparecieron los nuevos medios y los tendrían otros pero cada vez se concentra más en las pocas manos, una misma empresa, un mismo letrero es dueño de emisora de televisión, de prensa escrita y es dueño de las posibilidades de los medios virtuales cada vez se concentran más los medios en pocas manos y por eso tienen tanto poder cada vez adquieren más poder y es muy difícil bajarlos de allí porque está concentrado todo el poder entonces no habrá gobierno ni habrá quien pueda contra ellos, porque

de alguna manera y eso lo hemos visto son los dueños del país y son los que manejan el país porque es que no solo tienen los medios de comunicación.

Digamos que esto solo son las estrategias para posicionar el resto porque ahora son dueños de bancos de cc son dueños de todo lo que mueve la economía del país y claro los mandatarios ponen los parlamentarios y ponen absolutamente todo en lo nacional departamental y en lo local y así va a ser muy difícil cada vez los medios se van a concentrar en las mismas manos en muy pocas manos.

Mire que fácilmente sin conocer de comunicación quienes son los grandes economistas o dueños más bien de las grandes empresas que mueven la economía del país pues se apropian de los medios y allí no hay posibilidades como sucede en muchos otros países esta reconcentrada en unos pocos.

¿La regulación de medios en Colombia es equitativa?

No, pues es que digamos la ley de medios no es equitativa porque empezando por cómo se hizo, impuesto, es algo que se hizo sin consulta es algo que manifiestan que sí hubo consulta, que muchos participaron, pero no es tan así.

O sea, eso lo que se aportó de pronto desde las regiones fue muy poco y lo que quedó allí fue simplemente para seguir en lo mismo para fortalecer ese derecho concentrado en unos pocos.

Eso habría que hacerlo de nivel local hasta lo regional pero mirando cuál es la realidad que vive Colombia en lo comunicativo y bueno si se quiere en lo informativo, cuáles son esas demandas en lo local regional y nacional para incluir una ley de medios que sea participativa y que sea consecuente con la realidad del país porque así impuesta y para favorecer a los mismos uno de podría decir que hecha por ellos mismos o a la medida de ellos mismos para poder permitir que el poder se siga concentrando para quitarle dinero a los medios regionales y quitarle posibilidades a los medios que de alguna manera están haciendo cosas a nivel

<p>nacional pues simplemente hay que decir que hay que cortar las apuestas las propuestas y muchas cosas se dejan de hacer y de difundir porque simplemente el dinero se va para otras partes y no más en televisión.</p> <p>Si no hay esas posibilidades pues sin dinero es imposible que sin equipos se pueda salir a hacer trabajo en las regiones y hacer buenos productos y que esa ley de medios realmente desde su nacimiento y desde la manera como se concibe muy difícil que pueda en Colombia favorecer el Derecho a la Comunicación y seguirá habiendo una brecha entre lo nacional las regiones las localidades los departamentos y esas zonas geográficas de difícil acceso y muy abandonas que históricamente han estado en el país no van a tener ahí ese derecho.</p>	
<p>Entrevista a Fidel Juez del medio alternativo de Canal Salud perteneciente a la central de comunicación comunitaria CCC. El canalsalud.tv es un canal especializado en el tema de la salud de carácter alternativo, que tiene como objeto apoyar los procesos en salud, tanto de personas como instituciones privadas y públicas que trabajan por el bienestar de la salud de los colombianos.</p> <p>¿Cree que el Derecho a la Comunicación en Colombia, si se cumple?</p> <p>Fidel Juez: Bueno es un derecho fundamental constitucional, y es un derecho que no se cumple por varias razones, en primera instancia, porque Colombia tiene un monopolio en los medios masivos de comunicación, que prohíbe de un oligopolio, es decir, de diferentes sectores de la economía que acapararon la comunicación en Colombia y que fundamentalmente, acapararon el espectro electromagnético, así que, en primera instancia por ello, pero en segunda instancia porque los recursos de divulgación que tienen las instituciones del estado, tanto en nivel nacional como en Bogotá , son entregados a los mismos</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Derecho a la Comunicación Para fidel Juez integrante de la central de comunicación comunitaria, el Derecho a la Comunicación no se cumple en Colombia porque existe un monopolio de medios que concentran las licencias del espectro electromagnético.</p> <p>SUB-CATEGORIAS</p> <p>Monopolio evidentemente los ciudadanos entrevistados evidencian que existe el monopolio de los medios y eso se evidencia en la narrativa construida desde la información en radio y televisión, convirtiéndose en un obstáculo para el desarrollo de una sociedad democrática</p> <p>Espectro electromagnético La regulación debe adoptar normas que le permita el acceso a los sectores comunitarios que por lo general tienen pocas licencias y que son otorgadas a sectores y empresas privadas. los integrantes de la CCC manifiestan que esta situación genera una concentración en la cobertura informativa y en la pauta publicitaria. En este sentido tomando la idea de medios de proximidad planteada por Manuel Chaparro, los medio que</p>

medios de comunicación del monopolio, en total están en 14 familias, incluido los medios nacionales como los medios regionales.

¿En Colombia espectro electromagnético es de fácil acceso?

Fidel Juez: Claro que no, porque a través de una serie de normatividades que se fueron estableciendo, para la asignación de frecuencia, tanto como para radio como para televisión y sus correspondientes licencias, en esas identidades privilegiaron sectores del medio del sector económico de la sociedad, discriminando en un alto porcentaje a los sectores comunitarios, alternativos, ciudadanos, es importante destacar que a pesar de que se entregaron algunas frecuencias para emisoras comunitarias y para canales comunitarios, prácticamente el monopolio de la comunicación en cuanto al derecho de informar y recrear quedó en manos del sector privado, y el derecho a la educación y a la cultura quedó en manos del sector estatal, y la comunicación alternativa y popular prácticamente quedaron sin frecuencias. Por lo tanto, la repartición de las frecuencias tanto en Bogotá para canales y radiados de carácter local quedó en manos del estado a través de canal capital, y en el sector privado, el único canal local y radiado de carácter comercial como lo es City TV, de lo contrario todo quedó a nivel nacional, en mano inclusive de organizaciones religiosas, los llamados canales sin ánimo de lucro de televisión, que asignó la anterior llamada Comisión Nacional de Televisión y que continuó regulando la al TV, ínsita también, y que en este momento quedó como la comisión reguladora del espectro.

¿En torno al espectro radioeléctrico el tipo de medios comerciales está por encima de los comunitarios?

Fidel Juez: Depende desde el espectro donde se vea la pregunta, si es en cuanto a los civiles de comercializaciones de la pauta y la cobertura de sus señales y radiales sí, pero en cuanto a la pertinencia

definen la agenda mediática desde las ciudades capitales dejan por fuera las realidades y contenidos que se pueden originar en las localidades y comunidades apartadas de las zonas urbanas. Es importante resaltar que en estos hallazgos se comprende la problemática de entender los medios como una empresa que genera indicadores de rentabilidad relacionados con las ganancias económicas y empresariales dejando de lado la riqueza cultural y la diversidad de las regiones del país.

de la comunicación pues no, porque es precisamente la radio comunitaria que logra llegar a sectores donde los medios masivos no llega, bien por su pertinencia en los contenidos, bien por la participación de la misma comunidad en la producción de esta radio y también por lo que tiene que ver al el uso a tecnologías alternativas que permiten que esta radio tenga un impacto directo en la comunidad con contenidos propios y pertinentes para esas comunidades puntuales.

¿Está de acuerdo con la regulación y con el uso del espectro electromagnético?

Fidel Juez: Es importante entender que ese espectro electromagnético debe ser regulado, teniendo en cuenta los intereses de la nación, los intereses de la identidad cultural, de las comunidades, de las necesidades insatisfechas de la sociedad, de otro tipo de elementos y no exclusivamente de la capacidad técnica y económica, que es como se han asignado, por lo tanto hay que hacer una legislación a escala del país, a escala de las comunidades, a escalas de las auténticas necesidades del país, por ejemplo en este caso con todo este tema de la emergencia de la pandemia, unos medios de comunicación que estén atendiendo las distintas características culturales de los diferentes sectores y las comunidades del país, y no solo desde una visión centralista desde Bogotá, una información, una forma hegemónica y no una información que pueda atender las necesidades puntuales de las distintas regiones del país.

¿En Colombia hay concentración de medios?

Fidel Juez: Por supuesto, si hay un monopolio en la tendencia de los medios, se convierte en un cerco mediático que solamente atiende los intereses del capital y no los intereses de la sociedad colombiana como tal.

Por lo tanto, la información es una información sesgada, una información que es privilegia los monopolios de la economía, que le cierra las puertas a

<p>informaciones que atenten a esos intereses y que dejan sin voz a unas múltiples comunidades, sectores de la sociedad, que no tienen herramientas comunicacionales para poder expresar la diversidad de enfoques de pensamientos, de lecturas de la realidad, que nos permita avanzar del subdesarrollo a una sociedad más justa, más igualitaria, más humanista.</p>	
<p>Darío Salazar es director de Siglo XXI - Medios de Comunicación Comunitarios y Alternativo en Bogotá a través de una página en internet.</p> <p>¿Qué análisis hace usted sobre la ley de medios en Colombia?</p> <p>Nosotros desde la comunicación que queremos tanto en el portal como en la web y en la central de comunicación comunitaria alternativa, nosotros estamos abogando porque esa ley se convierta en una ley de tercios, quiere decir eso que por lo menos en las entidades públicas tengan a los medios alternativos también en la distribución de la publicidad.</p> <p>¿Por qué en Colombia los medios son tan dependientes de los empresarios y del sector privado?</p> <p>Eso se debe a la correlación de fuerzas políticas las que determinan que las leyes se promulgan en el congreso y en el congreso las mayorías están coactadas no solamente por la gran empresa sino también por la empresa privada. En el caso de Colombia lo que hemos visto es una monopolización de la comunicación al contrario de otros países tanto en América Latina como en Europa donde la comunicación es más democrática es más amplia. En Colombia aún está muy centralizada y los poderes económicos podríamos decir que con el poder bancario han tenido la agenda para la publicidad y su manejo, lo que quiere decir que hay un fortalecimiento en la concentración de</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Ciudadanía la participación de los ciudadanos no se debe limitar a la elección de candidatos sino a la verificación de su trabajo como servidores públicos que deben mejorar el presupuesto para una democratización comunicacional para que se construyan nuevos medios y que se potencien a nivel nacional.</p> <p>SUB-CATEGORIAS</p> <p>Libertad de expresión para los medios comunitarios existen temas que son censurados desde el punto de vista periodístico, sin embargo, son conscientes de hacer respetar el derecho a la libre expresión representado el artículo 20 de la constitución política de Colombia. Pero no como una libertad para los dueños de los medios de información o para los periodistas que pueden masificar sus voces a través de la radio la prensa y la televisión.</p> <p>Democratización del estado debe garantizar que los ciudadanos tengan acceso a las frecuencias AM Y FM y al mismo tiempo proyectar estos derechos hacia la conectividad y el capitalismo de plataformas propias y locales como entidades públicas como la empresa de teléfonos de Bogotá ETB y otras organizaciones que se motiven a desarrollar tecnología en Colombia para dejar la dependencia de las empresas extranjeras.</p> <p>Ley de medios Para Darío Salazar es director de Siglo XXI Medio de Comunicación Comunitario y</p>

<p>poder y que sean menos los que puedan participar económica y democráticamente en los medios de comunicación para asfixiar un medio alternativo; pero ya tenemos una fuerza muy grande de ciertos medios que son los que buscan reproducir una información.</p> <p>¿Qué soluciones se le podría dar a esta problemática?</p> <p>Yo creo trabajando en mejores contenidos cada día, como también apoyando a las radios alternativas y ciudadanas y con el consumo. Esto puede ayudar a que los medios alternativos también tengan posicionamiento y por lo menos ocupen espacios como eso. Detrás de estos grandes medios, como hay un capital tan grande y una capacidad de trabajo con personal 24 horas ese gran capital concentrado alejan a otras voces; una alternativa, es que haya más medios con mayor flujo de contenidos y de información y un gran equipo que ayude a alimentar eso.</p> <p>¿Qué método puede promover la ciudadanía para promover la ley de tercios?</p> <p>Yo creo que hoy se está dando como cada 4 años, cuando se eligen alcaldes locales y regionales, se está realizando un plan de desarrollo con la participación de los ciudadanos, aunque en algunos casos sea una apariencia democrática, esos ciudadanos deben pedir que se mejore el presupuesto para una democratización comunicacional para que se construyan nuevos medios y se fortalezcan los que hay desde el punto de vista de la ciudadanía.</p> <p>¿Usted cree que el artículo de la constitución política de Colombia, que busca la libertad al momento de acceder a la libre información se cumple a cabalidad?</p> <p>Como todos los derechos están planteados, pero poco implementados, sin embargo, los derechos también son para quienes los entienden, los comprenden y los luchan, porque si uno no los comprende</p>	<p>Alternativo en Bogotá a través de internet y pertenecientes a la Central de Comunicación Comunitaria CCC y desde este espacio hacen referencia a la importancia de la construcción de una ley de tercios que es inspirada desde los años 80 en el informe MC BRIDE con una distribución equilibrada y por partes iguales en medios públicos, privados y comunitarios, la referencia más cercana en América Latina es la propuesta realizada en Argentina en donde un porcentaje de las licencias sea entregado a los medios comunitarios. Desde esta apreciación si puede interpretarse que los medios comunitarios han construido argumentos para dar una defensa por la comunicación como derecho humano y que al mismo tiempo reconocen que es un problema político que el congreso de la República no resuelve porque hace parte de la misma clase tradicional que no ha permitido que la democratización de los medios sea una realidad en el país.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

simplemente será un receptor pasivo entonces si hay una libertad obviamente ateniéndose a las normas y las leyes. Aquí, tenemos temas censurados desde el punto de vista periodístico, sin embargo, soy de los que hay que hacer respetar el derecho a la libre expresión y como lo dice el artículo 20 tener medios de comunicación que difundan el pensamiento que uno quiere.

¿Cómo hacer para que las radios comunitarias y de interés público tengan el estatus que deben tener dentro de nuestra sociedad?

En eso tiene haber una educación comunicativa, política y crítica y por supuesto esa educación no la adquiere porque simplemente porque uno viene inmerso viendo los mismos canales y escuchando las mismas emisoras que indudablemente lo atrapan en la cotidianidad del día a día, pues queda coactado allí y piensa que no hay nada más entonces también hay que proponerle a la gente que busque esas opciones comunicacionales, indudablemente hay medios institucionales que tienen mucho valor en su contenido, emisoras universitarias y algunas emisoras alternativas, sin embargo la mayoría se han dedicado es a replicar una subcultura, que lo que nos ha llevado al incremento del consumo del alcohol, de la violencia. Entonces creo que hay invitar a estos operadores a que trabajen en un contenido que contribuya en su educación.

¿Qué ha hecho este gobierno y el Ministerio de las TIC para promover la democratización de medios?

En cierta medida, no es algo que el gobierno haya promovido, el gobierno debe garantizarles a los ciudadanos que las frecuencias y la disputabilidad de la comunicación se mantenga como un derecho igualitario, estamos hablando de las frecuencias, de la oportunidad para la conectividad, de plataformas económicas para que la gente pueda revertir allí los temas que deseen. En internet uno puede encontrar, no solo buscar equilibrio, sino

<p>que también lo que más nos sirva como sociedad. Lo que tenemos que hacer es ordenarle al gobierno, ya que el gobierno es para los ciudadanos un ejecutor y por lo tanto trabaja para los ciudadanos. La ciudadanía debe ordenarle al gobierno que todos estos ministerios abrir una conectividad más democrática y para que también brinde espacios a lo que llamamos una evolución global.</p>	
<p>Nelson Julián Villamizar, periodista del periódico proclama un el órgano de información y prensa de la población de personas con discapacidad, sus familias cuidadores, cuidadores y profesionales afines, incluidos dentro de toda la problemática social que aqueja a todos los sectores de esta comunidad.</p> <p>¿Cómo describiría el Derecho a la Comunicación con el cual nos regimos actualmente?</p> <p>Una parte en Estados Unidos donde la libertad de información y opinión es algo fundamental dentro de la constitución de los Estados Unidos es tal vez una de las libertades más defendidas.</p> <p>En el caso de Argentina hay un fenómeno que se dio sobre todo en el gobierno, llamado el gobierno Kirchner y el de Cristina relacionado con la ley de tercios y es que se dio la posibilidad por primera vez bueno eso fue un concierto de países latinoamericanos, pero en donde más se llegó a ejecutar fue en la argentina, donde se hablaba de que un primer tercio era de los recursos públicos que serían destinados para garantizar la existencia de los medios de comunicación tradicionales en atención puesta su trabajo y a su trayectoria en la historia del pueblo argentino, pues ahí estaríamos hablando del Clarín entre otros medios tradicionales.</p> <p>El segundo tercio, para fortalecer los procesos de comunicación de la institucionalidad o sea el diario oficial, la emisora oficial, el canal de televisión oficial del gobierno argentino y una tercera parte para los medios de comunicación</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Derecho a la Comunicación tradicionalmente los sectores sociales han estado al margen de la construcción de opinión pública, en la constitución política se habla de libertad de expresión en el artículo 20. Sin embargo, en la práctica el derecho a la circulación de la palabra ha estado concentrada en los grupos de poder.</p> <p>Acción colectiva</p> <p>Es necesario propiciar desde la academia la formación de profesionales críticos y participativos que conozcan la problemática de la sociedad, que entiendan la comunicación como un patrimonio público de todas y todos los colombianos. Que en el futuro se conviertan en las ciudadanías de la comunicación y que sean una base de respaldo en las diversas acciones colectivas de protesta o movilización social, generadora de conciencia crítica, que busque la democratización de la comunicación como derecho.</p> <p>SUB-CATEGORIAS</p> <p>Espectro electromagnético</p> <p>Para Nelson Julián Villamizar, periodista del periódico proclama un medio de información para personas con discapacidad el espectro radioeléctrico o electromagnético como bien público del estado colombiano le pertenece a la ciudadanía, sin embargo, ha sido entregado a las casas comerciales, a los empresarios, iglesias católicas, evangélicas y cristianas.</p>

<p>comunitarios y alternativos.</p> <p>En el caso de Colombia, pues tanto la libertad de expresión muchas se ve coartada, se ve perseguidos a los periodistas, se utilizan estrategias como cierre de pautas que es una forma de ahogar a los medios de comunicación, y de otra parte pues el acceso a las oportunidades económicas que es otra forma ejercer violencia donde todo el recurso se destina específicamente a los medios tradicionales entonces, los medios masivos Caracol, RCN, El Tiempo, El Espectador, por dar varios ejemplos mientras los medios comunitarios que somos los voceros de las comunidades que como la voz del pueblo ahí si de verdad, porque nacimos en el seno de los sectores poblacionales o comunitarios o sectores sociales y nos debemos a nuestras comunidades, somos sus intérpretes realmente, no tenemos recursos y por lo tanto con mucha dificultad podemos subsistir.</p> <p>¿es necesario un cambio en la reglamentación actual del espectro radioeléctrico en Colombia?</p> <p>Sí, bien sea radioeléctrico o el espectrómetro magnético hay que hacer énfasis en que ambos o en el concepto amplio, son del estado colombiano y por tanto nos pertenecen, y pues encontramos como ha sido entregado eternamente a las casas comerciales, a los empresarios de la comunicación.</p> <p>Primero, a los que corresponden a los intereses de los grupos económicos, llámese Caracol o RCN que también corresponde a las familias, las familias que eran los dueños de los medios de producción y ahora pues más recientemente viene abriéndose mucho espacio en entregarle ese espectro electromagnético las iglesias, sean iglesias católicas, evangélicas o cristianas son los que tienen la mayoría de las frecuencias, y pues pocos sabemos o los colombianos poco manejamos la información, eso es de la</p>	<p>Ley de medios el caso del gobierno de Cristina Fernández es un referente para los medios comunitarios en Colombia porque la ley de tercios fue una realidad por primera vez en Latinoamérica y desde el apoyo de las ciudadanías de la comunicación y la voluntad política de un gobierno se realizaron sueños de los años 80. En el caso colombiano, los medios comunitarios exigen un equilibrio en el acceso, financiación a nivel económico y posibilidad de participación en las licitaciones que convoca el gobierno nacional.</p> <p>Por lo general las licitaciones tienen un valor elevado y como los medios comunitarios tienen algunas restricciones a nivel de venta de publicidad y manejan pocos recursos, no es posible una participación directa en igualdad de condiciones a los medios comerciales que no tienen restricciones y son financiados por grupos empresariales. En términos de Manuel Chaparro se evidencian pocos indicadores sociales, una infraestructura regular, con poca inversión en equipos técnicos y tecnológicos, poco talento humano, debido a los bajos recursos para mantener una nómina de personal.</p> <p>Para Nelson Julián Villamizar como integrante de medios comunitarios en Bogotá, hay algunos avances en torno al acuerdo 292 de 2007 que establece una ruta para la formulación de políticas públicas en comunicación desarrollada mediante los decretos 149 y 150 de 2008. Sin embargo, estas no tienen los mayores alcances en términos económicos desde el gobierno distrital. No se establece encuentros ciudadanos para que las localidades se organicen y puedan generar propuestas para captar recursos desde los fondos de desarrollo local. Este fenómeno nos solo se presenta en la capital de Colombia, también se evidencia en los territorios de nuestro país. Y como lo hemos visto en anteriores propuestas de medios comunitarios es necesaria una ley nacional de comunicaciones, que democratice el espectro radioeléctrico y el espectro electromagnético.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

República de Colombia que es de todas y todos los colombianos y que no es un negocio tan particular como se ha querido dar, sino que corresponde al patrimonio social de las y los colombianos.

falta democratizar los medios, leyes que regulen la forma cómo se están entregando las licencias?

Sí claro porque, pues al hablar de la democratización estamos hablando como un equilibrio en las oportunidades para que todos los sectores tenga de acceso, pero aquí lo que siempre se ha manejado es el imperio económico que tiene la más capacidad, más poder económico que la posibilidad de presentarse a las licitaciones y además de lo oficial, de lo que se maneja en términos legales, pues está las prebendas, canonjías que se manejan muy por debajo la mesa.

Desde las elementales invitaciones a almorzar en sitios muy lujoso, ostentoso, dar regalos valiosos, hasta incluso las mismas coimas, el sobre, el dinero para que se favorezca en una licitación a determinados oferentes y también otros métodos ... Hasta para comprar los pliegos de esas licitaciones que son altísimamente costosas, pues no todo el mundo tiene esa capacidad, tiene la infraestructura tecnológica y el talento humano o todo el recurso humano que se necesitaría para competir en igualdad de condiciones, entonces siempre van a ser los que tradicionalmente han estado accediendo esas oportunidades, los que tienen la posibilidad de manipular los medios y esos medios pues siempre corresponderá a los intereses de los que pagan las pautas, los empresarios y a su vez de los políticos que son mediante la legislación los que permiten que ese estado de inequidad, que permiten la negociación de los empresarios y que convierte la comunicación y el sagrado hecho de información como otra mercancía, y a la que le ponen precio.

Que pasa con el derecho a la palabra y la

Libertad de expresión en Colombia la libertad de expresión se ve coartada, porque se persigue a los periodistas, se utilizan diversas estrategias de presión a nivel económico como el temas de las pautas publicitarias del presupuesto público que todo el recurso se destina específicamente a los medios tradicionales como: Caracol, RCN, El Tiempo, El Espectador o el fenómeno de los grandes anunciantes que presionan a los medios de información y les retiran el financiamiento, como el caso de noticias UNO donde el grupo económico AVAL de Sarmiento Angulo luego de los escándalos de odebrecht y los casos de corrupción que denunció el medio les retiraron la pauta de los indicadores económicos. Por otra parte, la presión jurídica donde los periodistas son demandados por injuria y calumnia y en medio de esos procesos pierden tiempo y dinero contratando abogados porque en ocasiones la parte jurídica del medio no los respalda y debido a eso no hacen investigaciones a profundidad para evitar ese tipo de problemas. Hay otra estrategia más preocupante que se refleja en países como México donde la violencia hacia los periodistas es constante. En Colombia las amenazas, los asesinatos y un caso grave como la violación sexual a periodista Jineth Bedoya por parte de militares y paramilitares, caso que sigue en la impunidad.

diversidad de voces

Sí, la Comunidad, los sectores poblacionales, los grupos comunitarios, los sectores sociales que tradicionalmente han estado al margen de las oportunidades de las posibilidades, no encuentran como una posibilidad muy definida poner en la palestra pública sus opiniones y cuando tienen la ocasión de hacerlo entonces de una vez los señalan como el de la oposición o que apoyan a los sectores terroristas o de la subversión y los señalizan, el hecho es que a pesar de que se habla de una libertad de opinión y así lo establece el artículo 20 de nuestra constitución en la práctica y en la realidad hay un sesgo ideológico desde los medios de comunicación siempre había interés de los grupos de poder para precisamente establecer su posición dominante en contra de los sectores populares.

que impide es que haya una pluralidad de medios, desde su punto de vista como para dar una solución a este tema

Hay que darle continuidad al marco legal para que se profundice para que sigan sus desarrollos e incluso fortaleciendo la legislación de los territorios, acá en Bogotá el acuerdo 292 de 2007 establece la ruta para la formulación de la política pública y central de comunicación y se desarrolla mediante los decretos 149 y 150 de 2008, pero o no tiene de mayores alcances frente a el flujo económico provenientes del gobierno distrital, y no establece los encuentros ciudadanos en las localidades, el cómo pueda capitalizar o captar recursos desde los fondos de desarrollo local todo esto sucede igualmente en los diferentes territorios de nuestro país de manera que hay que buscar de qué de qué forma se legisla para una ley nacional de comunicaciones, similar a lo que en algún momento fue la ley de prensa dándole a ampliación frente al el dominio del espectro radioeléctrico o el espectro electromagnético.

Es necesario propiciar desde la academia,

<p>orientación para las unidades técnicas legislativas en el congreso y también apoyar a los concejales aquí en el distrito capital para que se siga estableciendo la norma.</p> <p>¿cree que las movilizaciones es un factor que determina el avance en cuanto a la democratización de los medios en Colombia?</p> <p>Sí definitivamente la constitución política habla del respaldo dentro de las protestas pacíficas, el derecho a la movilización social y definitivamente esto es necesario también a través de la creación de conciencia.</p> <p>Los nuevos profesionales de la comunicación a efecto de que conozcan un poco más la problemática de la sociedad, que conozcan un poco más acerca de los principios de la economía y de la equidad y cómo la comunicación debe ser un patrimonio de todas y todos, efectivamente desde los medios de comunicación comunitarios alternativa damos la pelea estamos haciendo lanzando la lucha para que se socialicen, se comparta se establezca una relación de equidad y de justicia frente a las oportunidades pero es necesario que en las universidades también haga el debate.</p> <p>Hay algunas universidades pues que se reconocen como mal gobiernistas o más sesgadas a favor del estatus QUO eso es un poco más progresista más liberales más independientes que propician también el debate público y la interlocución. La generación de una conciencia colectiva, ante esa masa crítica tenemos que darla entre todas y todos para buscar la democratización auténtica de nuestra sociedad.</p>	
<p>Emilio Gaviria medio alternativo central de comunicación Comunitaria CCC</p> <p>el espectro radioeléctrico es un recurso natural limitado compuesto por ondas que se propagan por el espacio y la constitución colombiana indica que es un</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Acción colectiva Para Emilio Gaviria es necesario que los medios comunitarios se pongan de acuerdo en construir acciones colectivas, más allá del protagonismo individual buscar el</p>

bien público e imprescindible que debe hacer parte del territorio nacional. ¿usted como integrante de un medio comunitario qué opina?

El problema es que se habla mucho de que el espectro es público de libre acceso, pero resulta que el mismo gobierno y consorcios económicos se encargan de que eso no sea público, sino que se ha privatizado, como la privatización del agua la anergia ósea una serie de cosas. El espectro como tal es lo mismo que el aire, ya están controlándolo y pronto nos van a vender el aire, entonces es algo que no tiene sentido.

¿La acción colectiva de medios comunitarios puede cambiar la actual situación?

En esto lo fundamental es que las comunidades se asocien entre sí, porque hay cosas que hay muy costosas, ya existe por ejemplo lo que es radios comunitarias y en algunos pueblos tienen conexión internet donde utilizan sus propios recursos, un ejemplo claro que sucedió en Ciudad Bolívar por los intereses económicos, si la sociedad trabaja como sociedad podría tener un manejo total en el espectro

si ha escuchado el termino democratización de los medios que opina de que una persona sea banquera o empresario y se dedique también a tener medios de comunicación

se habla mucho, que es de la libre competencia , es cierto, pero al mismo tiempo hay un acaparamiento, entonces el que tiene dinero tiene la posibilidad de acaparar todos los recursos entonces ellos están recibiendo recursos no solo por parte del Estado sino también por el pago de servicio entonces eso ya se volvió mercantilista por ejemplo en lo que yo trabajo medios grandes realmente son pocos medios comunitarios y alternativos son muchos si esa fuerza se unificara en un solo trabajo habría más trabajo que en los medios comerciales , el problemas es que arriba siempre están dialogando y haciendo acuerdos mientras que los de abajo nunca se ponen de acuerdo en el trabajo que tengo que hacer y siempre sale

beneficio de todos. En este sentido la propuesta de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe invita a generar una articulación en medio de la diferencia y ser propuesta hegemónica.

SUB-CATEGORIAS

Monopolio

La estrategia de los grandes banqueros empresarios dueños de medios de comunicación es que por lo general nunca aparecen en sus propios medios y tampoco son referencia o imagen en las campañas políticas. Sin embargo, son los que mayor dinero aportan a los candidatos a los cargos públicos. Apellidos como Sarmiento, Santo Domingo, Ardila o Gilinski nunca son portada en temas de política, pero son los que más intervienen tienen el control de los diversos aspectos de la vida nacional y prácticamente son los que organizan la política en el país.

Democratización

Un elemento a tener en cuenta en la democratización de los medios de información es tener en cuenta que no todos pueden competir en las mismas condiciones porque la calidad necesita inversión en capital humano, tecnológico, de infraestructura y en condiciones diferenciales de presupuesto es imposible financiar la creación y distribución de contenido o la cancelación de licencias o impuestos. Situación que lleva a los medios comunitarios a ser sancionados y en muchos casos desaparecer porque no pueden cancelar esas deudas.

Espectro electromagnético

En Colombia se afirma que el espectro es un bien público de libre acceso. Sin embargo, los gobiernos de turno y los consorcios se han encargado de privatizarlo, como lo han hecho con otros servicios públicos como el agua la anergia, el alcantarillado.

alguno que quiere estar por encima de los demás quiere mandar, entonces es muy complicado que toda la gente de los medios se una que eso podría ser algo contraproducente a los grandes medios, la única forma de romper es rotando esa información desde abajo ahí es donde está el punto de corte.

¿Los monopolios mediaticos como evidencian sus relaciones con los sectores politicos dominantes?

el secreto del poder está en manipular manejar todo a su beneficio, por eso es que los grandes bancos y las grandes empresas casi nunca los ve en la política, es muy raro el que lo hace porque ellos saben que todo el manejo lo tienen es controlando la parte política la organización del país o de cualquier sector.

¿como democratizar los medios de infromacion para generar condiciones de acceso?

el papel casi no tiene impuesto pero si uno se pone a comparar es el más costoso en toda América Latina entonces uno hace una publicación ejemplo un libro no paga impuestos pero cuanto sale costando un libro acá en Colombia un periódico por decir algo por tres unidades es casi \$2.000.000 si uno se pone a ver realmente por cada cuanto sale casa uno de esos periódicos el líos es que el tipo de papel que se usa para los medios impresos el mejor es el canadiense el de extrema blancura y solo lo tienen las grandes empresas, los únicos que traen ese tipo de papel en Colombia son: El Tiempo el Diario La República entonces ese papel no llega a Colombia uno se pone a averiguar muchos están ganando casi el 300% cuando lo venden acá o sea es una vaina desmesurada acá se produce un papel pero es de mala calidad entonces es complicado decir que uno va competir con buena calidad cuando resulta que no se puede y otra cosa es que nos dicen que no pagan impuestos pero nos los estaba cobrando con otras cosas o sea es un engaño acá y en Argentina se maneja un papel italiano y el papel sale mucho más económico a pesar

del per capital en Argentina.	
<p>Robinson Pérez quien ha tenido una larga experiencia en radio comunitaria en Bogotá en la localidad de suba en la corporación llamada Suba Al Aire, que es una de las emisoras concesionarias que nació dentro de una colectividad y que logró adelantar un ejercicio ciudadano con este espacio en el espectro.</p> <p>¿Cuál es la importancia de la radio comunitaria?</p> <p>pues este proceso de comunicación alternativa, comunitaria y popular desde la radio nos permitía también a nosotros hacer nuestros propios procesos desde una perspectiva colectiva y desde una perspectiva también un poco distante, diferente a lo que se estaba digamos, entretejiendo en su momento en cuanto a contenidos masivos, pues queríamos ser un poco también si se le quiere llamar disidentes radiofónicos en esos términos de los elementos comerciales, de toda esa mediatización comercial, pues que nos vendían para la época y que aún hoy en día, pues por supuesto tienen una fuerza impresionante, más aún con las redes sociales.</p> <p>Este tipo de colectivos como el que hacíamos parte de nosotros. Yo trabajaba con unos compañeros en el aire aproximadamente éramos unos doce o catorce compañeros, de los cuales la mitad, pues nos dedicamos al tema de la radio y la otra mitad pues se dedica al tema audiovisual y gestión de proyectos dentro de la corporación. Entonces, en el ejercicio de la radio, nosotros adelantamos hacia el año 2006 hasta el año 2010, lo que fue la gestión de este proceso de comunicación. Como no tenían acceso y no tenían espectro y por ende pues trabajábamos de manera clandestina. Una vez que ya se da la posibilidad a nivel nacional de que las emisoras comunitarias puedan y los</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Producción de sentido Para Manuel Chaparro es importante que los medios sean descentralizados de las ciudades capitales porque de esa manera se les da una autonomía a las regiones en la generación de sus propias parrillas de programación, desde una mirada de medios de proximidad que aborden las realidades auténticas en las regiones más apartadas de Colombia, que los medios comunitarios puedan difundir sus problemáticas a través de la realización de productos comunicativos en diferentes franjas horarias. La reproducción del sentido de las comunidades busca el debate y la solución de sus realidades in situ mediante procesos de comunicación comunitaria.</p> <p>Durante varios años la radio comunitaria adelanta un proceso contra hegemónico. Debido a las restricciones en el acceso a las frecuencias se ha desarrollado una propuesta alternativa como derivación a resolver las necesidades de expresión y circulación de sentido social producido por las propias comunidades. En el fortalecimiento de ese sentido social han encontrado herramientas tecnológicas que han permitido la difusión de la palabra. En tal sentido ven la programación establecida como algo implantado por las cadenas comerciales, algo hegemónico y en contraste han denominado a la parrilla de los medios comunitarios como un contenido hecho para la desprogramación, como iniciativa contrahegemónica. En este propósito han utilizado las ventajas ofrecidas por internet y los productos radiofónicos por demanda, los podcasts. En la producción de sentido musical han buscado la forma de posicionar los artistas locales y las lógicas de una estética sin copias.</p> <p>Muchos procesos comunicativos tienden a imitar los ejercicios de los medios</p>

<p>colectivos participar de las diferentes convocatorias que adelantaba el Ministerio, particularmente para que le dieran el espectro electromagnético, pues entonces en el año 2007 - 2008 se entregan unas licencias de funcionamiento o una licencia para funcionar en el espectro, pero desafortunadamente solamente se las otorgan a ciudades capitales no principales.</p> <p>Es lo que obviamente para los colectivos que estábamos en estas ciudades principales, pues fue prácticamente un latigazo y lo entendimos posteriormente porque pues, una de las razones de los medios masivos era que no se otorgará ese tipo de licencias para los medios comunitarios, digamos, de las de las ciudades principales, pues naturalmente, por el tema de la pauta comercial, por el tema de la contrapartida que queda una vez que las emisoras aparecen en el espectro.</p> <p>Finalmente se logró a través de una pujanza colectiva del Ministerio de Cultura, pues quienes apoyaron esos procesos de comunicación comunitaria y obviamente los colectivos mismos de las emisoras juntamente con abogados y gente obviamente del ejercicio.</p> <p>Sus organizaciones y colectivos que pujaron en esto para que obviamente el Ministerio otorgara licencias a las ciudades capitales, la propulsión de las emisoras ayudó muchísimo y la política pública pues por supuesto ayudó a fortalecer todos esos temas en el plano distrital. Entonces, en ese orden cuando nace la emisora común no solamente en el jefe de programación, sino que me encargué también de estructurar toda una parrilla de programación en su momento. Y esa parrilla de programación es lo que existe hoy en día de esa emisora. Toda esa programación y esa estructura de parrilla y programación más la producción obviamente pues en su momento yo me encargué de hacer toda esa estructura y pues de manejarlo de acuerdo a lo que nosotros veníamos investigando aquí en la ciudad, en el sentir del en el sentido y en el sentir de los consumidores, en el sentido de los productos comunicativos que se emitían</p>	<p>comerciales, en aras de ganar audiencias con unos contenidos o programas de radios copiados de las radios privadas, en ese sentido los medios comunitarios han desarrollado una desprogramación para el abordaje de problemáticas puntuales acordes al territorio. En ese sentido el concepto de comunitario, alternativo, popular, toma el sentido que en algún momento mencionó Alfonso Gumucio “todo depende de acuerdo con el contexto en el que se desenvuelven esas lógicas” digamos radiofónicas, las audiencias; eso tiene que ver también con su programación y su contenido.</p> <p>Ciudadanía Los ciudadanos se deben organizar a través de juntas de programación con el propósito de garantizar un proceso de veeduría y control sonoro en las emisoras comunitarias para la reclamación de derechos de la comunicación y para el cumplimiento.</p> <p>SUB-CATEGORIAS</p> <p>Bien público los medios comunitarios tienen unas políticas públicas en el plano local, en la actualidad se está trabajando en una propuesta para prensa, radio, televisión y TICS; desde un alcance nacional. Robinson Pérez indica que la propuesta es parecida a la denominada ley de Tercios, para que existan igualdad de condiciones en el acceso y tengan una tercera parte en el presupuesto que se obtiene por parte de la publicidad financiada por el estado y los sectores privados. emite publicidad a nivel nacional.</p> <p>La mayoría de las administraciones locales o nacionales utilizan los recursos públicos para otorgarle dinero a las empresas privadas y una de las propuestas es que los dineros recaudados en la misma ciudadanía a través de impuestos regresen a las comunidades mediante estrategias de fortalecimiento de las entidades públicas. En ese sentido los medios comunitarios exigen más acceso a los recursos de la</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

a través de las diferentes franjas horarias y en el sentido de las comunidades, porque realmente teníamos que buscar una serie de audiencias que no estaban captadas con estos nuevos procesos de comunicación comunitaria que además eran la novedad por más años que llevaran fregando en el espectro o en el camino de las comunicación.

Entonces yo vengo de este ejercicio duré como aproximadamente dos años y la pusimos digamos como en un lugar de audiencia, la pusimos en un lugar digamos del espectro y además le dimos vida por así decirlo en esos primeros años para que la emisora fortaleciera y cogiera vuela y que fuera reconocida. Entonces esa experiencia que empecé yo a recopilar pues viene de todo este ejercicio y de años después yo me retiro de la emisora comunitaria, pues a raíz de diferencias políticas, diferencias personales y muchas otras cosas que se cruzaron en el camino. Y continuó mi proceso de manera independiente y monto un proyecto que se llama Radio Alterativa con la posibilidad para relatar o contar o resaltar desde la radio, obviamente una visión tomando como base la cultura, el patrimonio y el arte y haciendo periodismo clásico, dinámico, que siempre utilizamos a través de las crónicas, perfiles y reportajes, o que siempre escuchamos o leemos. Pero Dinámico lo denominó como tal por el tema de lo digital y además por la forma en que uno puede también narrar sin necesidad de estar estructurado a una narrativa ya es preestablecidas y uno que uno no puede crear sus propias narrativas y mezclarlas o combinarlas. Por eso es un poco dinámico, lo denominó como tal, alteridad en la radio viene a ser eso con el ejercicio de la transculturización, Radio Alterativa durante esos diez años viene a ser la derivación de un proceso de radio comunitaria en el plano digital alternativo pues se convirtió en un proceso de radio experimental sino de una manera un poco menos compleja. Por ello tenemos algo que se denomina o yo lo he denominado una parrilla de desprogramación. Pues lo único que pretende es animar con los contenidos podcast que se emiten y emitir música independiente de artistas tanto locales,

pauta publicitaria a nivel distrital, departamental y nacional. Las organizaciones y colectivos solicitan que estos recursos públicos vuelvan a las ciudadanas de la comunicación, que no solo se tenga una política distributiva que beneficie los intereses individuales de agencias publicitarias contratadas por medios masivos de información. De esa forma los medios comunitarios tienen una forma de sobrevivir y los públicos y comerciales pueden seguir funcionando. En la política de medios no se trata de tener ni monopolios de lo público, lo privado y lo comunitario la democratización es la garantía de la participación en medio de las diferencias.

Espectro electromagnético

En Colombia la radio comunitaria ha sido relegada a lo local. En un mundo globalizado ni siquiera llega a la categoría de cadena nacional. Los colectivos que participan de las diferentes convocatorias adelantadas por el Ministerio de comunicaciones particularmente no acceden fácilmente al espectro electromagnético, en años anteriores se han presentado reclamos en las entregas de las licencias de funcionamiento porque solamente se las otorgan a ciudades capitales no principales.

En un principio los colectivos no comprenden la situación, pero luego de diversos análisis al interior de sus organizaciones entendieron que el interés de los grandes capitales era mantener al margen todo tipo de competencia en las ciudades capitales principales, pues la repartición de otros medios de información puede alterar el mercado publicitario. De esa manera se entienden dos componentes, uno primero es ver la comunicación como una mercancía y el segundo que la comunicación se ve como un negocio en donde la pauta publicitaria debe estar monopolizada por las cadenas comerciales. Estas dinámicas representan un latigazo a los medios comunitarios porque no otorgan las licencias a futuros competidores de sentido en ciudades principales y esto

nacionales e internacionales bajo una lógica estética.

¿qué tipo de programas radiales manejan en la Radio Alterativa, cual es la audiencia?

La radio comunitaria se adapta a unos nichos particulares a un nicho un poco más pequeño y se adapta también de acuerdo con unas necesidades particulares y muy populares. Ahí es donde la identidad de la radio empieza a jugar un papel importante, porque muchas veces las emisoras comunitarias. Y yo diría que casi en un 80 o 90 por ciento y no me equivoco han perdido de la entidad a raíz precisamente de ser hijas o hijos pues de los medios comerciales.

Muchos de esos procesos tienden a imitar los ejercicios de esa comunicación masiva, en aras de ganar audiencia entonces hacer una programación o unos programas de radios específicamente para unas audiencias vas más en torno a unas necesidades puntuales y a una formación y a una información tácita de ese territorio. Y es ahí donde se deduce ese concepto de lo comunitario, alternativo, popular, aunque cada uno pareciera que fueran muy similares como en algún momento me lo mencionaba Alfonso Gumucio “todo depende de acuerdo con el contexto en el que se desenvuelven esas lógicas” digamos radiofónicas, las audiencias; eso tiene que ver también con su programación y su contenido.

Es decir, si yo trabajo con una comunidad LGTB o yo trabajo con una comunidad indígena o yo trabajo con una comunidad de niños, de jóvenes, de adultos, etcétera, cualesquiera pues normalmente los contenidos estarían enfocados de acuerdo con esa comunidad. Una vez que se le entrega una documentación, se hace un ejercicio de convocatoria en la que uno participa precisamente esa actividad con el Ministerio de Comunicaciones para que le brinden el espectro, pues normalmente uno lo que hace allí o le solicitan es un código de ética y una junta de programación.

Esas emisoras que operan en el espectro

prácticamente una violación al derecho a la expresión. Aunque el debate sería porque los únicos que tienen derecho a tener cadenas radiales en todo el país son las emisoras comerciales y las comunitarias están condenadas a ser locales porque según la resolución de radiodifusión en Colombia solo pueden ser cadenas quienes tengan más de cinco estaciones de radio en el territorio nacional y eso significa que deben eliminar futuras competencias.

En Colombia cada diez años se deben renovar las licencias en el espectro radio eléctrico. Se hacen auditorías a las emisoras, para saber si cumplen con algunos requisitos, por ejemplo, si es capaz de sostenerse económicamente, si puede cumplir técnica y tecnológicamente con los requisitos expuestos por el Ministerio de Comunicaciones. Es decir, dónde va a ubicarse la antena, si es competencia para otros medios comerciales o si es el caso, una repetidora; en el proceso entonces el ministerio solicita nuevamente una serie de requisitos con aeronáutica y estudios de los espacios donde se va a emitir, para generar una serie de permisos. Para Robinson Perez quien ha tenido una larga experiencia en radio comunitaria son muchos tramites y los costos pueden llegar a los 50 millones en un proceso inicial, que en la práctica es una estación con bajo presupuesto.

como clase tipo D o clase, emisoras comunitarias, porque existen emisoras que estaríamos contemplado dentro de las emisoras tipo o clase D. Por eso están contempladas dentro de esa categoría y dentro de esa categoría estas emisoras les piden unos requisitos, por lo mismo que son su objeto propiamente es comunitario, no cumplirían los mismos requisitos que cumpliría una universitaria o una pública o una comercial. Entonces los requisitos son un poco distantes, aunque parecidos para saber qué tipo de comunidad está apoyando esos procesos comunitarios y qué tan apalancado realmente están fortalecidos estos ejercicios para saber si le dan el espectro. Esa junta de programación prácticamente viene a ser veedora que hace control sonoro y social a las emisoras de unitarias y cualquier emisora, inclusive alternativa comunitaria o popular.

¿desde 1991, otorgan licencias a las radios comunitarias en el ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones ¿Cómo es el proceso?

el proceso del Ministerio de Comunicaciones en cuanto al tema de la concesión de las licencias, cada cuanto tiempo se hacen ese tipo de convocatorias, pues una vez que se hace ese primer momento porque estamos en el primer digámosle, en la primera década se cumplió apenas hace un año o número de un año de haberse otorgado la licencia de comunicación a emisoras del funcionamiento las emisoras comunitarias hace diez años con esa actitud. Sin embargo, desde ese momento experimentaron que cada diez años y se deben renovar esas licencias. Obviamente se hace una prueba durante la primera prueba. Se hace una prueba de esa emisora, si realmente es capaz de soportar, si es capaz de sostenerse económicamente, si es capaz de cumplir técnicamente con los requisitos expuestos por el Ministerio de Comunicaciones. Es decir cumplir, por ejemplo, técnicamente con las especificaciones propiamente dónde va a ubicar que dónde va a quedar ubicada la antena, dónde va a quedar de pronto, si es

el caso, una repetidora; el proceso, digamos ya en la gestión propiamente, supongamos que abrieron convocatoria, fue el año pasado, recuerdo entonces ellos piden de nuevo una serie de requisitos con aeronáutica e estudios de los espacio donde se va a emitir permisos por un lado bueno, eso es mucho papeleo y despachado pues aproximadamente unos 50 millones para arrancar y eso es muy barato, es decir, muy poquito para para arrancar porque nosotros arrancamos de cero y entonces eso es básicamente en cuanto al tema de la gestión de una radio comunitaria.

¿Los medios ciudadanos recibe ayuda económica del estado, como hacen para mantenerse económicamente?

Bueno, las emisoras comunitarias sino los medios comunitarios tienen unas políticas públicas en el plano distrital, hoy en día se está pujando para que esos medios comunitarios prensa, radio, TICS, televisión, etc; tengan un alcance en el plano nacional con algo que le han denominado la ley de los Tercios, es decir que los medios comunitarios, así como los medios comerciales, tengan una contrapartida o una tercera parte del presupuesto con el cual se emite publicidad a nivel nacional. Eso es una propuesta proyecto para buscar de forma muy absoluta cómo el mismo estado ayuda a fortalecer los medios con la misma pauta. Esa misma lógica se aplica en el plano distrital para los medios comunitarios; entonces nosotros dependemos en cierta medida y tendría que ser el sentido común de las cosas que los medios comunitarios se apalancan con la comunidad, pero la comunidad se apalanca con los medios comunitarios y éstos a su vez se apalancan con la administración o con el estado para que sean fortalecidos y canalicen todo ese ejercicio de comunicación. Entonces, económicamente nosotros tenemos bajo esa batuta de la política pública una contrapartida y hay un artículo que así lo define, en el que precisamente nos da la posibilidad de tener nosotros acceso a los recursos de la pauta publicitaria que a nivel distrital, pues se a los medios comunitarios,

<p>el espectro acá de por sí ya les da automáticamente la posibilidad para que las agencias de publicidad, organizaciones o colectivos, pero casi que la mayoría de agencias pues las miren y terminé empatando en ella porque tienen una audiencia sí o sí cautiva. Entonces finalmente las agencias de publicidad ya simplemente porque las emisoras hacen parte de en el espectro, pues automáticamente las tienen en cuenta les brindan esa esa posibilidad de pautar, es una forma de sostenibilidad también, adicional a eso hay otras formas y es a través de convocatorias, a través de premios, como Radio Alterativa y mi persona hemos participado, lo hemos hecho y hemos ganado finalmente, pues cuando uno gana a las convocatorias y tiene que ser un muy buen producto, pues obviamente hay económicamente un fortalecimiento para uno.</p>	
<p>LUIS REDONDO DE CANAL 3 integrante de la central de comunicación comunitaria (CCC)</p> <p>¿cómo considera es el acceso al espectro radioeléctrico en Colombia?</p> <p>El acceso al espectro radioeléctrico ha estado definitivamente monopolizado, o sea infortunadamente no hay una democrática participación solo tenemos 5 grandes operadores por ejemplo lo que tiene que ver con el espectro para móviles con una posición dominante de uno de los operadores que es claro que tiene más del 60% del mercado. Y recientemente el ministerio de tic hizo una convocatoria, una licitación, pero infortunadamente en esa licitación por la forma como estaba dada sólo se presentaron 4 oferentes de los cuales a 3 les asignaron espectro, de hecho, la compañía telefónica decidió no participar porque consideraba que no había las condiciones suficientes para obtener unos resultados favorables con el mercado. lo que se siente es que realmente, y de acuerdo incluso con organizaciones como la OCDE, de la cual hacemos parte</p>	<p>CATEGORIAS CENTRALES</p> <p>Producción de sentido</p> <p>los periodistas independientes no tienen recursos para llevar a cabo sus tareas de difusión, se debe establecer mecanismos para generar mayores recursos para la comunicación. Los comunicadores terminan haciendo uso de plataformas electrónicas porque es la forma más barata y de mayor capacidad de alcance en la difusión, una tarea muy importante es la capacitación de profesionales en las regiones.</p> <p>Ciudadanía</p> <p>Los procesos de alfabetización se pueden iniciar en las pocas universidades con facultades de comunicación social, que integran en los planes de estudio de pregrado y posgrado temas relacionados con el Derecho a la Comunicación. La formación de periodista con criterios y bases sobre lo que significa la democracia, tener periodistas que sepan interpretar el sentir popular, con formación política. Algunas escuelas de comunicación desarrollan cátedras relacionadas con la</p>

<p>recientemente como estado nos han dicho que hay una concentración muy fuerte del mercado y muy pocos operadores, y eso pues conlleva a que haya mayores precios, a que la atención al usuario final no sea la adecuada, condiciones de monopolio pues básicamente suceden ese tipo de situaciones adversas al mercado entonces lo que se debe hacer es incluso permitir que las comunidades participen hay por ahí un pequeño laboratorio del ministerio con una comunidad del cauca que ha montado su propio sistema de telefonía porque no le llegaba la señal de ningún operador y de esa forma también se permitiría que y algunas organizaciones comunales y del mundial se les permitiera llevar el servicio a sus comunidades a unos costos razonables con el apoyo de las organizaciones públicas, con el apoyo por ejemplo del fondo tic que es el que recoge los recursos provenientes de las concesiones.</p> <p>¿cómo ve el Derecho a la Comunicación en Colombia?</p> <p>el servicio de comunicación en Colombia, digamos que la penetración es muy grande y de hecho existen más en el caso los móviles existen más móviles que habitantes hay alrededor de cincuenta y ocho millones de móviles con cuarenta y ocho millones de personas eso obedece que algunas personas tienen dos móviles que a partir de los móviles corporativos que son aquellos que tienen las empresas para sus empleados para atender sus operaciones comerciales, pero eso no significa necesariamente, que el servicio sea absolutamente eficiente donde realmente hay una alta ineficiencia es en el ancho de banda en lo que tiene que ver con internet móvil el 4g no llega sino en un 50, 60% de la población del país que es realmente un servicio que permite una descarga importante de datos. sin embargo, es costoso los planes tienen unas tarifas muy altas comparativamente con otros países, y el índice de descarga del ancho de banda que se puede obtener y en comparación con otros países del sector como latinoamericanos o sudamericanos como el</p>	<p>comunicación como derecho.</p> <p>Desde los medios comunitarios Luis Redondo recuerda la película del hombre araña donde se afirma que “un gran poder, conlleva una gran responsabilidad” eso es lo que deben tener en cuenta los estudiantes de comunicación como defensores del derecho a la palabra y la democracia como significado por encima de los intereses económicos de empresas y monopolios.</p> <p>Eso implica que, en el micrófono, la cámara de televisión, el papel y las páginas web al comunicar masivamente debe estar al servicio de la ciudadanía con transparencia e imparcialidad.</p> <p>SUB-CATEGORIAS</p> <p>Monopolio</p> <p>Estos grupos económicos que manejan medios masivos de información generan interferencia en la democracia representativa y el problema no es que tengan voz y voto para hacerlo, es que existen sectores en comunidades que nunca han tenido estos privilegios y obviamente el monopolio toma partido por un sector político de forma muy directa, hacen unas campañas propagandísticas puntuales y directas, pueden formar o deformar la opinión y el pensamiento de sus audiencias y eso perjudica la democracia.</p> <p>Concentración</p> <p>En Colombia los medios masivos son privados. Sin embargo, los medios públicos y comunitarios tienen espacios regionales que son muy eficientes. Por otro lado hay dos sistemas de televisión abierta que son los predominantes en la programación como CARACOL y RCN que logran tener una audiencia masiva porque la parrilla se acomoda al consumo que establece el mercado comunicativo para los colombianos, la cual termina siendo atractiva, pero trabaja muy poco en el tema educativo y cultural, determinando un enfoque recreativo e informativo, mientras los servicios públicos de comunicación masiva como RTVC canal público entrega</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

caso de Chile. Chile tiene un mejor servicio de descarga, también lo tienen otros países obviamente como Brasil, Costa Rica en Centroamérica, México y desde luego Estados Unidos que tiene unas velocidades muy amplias. Porque aquí no solo se trata de que exista la conexión, sino que esa conexión sea eficiente y la conexión de ancho de banda tanto de bajada como de subida, sino que pues obviamente también permita una penetración importante entonces hay muchas regiones del país donde todavía están servidas con 2G y 3G que obviamente no permite sino conexión de voz y la conexión de datos pues definitivamente es muy deficiente.

¿cuáles son las consecuencias de que los medios masivos estén concentrados por el sector privado?

Colombia tiene una particularidad no, a pesar de que sí obviamente los medios masivos son privados, nosotros tenemos canales regionales y tenemos canales públicos que son muy eficientes, de hecho, se tiene una presencia muy fuerte de los canales regionales en la costa del Pacífico como Telepacífico, Telecaribe, hay incluso un canal universitario como Zoom que tienen alguna presencia importante. Obviamente, lo que ocurre es que aquí hay dos sistemas de televisión abierta que son los predominantes que es Caracol y RCN que logran tener una audiencia masiva porque tienen una parrilla que por lo menos es atractiva, que no es cultural y no es realmente de carácter informativo, pues es simplemente recreativa. Pero creo que televisión pues no hay un rezago muy grande de la presencia de los servicios públicos de comunicación masiva, tenemos también con RTVC pues es canal público está el canal del congreso, está señal Colombiana pues eso permite que haya por cierto una presencia fuerte del sector público. Sin embargo, pues obviamente todavía queda en algunos sectores, pues en algunas comunidades, una falta de presencia local también donde pienso que sería importante impulsar medios regionales o medios más locales para poder hacer una cobertura y poder dar voz a las

espacios a políticos de turno y no ha ciudadanos, espacios como el congreso o programas de la presidencia de la República ubicados en la programación de señal Colombia y eso en realidad no permite que haya una presencia más activa fuerte del sector público. La propuesta en la política pública es más presencia de lo local en espacios de carácter masivo donde se pueda impulsar el trabajo de los medios locales, regionales locales para poder dar voz a las comunidades.

Democratización

Para democratizar los medios es necesario que el país impulse los medios alternativos, que permitan desde las comunidades, las organizaciones y las regiones tener mayor presencia en el espectro.

La pandemia ha generado que los medios electrónicos y las redes sociales permitan que la gente por un lado se comunique entre sí con sus familias y seres queridos. Las redes sociales han permitido conocer más rápidamente lo que está pasando a nivel global más que y en los medios de comunicación, hoy son la forma para comunicarse en la sociedad, el capitalismo tradicional le entregó las banderas al nuevo capitalismo de plataformas. Así que estamos en un momento de transición está en las comunicaciones con una reacomodación de las formas de comunicación como lo explica Manuel Castells en su libro comunicación y poder, una comunicación de muchos para muchos. Pero, en el fondo es un simulacro de intervención global, en países desconectados y con brecha digital como Colombia, pensamos que incidimos en lo global pero los que lo hacen son los que crean e inventan desde grandes multinacionales de la tecnología.

Espectro electromagnético

Para Luis Redondo que hace parte de los medios comunitarios en Bogotá a través del Canal 3 afiliado a la Central de Comunicaciones de Colombia (CCC) manifiesta que el acceso al espectro radioeléctrico definitivamente está

comunidades que es muy importante en todas las épocas.

¿en Colombia hay concentración de medios?

Sí, porque aquí más que familias hay organizaciones financieras aquí; está el grupo AVAL, el grupo Sarmiento Angulo que es el dueño del tiempo es el dueño el Citytv es el dueño de un conjunto de medios que se han utilizado específicamente para defender sus intereses, por el otro lado está Caracol radio que representa al grupo pues Santo domingo que sólo permite industriales y que siempre ha tenido una presencia importante y se utilizan los medios como mecanismo como medio de presión para lograr pues tener una mejor respuesta frente al gobierno en sus intereses el RCN pues como tal responde a un grupo financiero y económico como es el grupo Ardila Lule y que ahora recientemente pues hay otro grupo financiero que ha entrado muy fuerte que es el grupo Gilinsky que compro casi todos los medios de la revista semana y definitivamente los grandes medios a nivel de información, si están en cabeza de cuatro-cinco organizaciones financieras o de familias y también en la costa por ejemplo tenemos el caso de la compañía olímpica que pertenece junto con los periódicos de la costa norte a la casa Char entonces qué es lo que vemos que básicamente si ahí hay una monopolización muy fuerte de cinco organizaciones que son las dueñas de los grandes medios de los medios masivos entonces eso no permite... ahí hay una interferencia a la democracia representativa y a la voz y voto de las comunidades porque pues obviamente ellos manejan de forma muy directa y a veces sin descargada el tema de la información es decir apoyan a los grupos políticos que le son afines o que representan sus intereses y en las elecciones pues son muy directo como hemos visto que toman partido por un sector político de forma muy directa, las emisoras de radio particularmente hacen unas campañas puntuales y directas y que hacen que haya una deformación del pensamiento, de las ideas y que esto

monopolizado, en particular en sectores como la telefonía móvil donde existe una concentración muy fuerte del mercado, al identificar pocos operadores de las telecomunicaciones, este fenómeno genera varias situaciones, por ejemplo el poco fortalecimiento de la industria nacional y el bajo emprendimiento de empresa tecnológica a nivel local. Por otro lado, esta situación genera una falta de creación de programación propia hacia la ciudadanía y complejizan las barreras que impiden una democratización de la comunicación y el derecho humano de acceder a contenidos de forma gratuita y no con las características que establece el mercado internacional que solo es apropiado por personas con recursos económicos. De esa manera se entiende que los que tienen derecho a producir y consumir son los que pueden pagar los altos precios de plataformas internacionales. En ese sentido la política pública debe promover que los servicios de telecomunicaciones tengan financiación o costos razonables con el apoyo de las organizaciones públicas o el fondo tic que es el que recoge los recursos provenientes de las concesiones y que de la misma manera no participemos de los cambios de la comunicación como simples observadores que eligen que quieren ver, escuchar o leer, sino que se apoye la creación e innovación de nuevas plataformas digitales en el territorio nacional.

La pandemia en Colombia evidencio que no solo se trata de que exista una conexión, sino que esa conexión sea eficiente con un porcentaje alto para descargar información y para subir datos, en el país hay muchas regiones que todavía están utilizando 2G y 3G que definitivamente es muy deficiente. Para ejercer otro tipo de derechos como el trabajo o la educación y en ese sentido los derechos de la comunicación atraviesan muchos aspectos del mundo de la vida.

obviamente perjudique la democracia final. Bueno respecto a esta situación.

¿cómo avanzar en la democratización de medios en Colombia?

Realmente aquí lo que podría hacer el país, lo que podría ser el estado concretamente, pues es generar también, impulsar medios alternativos que permitan desde las comunidades, de las organizaciones y entre las regiones tener mayor presencia en el contexto. Creo que aquí lo que viene es una reacomodación de los medios en la que las redes sociales han hecho definitivamente un cambio profundo y yo pienso que definitivo en esto pues que se ha visto poco empañado ahora pero también que ha sido una herramienta frente al tema de la pandemia que nos está atacando, pues ha generado que definitivamente los medios electrónicos y las redes sociales permite que la gente por un lado se comuniquen entre sí con sus familias y seres queridos, pero por el otro esas redes sociales han permitido también conocer más rápidamente lo que está pasando a nivel global más que y en los medios de comunicación las redes sociales son hoy la forma para comunicarse en la sociedad y estando las redes sociales de alguna forma quitándole la preeminencia a los grandes medios e incluso los grandes medios han tenido que empezar a utilizar o hacerse las redes sociales para que lleve también en sus contenidos. Así que estamos en un momento de transición creo que lo que está sucediendo es como cuando Gutenberg desarrolló la imprenta y se empezaron a ver los primeros medios impresos pues que se podían hacer tirajes importantes, hacer una impresión sacando muchas copias y ahora lo que está pasando es lo mismo, creo que viene una reacomodación de la forma de comunicarse de las sociedades y estamos frente a ese fenómeno.

¿Qué ha hecho el ministerio de las TIC para mejorar o avanzar la democratización de medios?

<p>Digamos que lo ha hecho el ministerio ha sido mantener activos los canales regionales eso pues de alguna forma ha sido importante, obviamente, si bien, también están manipulados por los partidos políticos que tienen presencia en el gobierno, los sectores políticos que tienen presencia en el gobierno y que tienen influencia a nivel regional, pues los canales regionales han sido por fortuna una forma de comunicación un poco más democrática y un poco más transparente a nivel regional porque si no tendríamos una presencia de las grandes casas y los caciques regionales siendo los únicos voceros de las regiones y obviamente manipulando el criterio o manejando los intereses, sus formas o sus criterios políticos o ideológicos en las regiones. Entonces, lo que ha hecho el ministerio, pues ha sido el mantener ahora con la nueva ley, recursos para los canales regionales para ser producción regional y digamos que en eso ha sido algo relevante porque pues igual los canales regionales tienen un rating, tienen una sintonía importante. También creo que han fortalecido el tema de las emisoras comunitarias, en una convocatoria que acaba de terminar, creo que están asignando números importantes más de 100 o 200. como 200 estaciones de radio comunitarias, lo que le permite a la gente también tener medios comunitarios, emisoras, que, a nivel municipal y a nivel de las zonas, les permite llevar el contexto. ¿Ahí que falta? Falta apoyar al profesional de la comunicación creo que ahí si hay una gran falencia, que se está viendo ahorita con el problema de que los medios pequeños, los medios alternativos, los medios comunitarios y los periodistas independientes no tienen recursos para llevar a cabo sus tareas de difusión y a nivel regional ellos son muy importantes, entonces aquí creo que se debería establecer unos mecanismos, una bolsa de recursos y unas tareas puntuales de comunicación para que se pudieran adelantar tareas locales por parte de esos comunicadores que hacen uso de esas plataformas, muchos son electrónicos, definitivamente, porque es la forma más barata y relativamente de mayor capacidad</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

de difusión y creo que hay una tarea muy importante de momento y de capacitación para estos profesionales de la comunidad regional.

¿cómo considera que es el acceso al espectro radioeléctrico en Colombia?

El espectro radioeléctrico está concentrado primero en cadenas radiales a nivel de emisoras que corresponden a los intereses que 4 o 5 organizaciones, la organización RCN la organización de caracol la organización olímpica y algunas y pequeña ya que que están ahí en el en el en el proceso y por otro lado pues los canales de televisión, pues están los canales regionales y pues no hay canales privados, realmente televisión abierta aparte Caracol y RCN a nivel regional no hay nada o sea ahora con la TDT se podría optar por tener una mayor participación sin embargo eso va amarrado, es que aquí en un fenómeno aparte de todo este tema del espectro, que es la capacidad para montar medios porque puede que uno tenga acceso al espectro, que es la capacidad de montar el medio, la capacidad financiera, la capacidad operativa ¿por qué está pasando? qué los las tortas de la publicidad las amarran entonces ha sucedido lo de las concesiones y hay una competencia desleal de Caracol y RCN que por ejemplo se han asociado en consorcio y han hecho acuerdos con los anunciantes para que no por ejemplo le otorguen publicidad por ejemplo al canal 3 siendo que además es una concesión pero es un canal público eso es una aberración que entre Caracol y RCN lleguen a un acuerdo para los grandes anunciantes no anuncien en el canal 1 que servía como el canal la tercera opción de televisión masiva a nivel nacional entonces ahí es que qué pasa y detrás de todo este fenómeno hay uno que con muchos grandes intereses tanto de orden político como de orden económico.

¿cómo enfrentar el monopolio en el país?

Definitivamente las redes sociales en todo el desarrollo web y son todos estos nuevos, estas nuevas alternativas que permiten a los comunicadores hacer el proceso y hoy

estamos viendo un fenómeno muy curioso que es como los periodistas que trabajaban en semana y que fueron censurados en la revista Semana que fue comprada por una entidad, por grupo financiero que pretende pues cambia completamente su criterio. entonces ahí tenemos por ejemplo a unos periodistas que han tenido, que los han censurado y que han tenido que montar una página web y trabajar en las redes sociales para difundir sus trabajos periodísticos y entonces, pues yo lo que veo es eso y pues que sí queda en el amparo por parte del estado para esas organizaciones por un lado perdido la protección de su utilidad y por el otro lado reciban amparo o capacidad financiera para poder seguir trabajando porque son realmente algo muy importante en la democracia, entonces ahora lo ¿qué es lo que pasa? que hay una deformación muy grande del periodismo por intereses puramente personales o económicos del parte de algunos comunicadores que han hecho digamos un aliado estratégico de los medios para defender unas banderas políticas y económicas y filosóficas de esos medios entonces ahí estamos frente a casos como Blu radio donde la cercanía de por ejemplo de uno los directores del medio frente a la del gobierno porque lo hemos hecho un sistema de noticias muy cercano al gobierno que ha perdido objetividad, RCN ha adoptado una posición absolutamente gobiernista hemos visto la persecución de la que he sido víctima por ejemplo el noticiero que estaba en el canal de interés público que está concesionado al canal uno al que pertenece el periodista Coronell que básicamente le hicieron una encerrona financiera para sacarlo y que se tuvo que ir también a un canal privado y por suscripción y todo ese fenómeno entonces ahí realmente pienso que Colombia hoy yo lo veo vinculado con el periodismo en forma directa o indirecta, yo empecé a hacer periodismo desde muy temprano y yo creo que hoy desde el gobierno y el que trabajé como periodista de Turbay Ayala en los años 80 he digamos que ya llevamos prácticamente 40 años, y de estos 40 años de periodismo que he vivido estamos tal vez correspondiéndose

esa época de represión a los medios, que es ya una represión muy puntual, es decir ya no viene de la censura directa sino es hermandad y manipulación a través de la pauta y la manipulación a través del periodista y la manipulación a través de los dueños de los medios para la censura y la autocensura que realmente muy fuerte en los medios para difundir solo cosas que interesan al establecimiento.

¿En otros países de América Latina se ha propuesto una ley de tercios, en Colombia se puede realizar de manera similar?

Eso se ha intentado hacer acá y aquí hay un acuerdo del consejo en el caso de Bogotá, que fue una primera experiencia de ese tipo donde se le aportó o se decidió que se debe aportar el 30% de la inversión publicitaria del distrito a los medios comunitarios alternativos, eso no se ha logrado. Y recientemente en la administración actual de Claudia López, tengo entendido que se han venido reuniendo varios medios, de hecho yo participe en una reunión, y pues estamos buscando que se aplique esa norma, en el caso específico de Bogotá, donde todavía hay un mayor, digamos que Bogotá es una, pues, obviamente por ser la ciudad capital de Colombia, donde hay un poco más de transparencia y hay un poco más de democratización de distintos sectores; la cultura, el arte y pues se esperaría que la comunicación. Pero hasta ahora eso ha sido un postulado filosófico aquí en Colombia y es la única experiencia que se encuentra, que por lo menos hay un acuerdo en el concejo de Bogotá que establece eso para el distrito. Si se lograra poner en marcha en Bogotá pienso que sería un buen ejemplo y requeriría pues obviamente el compromiso del congreso para llevar adelante una ley de ese tipo por qué realmente qué es lo que está pasando, que, en este momento, el gobierno nacional con presupuesto ha cooptado los medios, aquí hay una palabra y esa palabra es clave, ha habido una cooptación a través del presupuesto de publicidad del estado a los medios. Entonces, lo que uno ve es uno de

los grandes compromisos con el estado y realmente unos periodistas/unos medios que le ponen los micrófonos al estado para que diga lo que el representante que en ese momento está al frente, no del estado, yo diría que del gobierno, porque el estado somos todos, entonces no ha habido precisamente unas políticas de estado sino unas políticas partidistas, coyunturales para que el gobierno que llegue con el presupuesto de publicidad -que representa unas tortas muy grandes-, pueda ejercer el control de los medios y los medios se vuelven súbditos de ese gobierno de turno.

¿hace falta alfabetización en estos temas del Derecho a la Comunicación o es falta de cultura política?

desde luego, pero es que infortunadamente tampoco hay la suficiente formación, o sea, los medios masivos no hacen la alfabetización. Los medios masivos hoy por hoy, básicamente, representan sectores políticos y representan sectores económicos con intereses políticos, entonces no les interesa. Ahí sería a través de los medios públicos donde se puede hacer esos procesos de alfabetización y pienso que las universidades y las facultades de comunicación social, hoy tan cuestionadas, son las que tiene que empezar a mostrar y hacer esa formación para que el periodista tenga criterio, tenga base. Porque realmente si se requiere como parte de una salud de mente muy puntual de la democracia tener unos periodistas que sepan interpretar sobre todo el sentir popular, porque es que, infortunadamente, así como la economía, que hay una pésima distribución del patrimonio entre los colombianos donde hay una brecha muy grande entre ricos y pobres, donde realmente hay un desequilibrio muy grande, unos índices a nivel global que nos dan entre los países más desiguales económicamente, esa desigualdad económica está también representada en la participación, formación política y formación de todos los sentidos, pero particularmente en formación política. Eso es lo que lleva a que la gente venda su voto, porque no tiene, no sabe y como no

sabe, no le interesa defender el voto y no se ha dado cuenta que el voto es una herramienta definitiva para poder tener sociedad y una mejor calidad de vida entre los asociados. Entonces la gente vende el voto porque no le importa y ¿por qué no le importa? porque no tiene una formación política, no tiene formación social. Es más, desde las escuelas, antes había se estudiaba historia de Colombia y de alguna forma veía uno que las escuelas públicas tenían esas materias, eso fue eliminado con el ánimo que la gente no tuviera criterio entonces hoy por ejemplo no se estudia historia, la historia es fundamental. El que no conoce la historia está condenado a repetirla, entonces, los que tenemos formaciones, en mi caso, yo soy abogado y periodista en derecho y ciencias políticas, pues eso me permitió tener una formación filosófica, sociológica y entrar a todos esos elementos. Las ciencias sociales que últimamente han sido tan vilipendiadas pues no tienen importancia en el país porque a los gobernantes y a los dueños de los intereses económicos de las naciones del mundo, no les interesa los sujetos que sean activos desde el punto de vista sociológico, político porque esos pierden y entonces dañan el negocio.

¿qué le puede aconsejar, a los futuros comunicadores sociales y periodistas que va a trabajar en medios de información?

volví a ver una película que he visto muchas veces que es la del hombre araña y el tío ben es quien dice la frase que “ un gran poder, conlleva una gran responsabilidad” eso es lo que le digo a mis estudiantes de comunicación y a aquellos con quienes me encuentro en foros académicos y es que ustedes son defensores del pensamiento y de la democracia y los verdaderos representantes de la comunidad en la sociedad, entonces ustedes deben interpretar por encima de los intereses económicos de sus empresas y por encima de los intereses económicos propios también, bajo el sacrificio de uno mismo poder llevar la voz de la gente, ser aquellos que denuncian no están bien y los que exaltan las cosas cuando están bien,

<p>eso implica una gran responsabilidad. Eso implica que, en el micrófono, en la cámara de televisión en la página web y en el teclado una gran responsabilidad que es la de comunicar masivamente las cosas ciertas y reales, confrontar las fuentes e investigar. aquí debe haber transparencia, imparcialidad y buscar esos ángulos ocultos de la información porque hoy por hoy se ha llegado un nivel de sofisticación en la manipulación de los medios y la manipulación de las masas a tal punto que el periodista debe ser un apóstol de la verdad.</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--