



Toda persona tiene derecho a expresarse, a ser escuchada, a ser reconocida, a ser proyectada con dignidad, así como tiene derecho a recibir información que consulte versiones diversas. Toda persona debería poder ver su mundo incluido en la globalidad de la información

Por el Derecho a la Comunicación en la Sociedad de la Información

Ponencia presentada por Olga Beatriz Gutierrez en la Conferencia de la Red NuestrosMedios III, Barranquilla, Colombia, Mayo 19-21, 2003.

La comunicación es un derecho de todos y todas que debe ser ejercido y reclamado. Los espacios de definición del derecho a la comunicación en Colombia deben ser colmados de argumentos y propuestas por parte de la ciudadanía.

Colombia llegó a la Campaña CRIS como se llega a las buenas cosas, de casualidad. Navegando por la Red desde el tercer mundo nos encontramos con la Cumbre y con la Campaña y de repente nos dimos cuenta que paradójicamente fue una organización de la sociedad civil la que se conectó en primer a instancia con el mundo antes que el Gobierno. Al otro día de nuestro descubrimiento llamamos a diferentes oficinas del gobierno y nos encontramos con que en ninguna sabían nada acerca de la Cumbre Mundial, ni, por supuesto, de la Campaña por el Derecho a la Comunicación, CRIS (por sus siglas en inglés).

<p>Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el Conocimiento</p>	<p>Campaña por el Derecho a la Comunicación – CRIS</p>
<p>La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información es una iniciativa de la Naciones Unidas –ONU- liderada por la Unión Internacional de las Telecomunicaciones –UIT- para reflexionar acerca de la transformación radical que llevará al mundo industrial a una sociedad basada en la información, lo que modificará los modos de vida, aprendizaje y trabajo, así como la forma en que los gobiernos interactúan con las comunidades.</p> <p>Dentro del proceso se reconocen tres participantes: los gobiernos, el sector privado y la Sociedad Civil. Existe un secretariado de la Cumbre, dentro del cual funciona una división para facilitar la participación de la Sociedad Civil.</p> <p>Se llevará a cabo en dos etapas: la primera tendrá lugar en Ginebra, del 10 al 12 de diciembre de 2003, la segunda se realizará en Túnez en el 2005.</p> <p>El resultado previsto es la adopción de dos documentos marco:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una Declaración en la que se establecerán los grandes principios éticos y las reglas de conducta que los distintos agentes se proponen adoptar con miras a la creación de la sociedad de la información. - Un Plan de Acción en el que se formularán las prioridades operativas y las medidas concretas que deberán adoptarse en los países del sur y en los países del norte para que todos puedan beneficiarse en forma equitativa de las nuevas oportunidades vinculadas a la sociedad de la información. 	<p>MISION: "Ayudar a construir una Sociedad de la Información basada en principios de transparencia, diversidad, participación y justicia social y económica, e inspirada por la equidad entre los géneros y entre las diversas perspectivas culturales y regionales.</p> <p>La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información nos brinda un foro importante para promover este objetivo. Apuntamos a ampliar la agenda y los objetivos de la Cumbre, especialmente con relación a los temas de medios y de comunicación. Además, buscamos incentivar la participación de un amplio espectro de grupos de la sociedad civil en este proceso".</p> <p>La Campaña CRIS pretende redimensionar las preocupaciones de la Cumbre y ubicar la Sociedad de la Información en el marco de las necesidades y propuestas de las comunidades comprendiendo la comunicación como un derecho fundamental. Más allá de un problema de acceso a tecnologías, el problema es de desarrollo, participación y ejercicio del derecho a comunicar. Queremos construir una sociedad incluyente, respetuosa de los derechos humanos y de la pluralidad de visiones.</p>

Meses después ya todo había vuelto a la normalidad y el Ministerio de Comunicación se puso al frente de los procesos consultivos internacionales, de la participación en las reuniones preparatorias de la Cumbre –Prepcoms, y de la elaboración de una posición como país. Nosotros, por nuestra parte, también empezamos como hormiguitas a entrar en contacto con todo el mundo, a bajar documentos y a socializar con las regiones.

Durante el segundo semestre de 2002 se realizaron varios eventos de Planeta Paz, institución que impulsó en primera instancia la Campaña en Colombia, en los que en el desarrollo de su trabajo de comunicación con los sectores sociales populares presentaba la Cumbre Mundial, la Campaña y se empezaban a expresar algunas propuestas de cómo vincularse y generar un proceso nacional. Sin embargo, es hasta el 2003 cuando luego de un trabajo con sectores sociales populares, se convoca a organizaciones de otros sectores a que se constituya un grupo que trabaje explícitamente la Campaña y la promueva en todo el país.

La preocupación que ha convocado a diferentes sectores en la Campaña CRIS Colombia, ha sido el generar un proceso amplio y plural de organizaciones, instituciones y personas que compartan la idea de la comunicación como *derecho*, para generar un debate nacional que recoja propuestas de Agenda social en comunicación e incidan en la definición de políticas públicas. Más que producir extensos materiales bibliográficos, lo que se pretende es vincular a la población colombiana a la defensa de un derecho, y en ese desarrollo, a la elaboración de propuestas hacia la comunicación que queremos para este país. El trabajo de la Campaña está centrado en los equipos regionales para lograr una discusión y construcción de propuestas desde las localidades.

La idea es reflexionar para la negociación y la acción. Participar con propuestas y fuerza en las discusiones sobre legislación de radio y televisión comunitaria, de medios masivos, de ejercicio del periodismo. También promover la organización comunitaria para construir asociaciones, ligas y observatorios de medios que se conviertan en interlocutores tanto del Estado como de instituciones públicas y privadas que administran e inciden en la gestión privada de lo público. En últimas, la Campaña en el marco de la Cumbre Mundial es un pretexto para visibilizar la situación de la comunicación en Colombia y construir procesos ciudadanos de empoderamiento.

¿Cuáles son los objetivos de la Campaña?

- 1- Incidir como sociedad civil en las políticas públicas relacionadas con Comunicación en Colombia.
- 2- Aportar en la reflexión sobre la necesidad de transformación de prácticas comunicativas excluyentes tanto desde medios masivos como de algunos comunitarios que repiten esquemas o no cumplen con su función.
- 3- Fortalecer las redes de organizaciones y personas comprometidas con el ejercicio de una comunicación incluyente y democrática tanto en Colombia como en el mundo.
- 4- Participar de los debates de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información para hacer visibles las propuestas de las organizaciones de la sociedad civil.

¿Qué se ha hecho en la Campaña CRIS Colombia?

La iniciativa de conformar la Campaña CRIS en el país, ligada a la Campaña global de CRIS (Communication Rights in the Information Society) se inicia con el Seminario “Construir país desde la Comunicación”, convocado por Planeta Paz en agosto del 2002, con el apoyo de la

Oficina de la Naciones Unidas para los Derechos Humanos y la Unidad de medios de Comunicación de la Universidad Nacional UNIMEDIOS. Allí se contó con la asistencia de líderes de los sectores sociales populares de más de 40 organizaciones y el apoyo de analistas de comunicación de reconocida trayectoria en Colombia para trabajar sobre Globalización y comunicación, Democracia y comunicación y Derecho a la comunicación. Germán Rey y Doris Reniz aportaron como tertuliantes en el proceso de sensibilización y formación con los sectores sociales.

En octubre de 2002 se realizó el Foro por el Derecho a la Comunicación, con la participación de analistas de medios, Naciones Unidas y representantes de medios comunitarios. El foro se enfocó en el análisis del espectro informativo en televisión y sus implicaciones para la construcción de un imaginario sobre derechos humanos en el país.

En el pasado mes de marzo se efectuó un seminario taller nacional, continuando la serie "Construir país desde la comunicación", con la asistencia de 50 líderes sociales de las diferentes regiones. Allí se hizo una exposición sobre la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y la Campaña CRIS. Se presentaron los avances de propuesta organizativa de la Campaña para Colombia, y se discutieron posibles temáticas a trabajar desde las regiones. Se propuso la creación de comités regionales de Campaña que fueran intersectoriales, en donde se convocara la academia, los sectores sociales populares, agremiaciones de periodistas, culturales y de todas aquellas personas que compartan la propuesta de la Campaña en tanto comunicación que construya la democracia y respete los derechos humanos.

Cada región diseñó una estrategia de comunicación para desarrollar el trabajo conjunto y se quedó en hacer consultas con otros sectores para adelantar la Campaña según las especificidades de cada región.

En Bogotá se ha conformado un comité interinstitucional en el que están representados diferentes sectores de la sociedad. Participan académicos, estudiantes, organizaciones de sectores sociales populares, juntas de acción comunal, radios comunitarias, experiencias de comunicación alternativa, organizaciones de comunicadores, entre otros, y como observador la Defensoría del Pueblo.

¿Cómo se adelanta la Campaña CRIS Colombia?

La organización en el país consiste en una red descentrada, con un comité operativo interinstitucional que promueve y apoya actividades y circula información, con comités regionales que en este momento están consolidándose, y con algunos instrumentos comunicativos que permiten la Red.

A nivel nacional hemos circulado tres boletines electrónicos de la Campaña, y actualmente se elabora el primer Boletín formal impreso, con el que esperamos aumentar el radio de acción y de participación, que se ha propuesto generar un proceso de discusión nacional con alta participación de las regiones.

Durante este año, en algunas regiones del país se están reuniendo representantes de organizaciones sociales, universidades, estudiantes y experiencias de comunicación comunitaria inquietas por el proceso de la Campaña y con la idea de conformarse en comités regionales. Estos buscan poner en común sus inquietudes frente a la manera como se ejerce la

comunicación en nuestro país, con el fin construir una Agenda y posicionar el derecho a la comunicación.

En Colombia se han planteado ocho temas principales en torno a los cuales se quiere generar debate: Democratización de la comunicación; Medios de comunicación ciudadanos y comunitarios; Control social; Comunicación, cultura y diversidad; Comunicación como derecho; Comunicación, conflicto y paz; Comunicación, globalización y poder, y Tecnologías de información y Comunicación.

Los pronunciamientos que se produzcan durante este proceso de la Campaña CRIS Colombia servirán como insumo para los debates de la Campaña a nivel general, con el fin de ir construyendo una posición colectiva como sociedad civil de cara a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el conocimiento.

La participación en la Campaña de instituciones como la Defensoría del Pueblo, en calidad de observadora, han servido para respaldar la actuación de la sociedad civil y para abrir espacios institucionales de debate como los son las 13 audiencias defensoriales que se realizarán en las regiones durante el presente año. Este es otro espacio abierto a la participación, en el que la ciudadanía puede plantear sus inquietudes frente a los medios, y a la información.

Procesos como estos nos pueden llevar a transformar las prácticas comunicativas, y llegar a incidir en la Sociedad de la Información, no sólo desde la perspectiva de la tecnología, sino también del contenido y manejo de la información, en el que debe haber espacio para todos y todas.

EN COLOMBIA SE PROPONEN OCHO TEMAS

1- DEMOCRATIZACIÓN

Se refiere al acceso igualitario a la comunicación en un mundo en el cual la diversidad de información de opiniones y de culturas es cada vez más evidente. En nuestro país, la información masiva se ha concentrado, cada vez más, en pocas manos. En Bogotá sólo queda un diario de circulación nacional. Los grandes medios consolidan un discurso globalizado, mientras los sectores populares pasan inadvertidos. Democratizar la información y el poder en los medios es fortalecer la opinión pública.

2- MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANOS Y COMUNITARIOS

En el país surgen, cada vez más, nuevos medios de comunicación comunitarios, que son creados con el fin de cumplir una función de desarrollo para su población. Para cualquier comunidad, estos medios son una gran oportunidad para generar y encausar liderazgos en torno a propuestas de cambio social. Infortunadamente, ejercer el periodismo comunitario en medio del conflicto, y de una sociedad que no es pluralista, ha dejado un número importante de periodistas censurados, y otros asesinados.

Por otra parte, entre los medios comunitarios es preciso revisar el cumplimiento que hacen de la misión para la que han sido creados. No siempre se maneja en los medios comunitarios un criterio de periodismo democrático: muchas veces sus micrófonos están abiertos solamente a algunos sectores, y discriminan otros. Es necesario crear un debate social amplio para que las políticas y definiciones sobre los medios comunitarios garanticen la libertad de expresión y su verdadera función social.

3- CONTROL SOCIAL

Se concibe como la posibilidad de controlar el poder de aquellos que se encuentran ejerciendo el dominio y administración de lo público en comunicación, bien sea el Estado, o entidades privadas.

Se entiende la comunicación y la información en un sentido de doble vía, no solamente como tema que debe ocupar a los comunicadores, a los periodistas y a quienes están en los medios de comunicación, sino al ciudadano, usuario o receptor de esa información. Se busca auscultar el concepto de ciudadanía, como participe en los procesos comunicativos. La recepción activa de la información, en la que el ciudadano se manifiesta y toma parte en los flujos de información. No se conforma con el papel de receptor pasivo, no se margina, sino que se manifiesta para que la información sea plural y democrática.

4- COMUNICACIÓN, CULTURA Y DIVERSIDAD

Los valores que las sociedades de alguna manera reproducen en los medios de comunicación perpetúan estereotipos de exclusión y discriminación en relación con el género, la orientación sexual y las diferencias sociales, políticas y culturales que existen en su interior.

¿Cómo garantizar que la información refleje la diversidad cultural, étnica, regional, ideológica y de opiniones, donde pareciera que también se contraviene a una posición de tratar de homogeneizar, unificar, uniformar, de que todos nos pongamos los mismos zapatos y las mismas mudas y tengamos los mismos gustos y comamos las mismas hamburguesas? ¿Cómo se garantiza en una era de globalización ese elemento tan importante como es la diversidad?

5- COMUNICACIÓN COMO DERECHO

La comunicación es un derecho fundamental del ser humano, y como tal se rige por las mismas concepciones de los que han sido considerados derechos tradicionalmente, como a la vida, la salud y la educación. El derecho a la Comunicación hace defensa de la información, como un bien público, así como del uso que se hace del espectro electromagnético, que nos pertenece a todos, independientemente de quien lo administre. Es importante utilizar los mecanismos e instrumentos del derecho interno y de la legislación internacional tanto del sistema de naciones Unidas como del Interamericano para exigir que se pueda ejercer el derecho a la comunicación en nuestro país.

Tanto el derecho a la libertad de expresión como el derecho a la verdad están siendo violados en Colombia.

6- COMUNICACIÓN ,CONFLICTO Y PAZ

El conflicto armado que vive nuestro país ha generado alta vulnerabilidad en los medios, especialmente entre los comunitarios. En muchas ocasiones, los medios reciben presiones de los actores armados, hasta verse obligados a restringir su programación o, incluso, a cerrar sus emisiones temporal o definitivamente. Estas presiones han dejado un gran número de muertes entre los periodistas del país, de manera significativa entre los medios comunitarios.

Si bien el conflicto ha atacado duramente el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la verdad, también se encuentra entre los medios de comunicación una dinámica de experiencias de organización comunitaria que construyen tejido social y democracia innovando en los medios,

y poniendo a circular las voces de la población, sus ideas, sus anhelos, sus reivindicaciones. La comunicación está de lleno atravesada por el conflicto armado colombiano.

7- COMUNICACIÓN, GLOBALIZACIÓN Y PODER

El hecho de que la propiedad de los medios masivos se encuentre en manos de unos pocos, contribuye a la homogenización de la información y se presta para la construcción social del unanimismo político y cultural. Con frecuencia, los intereses de quienes ejercen el poder en los medios van en contravía de lo que puede ser puramente el interés por otorgar a la información ese sentido de bien común. Nos pone a todos a ver el mundo de la misma manera, a hablar el mismo discurso, y deja en la invisibilidad a quien es diferente.

En este sentido, surge la pregunta por el papel del Estado frente a la equidad en la información. Los gobiernos siempre han tenido la tendencia a controlar los medios, pero no para garantizar libertad o acceso, sino para restringir y para censurar. ¿Quiénes deben ejercer el control sobre los medios de comunicación? ¿Qué clase de instancias deben existir a nivel internacional para este fin?

En Colombia se aplica el mismo modelo que desde la globalización neoliberal se impone en materia de información. Hay el predominio informativo de medios privados monopolísticos que concentran diversos tipos de medios de comunicación y de empresas que ofrecen servicios en comunicación como la televisión por cable y la telefonía celular.

La labor de la Campaña frente a este tema es la de proponer alternativas para fortalecer los medios ciudadanos y comunitarios y velar por que el servicio público propio de la comunicación pueda ser ejercido en Colombia.

8- TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Las tecnologías de información y comunicación en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información están planteadas como el centro del desarrollo económico de los países. De ahí que la preocupación por la *brecha digital* sea uno de los factores principales a la hora de mirar las diferencias entre los países. Para la Campaña CRIS, y por supuesto para el capítulo Colombia, el uso de las tecnologías debe permitir la garantía y el disfrute de los derechos humanos en el mundo. Así, la relación entre tecnología y seres humanos se da en términos de ciudadanos y no de usuarios o consumidores.

El acceso igualitario, el software libre, el diseño de programas adecuados para las características y necesidades de las comunidades, el uso de las tecnologías para generar flujos informativos de múltiples vías que resalten la pluralidad de visiones y la construcción colectiva de las realidades, son algunas de las temáticas a trabajar para poder construir propuestas viables desde Colombia.