

**Medios de Comunicación para el fortalecimiento de la democracia:  
Radio y TV comunitaria en el municipio de Chía**

Autor

**Rafael Santiago Bueno Ardila**

**Trabajo de Grado para optar por el título de:**

**COMUNICADOR SOCIAL  
Campo Editorial**

**Directora:**

**Danghelly Zúñiga**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Carrera de Comunicación Social

Bogotá 2011

## **ARTÍCULO 23**

Artículo 23, resolución #13 de 1946:

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Doctor

JÜRGEN HORLBECK B.

Decano Académico

Facultad de Comunicación y Lenguaje

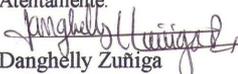
Pontificia Universidad Javeriana

Cordial Saludo,

Atentamente, me permito presentar el trabajo de grado titulado "*Medios de comunicación para el fortalecimiento de la democracia: Radio y TV comunitaria en el municipio de Chía*" realizado por el estudiante Rafael Santiago Bueno Ardila, el cual reúne los requisitos académicos exigidos por la Universidad para optar por el título de Comunicador Social.

El presente trabajo establece una relación entre los medios de comunicación y la democracia. En este se muestra la injerencia política de la opinión pública y cómo esta es formada por los medios, y las implicaciones que esto tiene para la sociedad. En este sentido, se hace luego una aproximación al caso colombiano y se habla de la responsabilidad civil de los medios, y los beneficios que ofrece a la democracia, la libertad de expresión y el derecho a la información. Por último el trabajo reflexiona sobre la potencialidad de los medios comunitarios y la manera en que estos, por ser organizaciones sin ánimo de lucro, pueden servir como herramientas para unir a las comunidades, construir identidad, fomentar la participación ciudadana, y dar origen a movimientos sociales que promuevan la construcción de una sociedad más transparente y justa. Con el ánimo de comprender a fondo la naturaleza de estos medios, se hizo un análisis a dos experiencias de medios comunitarios en el municipio de Chía,

Atentamente.

  
Danghelly Zuñiga  
52009177

Bogotá, 30 de mayo de 2011

Doctor

**JÜRGEN HORLBECK B.**

Decano Académico

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Respetado doctor

Por medio de la presente, yo, Rafael Santiago Bueno Ardila, identificado con la cédula de ciudadanía No. 1072640375 de Chía, estudiante de décimo semestre de la carrera de Comunicación Social, presento mi trabajo de grado titulado: "*Medios de Comunicación para el fortalecimiento de la democracia: Radio y TV comunitaria en el municipio de Chía*" dirigido por la profesora Danghelly Zúñiga.

Atentamente.

**Rafael Santiago Bueno Ardila.**



---

C.C. 1072640375

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por haberme dado la fuerza, la inteligencia y la paciencia para la realización de esta tesis, también a mis padres por su apoyo incondicional, a mis amigos que siempre me dieron ánimo y creyeron en mí y a mi directora de tesis ...no se que hubiera hecho sin ellos.

A todos mil gracias.

# ÍNDICE

<u>INTRODUCCIÓN</u>	9
<b><u>1. DEMOCRACIA, OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN</u></b>	<b>11</b>
<u>1.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU FUNCIÓN SOCIAL</u>	12
<u>1.1.1. LAS FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA DEMOCRACIA</u>	13
<u>1.2. OPINIÓN PÚBLICA, DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN</u>	18
<u>1.2.1. ANTECEDENTES DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA DEMOCRACIA</u>	19
<u>1.2.2. EL SIGLO DE LAS LUCES Y LAS REVOLUCIONES BURGUESAS</u>	21
<u>1.2.3. LA IMPRENTA Y LOS PRIMEROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</u>	23
<u>1.2.4. LAS REVOLUCIONES</u>	25
<u>1.2.5. EVOLUCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA</u>	26
<u>1.2.6. DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA</u>	29
<u>1.2.7. FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LOS OLIGOPOLIOS DE MEDIOS</u>	32
<u>1.2.8. INTERNET Y MEDIOS COMUNITARIOS COMO RESISTENCIA ANTE EL INTENTO DE MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA.</u>	39
<b><u>2. DEMOCRACIA Y SITUACIÓN ACUTAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA</u></b>	<b>43</b>
<u>2.1. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y EL DERECHO AL ACCESO A LA INFORMACIÓN EN COLOMBIA</u>	44
<u>2.1.1. RESPECTO AL DERECHO A LA LIBRE EXPRESIÓN Y LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS ANTE LA SOCIEDAD.</u>	47
<u>2.1.2. RESTRICCIONES Y LIMITACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN</u>	52
<u>2.1.3. EL DERECHO A LA INFORMACIÓN</u>	54
<u>2.1.4. VIOLACIONES AL DERECHO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN</u>	56
<u>2.1.5. LIBERTAD DE OPINIÓN</u>	58
<u>2.1.6. ALGUNAS FUNCIONES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN</u>	58

2.2. <u>LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN COLOMBIA</u>	60
2.2.1. <u>LA RADIO COMUNITARIA EN COLOMBIA</u>	60
2.2.2. <u>LA TELEVISIÓN COMUNITARIA EN COLOMBIA</u>	63
2.2.3. <u>CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS</u>	67
3. <b><u>CHÍA: MEDIOS COMUNITARIOS FRENTE A UN MUNICIPIO EN TRANSFORMACIÓN</u></b>	72
3.1. <u>CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE CHÍA</u>	73
3.1.1 <u>HISTORIA ANTIGUA</u>	73
3.1.2. <u>LÍMITES, SITUACIÓN GEOGRÁFICA, Y DIVISIÓN ADMINISTRATIVA</u>	73
3.1.3 <u>CHÍA Y SUS ALREDEDORES DESARROLLO URBANÍSTICO DEL “ÁREA METROPOLITANA” DE BOGOTÁ</u>	74
3.1.4. <u>HISTORIA RECIENTE. CRECIMIENTO POBLACIONAL Y DESARROLLO URBANÍSTICO DE CHÍA</u>	76
3.1.4.1. <u>EVOLUCIÓN</u>	76
3.1.4.2. <u>PROBLEMAS</u>	84
3.2. <u>CHÍA Y SUS MEDIOS COMUNITARIOS</u>	85
3.2.1. <u>LUNA ESTÉREO (106.4), EMISORA COMUNITARIA</u>	86
3.2.1.1. <u>HISTORIA</u>	87
3.2.1.2. <u>ORGANIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO</u>	88
3.2.1.3. <u>PROGRAMACIÓN</u>	89
3.2.1.4. <u>sitiowebluna<sup>91</sup></u>	
3.2.1.5. <u>LUNA ESTÉREO, UN MEDIO DE DEBATE Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA</u>	92
3.2.1.6. <u>CULTURA LOCAL, SENTIDO DE PERTENENCIA, Y FORMACIÓN DE VALORES HUMANOS</u>	94
3.2.1.7. <u>AUDIENCIA</u>	95
3.2.1.8. <u>LIBERTAD DE EXPRESIÓN, PROBLEMAS Y DIFICULTADES</u>	96
3.2.1.9. <u>REDES DE APOYO COMUNITARIAS Y ESTATALES</u>	97
3.2.1.10. <u>LOGROS Y DESAFÍOS</u>	97
3.2.2. <u>TELEVISIÓN COMUNITARIA LIGA DE TELEVIDENTES Y SERVICIOS COMUNITARIOS DEL MUNICIPIO DE CHÍA (LITECHÍA)</u>	98
3.2.2.1. <u>HISTORIA</u>	98
3.2.2.2. <u>ORGANIZACIÓN</u>	100
3.2.2.3. <u>FINANCIACIÓN</u>	101
3.2.3. <u>CANAL COMUNITARIO LITECHÍA, CANAL 8</u>	102

3.2.3.1. <u>PROGRAMACIÓN</u>	102
3.2.3.2. <u>PARTICIPACIÓN CIUDADANA, COMUNIDAD EN ACCIÓN, Y FUNCIÓN SOCIAL DEL CANAL LITECHÍA</u>	103
3.2.3.3. <u>EL TEMA DE LA POLÍTICA EN EL CANAL COMUNITARIO</u>	104
3.2.3.4. <u>AUDIENCIA</u>	105
3.2.3.5. <u>APOYO DE REDES COMUNITARIAS Y ORGANISMOS ESTATALES</u>	105
3.2.3.6. <u>FORTALEZAS, ASPECTOS POR MEJORAR Y DIFICULTADES</u>	106
<u>CONCLUSIONES</u>	108
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	111

# **INTRODUCCIÓN**

El motivo que condujo a la realización de esta investigación, cuyos resultados constituyen el contenido de este trabajo, fue el interés por conocer cuál es realmente el servicio que prestan los medios de comunicación a la sociedad; más allá de verlos simplemente como industrias del entretenimiento o industrias culturales, el tema sobre el que se quiso reflexionar en este trabajo fue la injerencia que tienen los medios en los procesos políticos y sociales.

En el momento en que se entra a considerar estos procesos, surge inmediatamente el concepto de democracia como punto central para empezar a problematizar la función de los medios, pues es a través del sistema de gobierno en que estos se encuentren, que se puede mirar cuáles son sus características, y los bienes y servicios que pueden prestar a la sociedad.

A partir de este marco de referencia que contiene la relación que guarda la democracia con los medios de comunicación, se presentan en este trabajo diversos subtemas que son analizados desde lo general a lo particular. En el primer capítulo se presenta una introducción sobre el espacio que los medios de comunicación ocupan en nuestra cotidianidad y la influencia que tienen estos sobre nuestra forma de actuar y pensar, y se plantea la pregunta ¿dónde radica la utilidad de los medios en la sociedad, cómo nos pueden ayudar a construir una mejor nación, una mejor ciudad o un mejor barrio? para responder a este interrogante, en primer lugar se hace una descripción de las cuatro principales funciones de los medios: función informativa, de intermediación, formativa y lúdica. La reflexión que sigue, es mucho más profunda, se aborda el tema de la opinión pública, se presenta su significado y las implicaciones que tiene su formación al ser influenciada por los medios de comunicación. Este segmento cierra introduciendo el tema de Internet y medios comunitarios, como respuesta al control de la información que tienen los llamados oligopolios de medios.

El segundo capítulo, es una aproximación al caso colombiano, en este se presenta la regulación jurídica que promueve derechos como la libertad de expresión, la libertad de prensa, y el derecho a la información, se analiza su importancia, y se explica la manera en cómo a través de estos, se puede promover la participación ciudadana, la cual sin duda fortalece la realización de los ideales democráticos. Por último, se presenta la historia de los medios comunitarios en Colombia, y se describe la injerencia que puede tener este tipo de medios en los procesos políticos, culturales y sociales.

El tercer capítulo es una aproximación al municipio de Chía, caso en el cual se considera debería existir una ciudadanía interesada por conocer y participar en los asuntos públicos debido a la fuerte transformación que este territorio está experimentando. Teniendo en cuenta esto, se presentan los resultados de una investigación en la cual, se relatan las experiencias de los medios comunitarios del municipio, el canal Litechía, y la emisora Luna Estéreo, y se cuenta la manera en que estos cumplen una serie de funciones en favor de mejorar las relaciones entre las organizaciones comunales y los entes gubernamentales. Esta aproximación permite conocer a fondo las fortalezas y debilidades que tienen los medios de comunicación en un contexto como el de Chía. Por razones de tiempo y falta de recursos, no se pudo realizar el estudio de recepción que se tenía previsto, ni el abordaje a los demás medios locales.

# **1. DEMOCRACIA, OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Ser ciudadano de una sociedad democrática es una condición en la que existen derechos y deberes, los cuales están formulados en función de unos ideales que responden a la libertad, la igualdad, la fraternidad y la paz. En este tipo de sociedad, los diferentes actores involucrados, o sea los habitantes, junto con las instituciones y el Estado, son responsables de que estos ideales se manifiesten en la realidad, es responsabilidad de todos que sea posible el cumplimiento de las normas y el respeto por los derechos.

En el momento en que este discurso se plantea en un determinado territorio como la nación, la ciudad, el municipio o el barrio, empieza a verse una estructura que diferencia funciones y roles, en donde por un lado, el Estado aparece como la figura de mayor importancia, pues este es quien toma las decisiones sobre los asuntos públicos, administra los recursos públicos, establece las leyes y juzga a sus infractores, etcétera. Al Estado le corresponden funciones de este tipo, los representantes públicos son elegidos para que sean ellos quienes decidan cómo manejar la cosa pública, sin embargo su poder no es absoluto, es parcial, y puede ser cuestionado, supervisado, y destituido, y es ahí donde la población civil puede intervenir y pronunciar sus descontentos por medio de diferentes mecanismos, es decir, la población puede hacer mucho más que elegir representantes y obedecer normas, puede alzar su voz y decir con qué está de acuerdo y con qué no. En esta dinámica que existe entre gobernantes y gobernados, los medios de comunicación de masas, ocupan un papel muy importante, pues son una herramienta de representación para los gobernados y por lo mismo, cumplen una serie de funciones sociales, políticas y culturales, que pueden llegar a tener repercusiones importantes en la sociedad.

De lo que se quiere dar cuenta en este apartado, es de la relación que guarda la democracia y los medios de comunicación, pues en este margen político-social, los medios pueden fortalecer la democracia en tanto su intención principal sea la prestación de un servicio a favor del bienestar común, es decir, el proceder mediante unos lineamientos que promuevan la accesibilidad a la información, así como la participación ciudadana, la representación y formación de la opinión pública, la comunicabilidad entre la población, la producción de contenidos de interés general para toda la ciudadanía, y el control y la supervisión sobre el quehacer de los funcionarios e instituciones estatales. El desarrollo de este tema permitirá realizar un mejor análisis sobre el lugar que pueden ocupar los medios en caso de adquirir las características mencionadas.

## **1.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU FUNCIÓN SOCIAL**

Es un hecho que los medios de comunicación social ocupan un lugar importante en la vida de las personas, ya que diariamente dedicamos horas a atender sus contenidos, ya sea porque nos entretienen, nos informan, nos educan, nos acompañan, o por otras razones. Pasa también con los medios de comunicación, que estos existen en gran variedad, hay canales de televisión y emisoras para todos los gustos, producciones cinematográficas, periódicos, libros, revistas, y sitios Web que pueden contener todo lo anterior y mucho más. Puesto de esta manera se puede afirmar que los medios de comunicación, entendidos como el conjunto de tecnologías que acabamos de nombrar, hacen parte de nuestra cotidianidad.

El consumo de medios es entonces un fenómeno en donde también pasa, que unos se hacen más populares que otros, en el caso de la televisión por ejemplo, ocurre que unos canales tienen muchos televidentes mientras que otros tienen tan solo unos pocos, la pregunta es ¿por qué? continuando con la televisión se podría decir que un canal es más visto que otro porque tiene programas más atractivos, mejor calidad de imagen, porque el acceso a este es gratis o por todas las anteriores, entre otras razones, sin embargo lo que nos interesa aquí no es una observación de tipo individualista acerca de la manera en cómo nos acercamos a los medios, pues si bien cada uno tiene derecho a decir que su consumo mediático es único, es una realidad que existen tendencias, en donde toda la nación o grandes sectores de esta, acuden a determinados medios o grupo de medios, y que estos a su vez, incurren de varias maneras en nuestra vida, ya sea porque intervienen en los asuntos políticos, o porque acogemos como cierta su interpretación de la realidad, la cual nos genera sentimientos o creencias que nos hacen convivir y relacionarnos de determinada forma. Con esto no quiero decir que el público (llamémoslo así por ahora) no sea crítico ante lo que ve en televisión o lo que lee en la prensa, pero si es una realidad que los medios tienen una influencia importante en el mundo de hoy, lo cual hace que surja la cuestión ¿qué hacen los medios y que podrían hacer por la sociedad? permítame ser más preciso ¿dónde radica la utilidad de los medios en la sociedad, cómo nos pueden ayudar a construir una mejor nación, una mejor ciudad o un mejor barrio? ¿Promueven la paz o la guerra, o ambas cosas?

Contestar estas preguntas no es fácil ya que los medios a los que tenemos acceso pueden ser muchos y muy variados, así que pueden influir en nosotros de muchas maneras, sin embargo, algo que sí se puede afirmar es que los medios son reconocidos como un poder de gran alcance, por eso, los gobiernos, a través de su legislación, limitan o determinan ciertas restricciones a la libertad de acción que estos (los medios) puedan tener, con tal de que en su labor no interfieran con la paz o el orden. Vale agregar, que este texto no intenta expresar una postura anti-medios, por el contrario, sugiere que

estos pueden hacer grandes cosas por la sociedad, ya que sin ellos, muchas personas e instituciones se verían despojadas de los derechos y facilidades que estos les proporcionan.

¿Qué papel tienen entonces los medios en la sociedad? ¿De cuales beneficios y facilidades estaría privada la audiencia si estos no existieran?

Sólo para que la respuesta a estos interrogantes quede más clara, es preciso explicar lo que NO son los medios en la democracia, demos una mirada a los medios de comunicación en regímenes no democráticos o totalitaristas. Sartori resume así sus características:

1) (...) La estructura de todas las comunicaciones masivas es rígidamente monocéntrica y monocolora, o sea habla con una sola voz, la del régimen.

2) todos los instrumentos de socialización, principalmente la escuela, son igualmente instrumentos de propaganda de Estado única: la distinción entre propaganda y educación queda cancelada.

3) el mundo totalitario se preserva como un mundo cerrado que no quiere parámetros externos, que impide la salida de la grandísima mayoría de sus propios súbditos y que censura todos los mensajes del mundo circundante.

4) El mundo totalitario es capilar e incesantemente movilizado; en esta perenne movilización los líderes locales de opinión son triturados, más por la presión de los activistas de partido que por el control policiaco”<sup>1</sup>

### **1.1.1. LAS FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA DEMOCRACIA**

En primer lugar resulta necesario, definir el concepto de democracia<sup>2</sup>. En su sentido etimológico quiere decir *demos* (pueblo) *kratos* (gobierno), es decir *gobierno del pueblo*, sin embargo esto no nos dice mucho, hace falta explicar qué es realmente:

“Decimos democracia para aludir a grandes rasgos a una sociedad libre, no oprimida por un poder político discrecional e incontrolable ni dominada por una oligarquía cerrada y restringida, en la cual los gobernantes “respondan” a los gobernados. Hay democracia cuando existe una sociedad abierta en la que la relación entre gobernantes y gobernados es entendida en el sentido de que el Estado está al servicio de los ciudadanos y no los ciudadanos al servicio del Estado, en la cual el gobierno existe para el pueblo y no viceversa”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sartori, G. (1994). *¿Qué es la democracia?*. Altamir ediciones. Bogotá, Colombia. Pp. 23-24

<sup>2</sup> Es importante tener un referente claro de qué es democracia, pues este concepto en muchos casos es usado desmedidamente; hay gobiernos en la actualidad que se autodenominan democráticos a pesar de que fácilmente evidencian rasgos totalitaristas.

<sup>3</sup> Sartori, G. (1994). *¿Qué es la democracia?*. Altamir ediciones. Bogotá, Colombia. Pp. 23-24.

Veamos algunas funciones y características de los medios, y allí entenderemos también algunos de sus rasgos primordiales. A juicio de McQuil estas quedarían resumidas así:

- a. “La institución de los medios de comunicación se refiere a la producción y distribución de conocimiento en forma de información, ideas y cultura, en respuesta a las necesidades colectivas y sociales, así como a las individuales.
- b. Suministra canales para relacionar a cientos de personas con otras: emisores con receptores, miembros de una audiencia con otros de una misma audiencia, de todo el mundo con su sociedad e instituciones constitutivas.
- c. Los medios de comunicación operan casi exclusivamente en la esfera pública: comprenden una institución abierta en la cual todos pueden participar como receptores y, en ciertas condiciones, también como emisores. La institución de los medios también tiene carácter público en tanto los medios de comunicación se refieren a cuestiones acerca de las cuales puede existir o formarse una opinión pública.
- d. La participación en la institución como miembro de la audiencia es esencialmente voluntaria, sin coacción ni obligación social
- e. La institución se relaciona con la industria y el mercado a través de su dependencia del trabajo pagado, la tecnología y la necesidad de financiación.
- f. Aunque carece de poder en sí misma, la institución está invariablemente unida al poder del Estado a través de algunos de sus usos habituales y de mecanismos legales e ideas legitimadores que varían de un Estado a otro.”<sup>4</sup>

Las funciones también pueden clasificarse de la siguiente manera: función informativa, función de intermediación, función formativa y función lúdica<sup>5</sup>:

**La función informativa.** Informar procede del latín *informare* que significa <<enterar, dar a conocer>>, sin embargo, se podría decir que todo lo que aparece en televisión o lo que se dice por radio, incluso los comerciales informan sobre algo, pero cuando se habla de “informar” en este caso, nos estamos refiriendo a la labor informativa que viene de los noticieros e informativos. En vinculación con el tema de la democracia, vale destacar el tratamiento que se le da a los asuntos políticos, “la política delinea las pautas de la convivencia social y soluciona los conflictos que pueda suscitarse. Al transmitir noticias, criticar y evaluar ideas y conductas, los medios también pueden ejercer influencia política”<sup>6</sup>.

Al informar, se relatan acontecimientos y procesos políticos, nuevos fallos constitucionales, reformas y nuevas leyes, decretos, hechos relevantes de los protagonistas políticos, sucesos de la política internacional, y el tema de la guerra entre otros temas. Al estar informado, el espectador adquiere una

---

<sup>4</sup> McQuil, Denis. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paídos. Barcelona, p.64. Citado en Comunicación, Democracia y Ciudadanía. P. 56-57.

<sup>5</sup> Estas categorías fueron tomadas de: Bobo Márquez, M. (2005) “La función social de los medios y la situación actual de la televisión en España”. [en línea] disponible en: <http://personal.us.es/mbmarquez/textos/huelva2005.pdf> , recuperado el: 15 de abril de 2011

<sup>6</sup> Thesing, J. (1999). *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Ciedla. Buenos Aires. p. 102

serie de conocimientos, algunos más prácticos que otros, pero todos funcionales para su vida; por un lado, la información permite construir una realidad mental más completa acerca del acontecer diario, por otro, el conocimiento del panorama político, conlleva a que la información sea un elemento clave en la toma de decisiones, pues los medios de comunicación, a través de sus descripciones, evaluación, reflexión y enjuiciamiento de los hechos, pueden generar conciencia sobre cuáles funcionarios son los más convenientes para la nación, a cuales apoyar, y a cuales rechazar; además el conocer la información proveniente del acontecer político, le da herramientas al ciudadano para moverse con mayor seguridad en su entorno social. A modo de ejemplo: a través de la información, el espectador puede conocer las nuevas restricciones de los motociclistas en el día de elecciones; el transmitir esta información resulta muy útil para aquellos que usan su moto como medio de transporte, pues les puede evitar problemas legales y económicos, además de otros trámites que le pueden quitar tiempo.

La pluralidad de perspectivas sobre un mismo tema, sobre todo cuando se trata de temas políticos y sociales, permite la realización de una democracia más igualitaria, participativa y justa, pues los medios, al posibilitar la pluralidad de expresiones que hay en la sociedad, promueven alternativas a la solución de conflictos y generan un mayor rigor en cuanto a la labor de fiscalización o supervisión que hacen los medios sobre la gestión de los funcionarios e instituciones estatales.

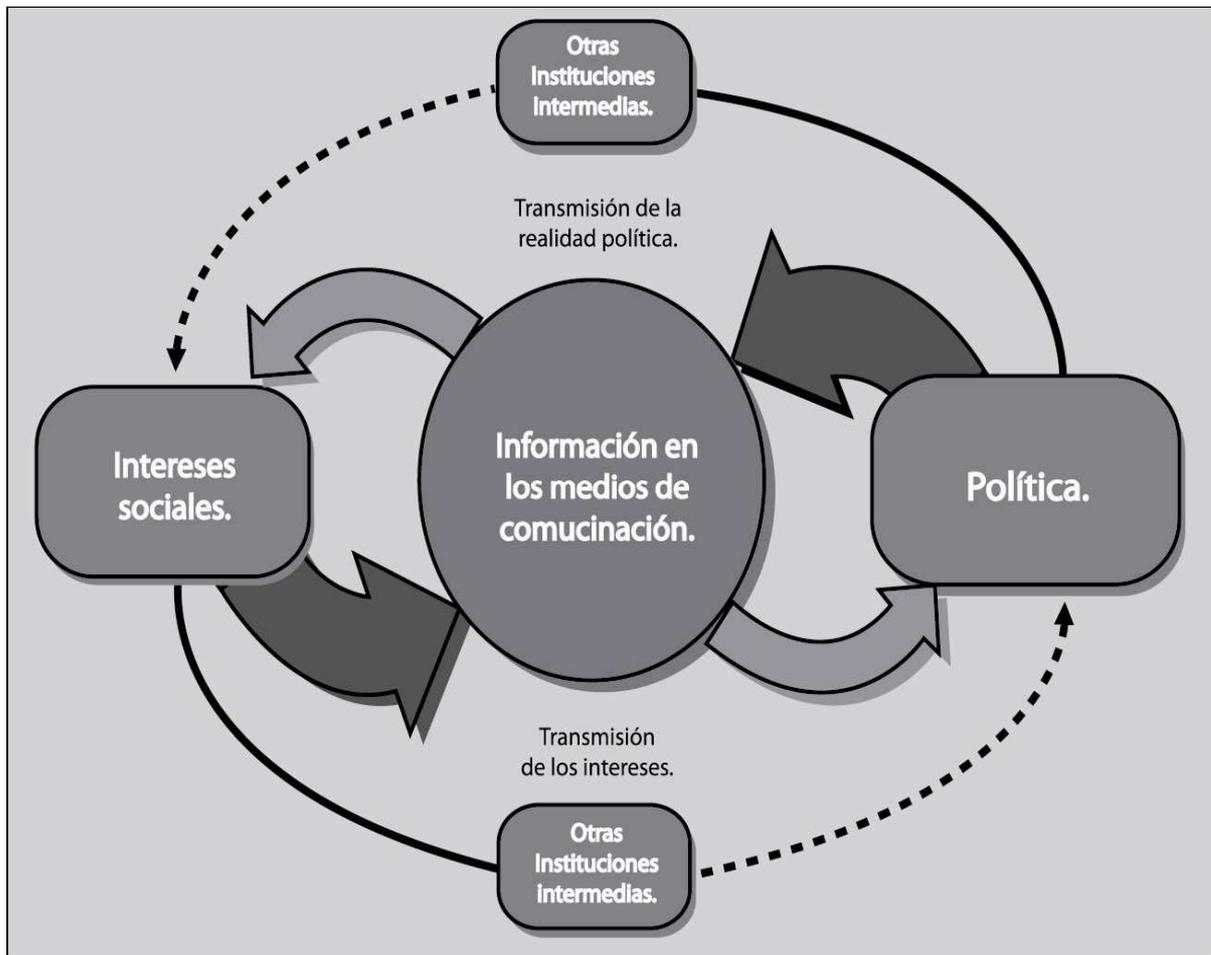
Esta función sin embargo, cuenta con el inconveniente de que no siempre se pueden transmitir a través de los medios, todos los intereses o demandas de la sociedad, ya que esta es demasiado heterogénea y está constituida por muchos miembros, por lo cual, los medios cuentan con unos filtros que seleccionan qué contenidos publicar, en los cuales se trata de mediar siempre entre la captación de audiencia y la relevancia que pueda generar el tema en el interés público.

En la dimensión política se da el siguiente esquema. En un lado se encuentran los intereses de la población, estos son transmitidos a través de los medios, allí se observan los reclamos, necesidades y reivindicaciones de la sociedad; el temario que se presenta “incide fuertemente en el proceso de formulación de las políticas, tanto en lo que se refiere a los temas como a las opiniones (...) Para la política funcionan como un sistema de alarma temprana que permite detectar evoluciones sociales y suministra indicios acerca del grado de consenso que concitan ciertos temas, personas y medidas”<sup>7</sup>. En el lado contrario, si se puede ilustrar así, está el Estado, este también tiene interés en comunicarse con la sociedad, dar respuestas a las demandas de esta, y mostrar los balances de su gestión; algunas veces la transmisión de la realidad política se da por iniciativa estatal y otras veces por iniciativa de los medios. “Los medios masivos elaboran para la población el informe sobre los procesos y resultados de la política (transmisión de la realidad política). Contribuyen de este modo a generar un mayor grado de consenso a favor de las medidas adoptadas e incrementan la base de la legitimación del sistema. Al

---

<sup>7</sup> Ídem. p. 103

mismo tiempo pueden movilizar nuevos intereses y estimular el deseo de participación”<sup>8</sup>. Algunas veces el Estado da a conocer sus programas, noticias, y demás a través de sus propios canales de televisión, revistas, sitios web u otros medios, sólo que para hacer más pública su información, acuden también a medios de comunicación privados de mayor impacto. Es importante agregar que también existen otras instituciones mediadoras como las universidades, la iglesia, grupos independientes y ONG s. El gráfico a continuación, ilustra esto que se ha venido describiendo:



Cuadro tomado de: Thesing, J. (1999). *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Ciedla. Buenos Aires. p. 103

Como complemento, habría que señalar que las flechas de mayor grosor en el cuadro, reflejan el monto de información que entra a los medios desde el Estado y desde la sociedad. Dentro de los medios se selecciona los contenidos que se van a publicar inmediatamente, aquellos que deben esperar un tiempo para ser publicados y aquellos que están incompletos o que no alcanzan a representar el interés general, es decir, el medio filtra la información, ya que esta es mucha y no se puede dar a conocer toda a la misma vez.

<sup>8</sup> ídem

De la mano de lo anterior, se sitúa **la función de intermediación**, es decir servir como mesa de debate sobre los temas de mayor controversia de la actualidad nacional o internacional; allí participan los diferentes actores que conforman la sociedad: ciudadanos, congresistas, organizaciones no gubernamentales, ministros, líderes sindicales, concejales, alcaldes o fuerza pública, dependiendo el caso. Los medios crean espacios de discusión como entrevistas, en las que a veces se permite que el público participe dando su opinión o preguntando algo. En la mayoría de los casos, los medios sirven como entidades de representación de la población, y cuestionan acerca del porqué se tomó determinada medida en tal ministerio, por qué los costos de ciertos productos siguen aumentando, cuáles serán las repercusiones de las medidas tomadas por el congreso para equis caso, etcétera. La intermediación pone a dialogar a puntos de vista enfrentados, que están en conflicto y que necesitan llegar a un acuerdo.

En tercer lugar se encuentra **la función formativa**, del latín <<formare>>, quiere decir formar algo, formar al televidente, al lector o al radioescucha, formarlo en la democracia. La educación que se recibe en la escuela, en la universidad, en la familia, en el trabajo o en el diario vivir, la mayoría de las veces se queda corta en el intento por mostrar que significa vivir en una sociedad democrática, muchas personas no conocen sus derechos ni sus deberes, y este desconocimiento los priva de muchos beneficios y les ocasiona graves inconvenientes. Los medios de comunicación de masas, gracias al lugar que ocupan en la sociedad, deben incluir contenidos de este tipo en su agenda, pues de esta manera pueden ser muy útiles para sus espectadores. La función formativa puede: enseñar sobre los derechos y los deberes de los ciudadanos; dar a conocer de manera reiterativa, los mecanismos de participación con que cuentan los ciudadanos para hacer valer sus derechos o para tener algún tipo de injerencia política; incentivar el interés por los asuntos públicos; Además podría fomentar una ciudadanía más comprometida y mejor para todos, y motivar el respeto por los demás, la tolerancia y la resolución de conflictos por medio del diálogo. En este sentido es necesario que los medios reflejen esto por medio del correcto uso del lenguaje, el buen comportamiento y el respeto en los espacios de opinión y debate.

Por último, aunque no muy cerca del tema político, se encuentra la **función lúdica**, la cual tiene como propósito distraer y divertir al público. Por medio de esta función los medios captan al público a través del entretenimiento, el cual puede ser tan diverso como se quiera, por supuesto hay que promover la libertad de expresión, sin embargo, vale anotar que debido al impacto que tienen los medios sobre la población, es importante que estos transmitan contenidos que en la medida de lo posible, enriquezcan positivamente a la audiencia, que generen algún tipo de reflexión y que sean producidos con altos estándares de calidad, creatividad e ingenio. En relación con los noticieros y programas que hablan de la realidad social y política, es preciso agregar que en el intento por captar más público, suelen existir casos en que estos hacen un tratamiento de la cosa política usando el sensacionalismo y el amarillismo, lo cual desorienta al espectador ya que este va a fijar la atención en el morbo de los titulares o imágenes y no en la comprensión profunda de los hechos.

Para cerrar este primer segmento y dar paso al que viene, hay que aclarar que la exposición de lo dicho hasta el momento, se ha hecho para mostrar los alcances que tienen los medios de comunicación en la realización de una democracia más participativa, igualitaria y justa.

Cuando en una sociedad los medios de comunicación representan un servicio para la población, y esta los asume como una herramienta de gran potencial, se pueden lograr resultados que benefician a la ciudadanía, sin embargo, es importante que esta sea consciente de lo que puede hacer por sí misma, debe reconocer la importancia de su opinión, y la importancia de la unión y de la comunicación para que esta unión sea posible, además es importante también que los ciudadanos se identifiquen con los otros miembros de su país, región, comunidad, barrio o vereda, porque de esta manera podrá existir un mayor interés sobre los asuntos públicos. Cuando concertamos acuerdos sobre lo que queremos y cuando dedicamos parte de nuestro tiempo a la comunidad en la que vivimos, no sólo estamos beneficiando a nuestros semejantes sino también a nosotros mismos y las generaciones venideras.

## **1.2. OPINIÓN PÚBLICA, DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En el apartado se enunció que los medios de comunicación, entre sus funciones sociales, deben ser vehículo de representación de la ciudadanía para incidir sobre la gestión pública, sin embargo, muy poco se dijo o casi nada acerca del problema que guarda esta representación, pues en el momento en que los medios se autonoman como representantes del pueblo, se vuelven a su vez formadores de sus ideales, actitudes y pensamientos, y en este sentido, adquieren un poder muy importante dentro de la sociedad.

El ansia de poder, el deseo por dominar, el hacer la voluntad propia ha estado presente en todas las sociedades conocidas, sin embargo, este deseo, ha entrado en conflicto con ideas que abogan por la igualdad, la libertad, la autonomía y el consenso. Estas últimas han ido ganando lugar a lo largo de la historia de manera progresiva, y han conllevado a la instauración de los derechos humanos y la democracia en muchos países, no obstante la lucha continúa, pues han ido apareciendo nuevas formas de dominación que el mismo sistema ha proveído para mantener el *status quo*, por lo cual resulta pertinente, seguir reflexionando sobre las posibilidades que aún tiene la sociedad para no caer presa de injusticias en las que unos pocos son los que terminan decidiendo sobre aquello que compete a todos. Para comprender esto, demos paso al tema de la Opinión Pública, su relación con la democracia y la manera en que está involucrada con los medios de comunicación.

### 1.2.1. ANTECEDENTES DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA DEMOCRACIA

La Opinión Pública es un concepto que ha sido tratado por numerosos autores a lo largo de la historia y su interpretación ha sido desde siempre un tema de gran controversia al punto de que es posible afirmar que los teóricos de hoy no han llegado a un acuerdo sobre lo que esta opinión significa, sin embargo, y a pesar de esto, este término sigue siendo pronunciado permanentemente en la actualidad en contextos que pasan por la cotidianidad política, los medios de comunicación, y las conversaciones informales que comparten los individuos en su diario vivir.

Desde siempre, en todo tipo de sociedades en las que ha existido un gobierno y unos gobernados, ha pasado que estos últimos, el pueblo, en medio de sus relaciones, ha compartido ciertas condiciones de vida, puntos de vista, intereses colectivos y deseos que quisieran ser tenidos en cuenta por sus gobiernos, algunos relacionados con temas religiosos, otros políticos y otros de otra índole, sin embargo, el reconocimiento de estos pensamientos colectivos que luego fueron expresados, alcanzaron un reconocimiento formal solo hasta el siglo XVIII o Siglo de las Luces, momento en el que las condiciones políticas, sociales y económicas concurrieron en un concepto que no desaparecería jamás *Opinión Pública*; esta vendría a ocupar un lugar determinante en los ideales democráticos que surgieron en este siglo, veamos cual fue su historia y a que conllevó.

En la antigüedad hubo ciertos pensadores que dieron algunas premisas sobre qué es la Opinión Pública, uno de estos fue Platón; este distingue entre dos términos que se encuentran en contraposición, el primero de ellos es la *doxa* (opinión), este alude a un tipo de conocimiento que no es verdadero, que está respaldado por las apariencias del mundo sensible, las creencias, la fe y la imaginación, es un saber ambiguo que comparte la mayoría, el vulgo. Opuesto a la *doxa*, está la *episteme* (ciencia), conocimiento de las ideas trascendentes a las que llegamos por medio de la razón, conlleva a una verdadera concepción de la realidad. Por otro lado, Aristóteles, da un valor diferente a la *doxa*, que si bien afirma, no es un conocimiento plenamente verdadero, pero debido a que es adquirido por medio de la experiencia, faculta a los seres humanos a cultivar el sentido común, conocimiento probable que permite opinar sobre lo que acontece. En Grecia también hubo otros pensadores como Protágoras, que habla de la “creencia de la mayoría”; Herodoto, que menciona la “opinión popular”, o Demóstenes que trata la “voz pública de la patria”.<sup>9</sup>

El espacio del ágora (plaza pública) en la Grecia Clásica, lugar que reunía a los ciudadanos para debatir sobre los asuntos de interés general de la polis, podría decirse que es un primer referente claro sobre lo que es reconocer la opinión de los ciudadanos y el sentido del consenso, pues a pesar de que la categoría de <<ciudadano>> era condicionada por una serie de factores que no cualquiera podía alcanzar, ya que mujeres, esclavos, y extranjeros, estaban excluidos de la participación, este sistema dejó ver una preocupación en la que ya había una conciencia acerca de lo público, pero no en el

---

<sup>9</sup> Monzón Arribas, Cándido. (1987). *La Opinión Pública: Teorías, concepto y métodos*. Editorial Tecnos. Madrid. P.15

sentido de lo público como sinónimo de estatal, sino, público como un espacio que nos pertenece a todos, en el que todos convivimos, y del que todos somos responsables.

Posteriormente durante el periodo que comprende a la historia de Roma, aparecieron otros autores que dejaron entrever también algunas ideas sobre la Opinión Pública, “Cicerón nos remite al <<apoyo del pueblo>>, Tiberio recibe el apoyo del Senado y de la <<opinión popular>> y Tito Livio habla de la <<opinión unánime>>”<sup>10</sup>. En Roma también hubo un interés por descubrir que pensaba realmente la población “los gobernantes enviaban a ciertas personas, los <<delatores>>, en busca de información sobre los problemas y preocupaciones más importantes de la población. Su misión consistía en mezclarse con el público, descubrir dichos problemas (rumores, conspiraciones) para dar cuenta a la autoridad correspondiente. La información conseguida se utilizaba, unas veces para adular al pueblo, y otras, para controlarle mejor.”<sup>11</sup>

En épocas posteriores, vendrían sistemas de gobierno autoritarios que solo tendrían en cuenta al pueblo a la hora de cobrar impuestos y de controlarlo. Durante la Edad Media, la estructura política de la época, restringió por completo cualquier opinión que no proviniera del señor feudal o del clero. La esfera privada concebía al dueño de casa junto con su familia, sin embargo fuera de ella, este ser era solamente un hombre a disposición del señor feudal, un súbdito que no tenía voz ante el poder político pues ni siquiera la tierra que trabajaba le pertenecía; pensar diferente, rebelarse, oponerse, sugerir, eran razones suficientes que conducían al destierro, el encarcelamiento, la muerte o la excomunión; aquí, los señores feudales eran quienes representaban a la colectividad, estos eran representantes de los dominios sobre los que tenían pleno poder; el espacio público no existía, tan solo se disponía de algo similar, lugares comunes a disposición de todos, como el manantial o la plaza mercado.

Más tarde, el sistema feudal se vino abajo tras una fuerte crisis causada por la peste negra y las constantes guerras, esto creó las condiciones necesarias para el establecimiento de los Estados Modernos, los cuales se organizaron formalmente en monarquías absolutas desde los siglos XIV y XV.

Luego del oscurantismo del Medioevo, empezó a ocurrir desde el siglo XV pero con más insistencia en el XVI, un movimiento conocido como el Renacimiento, que abrió nuevas libertades de pensamiento y expresión, y que se interesó por retomar aquella conciencia greco-latina centrada en el hombre. En manos de los filósofos de la época entre los cuales se destacaron Erasmo de Rotterdam, los Humanistas, los Alejandristas y otros más, surgió una mirada mucho más antropocéntrica que generó mayor confianza en el ser humano, en su libre albedrío y en sus aspiraciones, esto proveyó nuevas libertades que coincidieron con el estudio de los textos antiguos y con una mayor especulación filosófica, lo que conllevó a una mentalidad que se vería reflejada en una serie de futuros acontecimientos importantes: por un lado fueron apareciendo los grandes avances científicos y

---

<sup>10</sup> Ídem. P 16

<sup>11</sup> Ídem 16.

filosóficos, en nombres como Nicolás Copérnico (1473-1543), Galileo Galilei (1564-1642), Francis Bacon (1561-1626), René Descartes (1596-1650), Isaac Newton (1642-1727) y otros más; los aportes en este sentido, además de abrir inmensas posibilidades en materia de conocimiento sobre la naturaleza, permitieron la creación de una nueva forma de pensamiento, que en este sentido, abriría caminos que exaltarían cada vez más la libertad de pensar, la libertad de expresarse y la libertad de opinar, pues los hechos hablaban por sí mismos al mostrar los beneficios globales que tales libertades representaban.

De forma paralela, surgió la Reforma Protestante (s. XVI) impulsada por Lutero, Calvino, y Zuinglio, esto significó un cambio que iba a repercutir en el hecho de que las creencias religiosas, pasarían a corresponder a la vida privada, esto quiere decir que los designios divinos no seguirán percibiéndose como la voluntad de la gente:

“La crisis reformista del cristianismo supone una ruptura con la concepción público-autoritaria de la Iglesia, en la que se identificaba el interés de la iglesia con el interés público y el interés privado. <<la posición de la Iglesia se transforma con la Reforma; el vínculo con la autoridad divina que ella representaba, la religión se convierte en un asunto privado. La llamada <<libertad religiosa>> caracteriza históricamente la primera esfera de autonomía privada”<sup>12</sup>

La Reforma Protestante también promovió traducir la Biblia a lenguas vernáculas, esto permitió a los creyentes acercarse al texto y leer e interpretar a modo personal las escrituras; aquí se estaba valorando también la autonomía crítica del hombre.

Seguidamente, los grupos calvinistas también defendieron la libertad de cultos, la tolerancia y una nueva moral de la acción y de la ganancia económica (Max Weber)<sup>13</sup>. Más adelante, ya entrado el siglo XVII, autores como Spinoza en su obra *Tratado de las autoridades*, defenderá la libertad de opinión, y Juan Milton, en su obra *Aeropagítica* (1644), la defenderá también, pero de la siguiente manera “no sólo por los resultados favorables que pueda tener tal libertad para la propia persona, sino por los frutos ventajosos de la pública y pacífica discusión de los asuntos que atañen a todos”<sup>14</sup>.

### **1.2.2. EL SIGLO DE LAS LUCES Y LAS REVOLUCIONES BURGUESAS**

Hasta el momento, en Europa habían ocurridos cambios significativos en diferentes ámbitos, en el arte, la religión, la ciencia, y la filosofía, sin embargo, aunque estas transformaciones sirvieron de mucho en el camino por reconocer la participación del individuo común en la sociedad, los cambios en el plano político no fueron muchos, pues las monarquías continuaron en el poder, dando privilegios al

---

<sup>12</sup> Boladeras, M. (2001). La Opinión Pública en Habermas. *Anàlisi*. 26. P. 58. [en línea] disponible en: <http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf> p.58 Recuperado 1 de abril de 2011

<sup>13</sup> Monzón Arribas, C. (1987). *La Opinión Pública: Teorías, concepto y métodos*. Editorial Tecnos. Madrid. p. 19

<sup>14</sup> S. Ginger. (1975). *Historia del Pensamiento social*, Barcelona, Ariel. pp. 268-269.

clero y a la nobleza. Esta situación empezó a replantearse a partir del siglo XVII, a raíz de una nueva clase que vino de menos a más, la clase burguesa.

A partir del siglo XII, empezó a surgir una singular clase proveniente del grupo de pequeños artesanos y comerciantes que habitaban en las ciudades (burgos); esta clase no estaba bajo servidumbre feudal y sus bienes y estilo de vida no provenían de trabajar la tierra.

Con el tiempo, esta clase fue adquiriendo un mayor protagonismo en la sociedad, abrieron nuevas rutas comerciales, ferias, y se adjudicaron el papel de representar a las clases populares en cortes y parlamentos. Ya en el siglo XIV, el comercio colonial y el periodo mercantilista (s. XV-XVIII), fortalecieron todavía más a la clase burguesa, la cual acumuló mucha riqueza y ejerció presión en la conformación de los estados nacionales.

Entrados en el siglo XVIII, apareció un movimiento llamado *la Ilustración* el cual ya venía anunciándose, desde el siglo anterior. Este movimiento social, artístico (neoclasicismo), cultural, y político, inspirado por el protestantismo y el racionalismo filosófico formulado por Descartes, fue una etapa imprescindible importante en la historia del pensamiento burgués, pues permitió que esta clase reaccionara sobre el rol que debía desempeñar en la política debido a lo que esta representaba en tanto poder económico y función social. Las ideas que surgieron de este movimiento tuvieron fuertes repercusiones en la política, no solo de Francia, lugar principal del movimiento, sino también del mundo entero.

El *liberalismo* fue la ideología que emergió; se criticó fuertemente todo tipo de tradiciones religiosas y políticas, y aquel pensamiento enfocado en la razón se volvió el atributo más importante para justificar todas las explicaciones y decisiones. Entre las principales ideales de este movimiento estaba la promoción de la libertad de expresión, la libertad de pensamiento, la tolerancia religiosa, el espíritu crítico, el pluralismo político y por supuesto la libertad económica.

En Inglaterra esta filosofía estuvo principalmente representada por Thomas Hobbes, John Locke, David Hume y los utilitaristas John Stuart Mill, y Jeremy Bentham. En Francia se destacaron Rousseau y los llamados enciclopedistas, Voltaire, D'Alambert, y Diderot, y en Alemania, Kant. Estos personajes junto con otros de países principalmente de Europa Occidental, fueron relevantes en la historia política de sus naciones, pues influyeron a las reformas de las monarquías absolutas y sirvieron de fundamento para la conformación del *Absolutismo Ilustrado*.

Aconteció que los reyes ya no podían seguir adjudicándose el poder mediante una explicación divina, así que asumieron una nueva imagen en la que justificaban su poder en la utilidad de la función política que representaban, lo cual se vio reflejado en una serie de cambios que sirvieron al pueblo pero que también concentró el poder de los monarcas. Disminuyeron el poder las corporaciones provinciales, los privilegios de la iglesia y de la nobleza, centralizaron los órganos del gobierno, impulsaron numerosas obras públicas, apoyaron la creación de escuelas y academias e

institucionalizaron el ejército, entre otras reformas, sin embargo, la participación política de la población en las decisiones estatales seguía siendo mínima por no decir nula, lo cual quedó reflejado en la famosa frase de Federico II de Prusia “todo para el pueblo pero sin el pueblo”.

En este momento, aquellos pensadores de la Ilustración que con sus obras sirvieron a los monarcas para justificar su poder, sirvieron también a la clase burguesa, para que esta se diera cuenta de su posición y relevancia en la estructura social. Para lograr ejercer la presión política, la burguesía tuvo que ganar el respaldo de los trabajadores urbanos y campesinos, lo cual los llevó a preparar el siguiente proceso.

### **1.2.3. LA IMPRENTA Y LOS PRIMEROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Uno de los fenómenos más destacables que entró a dirigir esta clase durante los siglos XVII y XVIII, fue el de la institucionalización de los medios de comunicación.

La información periodística profesional obedece, por tanto, a las mismas leyes del mercado, a cuyo surgimiento debe ella su propia existencia. Una parte del material de noticias recibida, comenzó pues, a imprimirse periódicamente y a venderse anónimamente, consiguiendo así, pues la publicidad, las cartas de los comerciantes, al principio entre socios y amigos, posteriormente vendidas a interesados, están en el origen de los actuales medios de comunicación de masa.<sup>15</sup>

De esta manera fueron aumentando cada vez más las imprentas y por consiguiente, comunicados como los volantes impresos, que invadieron Europa narrando los sucesos más diversos: “acontecimientos naturales, catástrofes de guerras, pestes y hambres, hechos milagrosos, etc. La regularidad de las hojas noticiosas posibilitó a finales del siglo XVI la aparición de gacetas impresas semanalmente en su mayoría por iniciativa privada”<sup>16</sup>.

El continuo desarrollo del periodismo se siguió fortaleciendo, su difusión creció, se crearon nuevos formatos, y su popularidad fue ocupando cada vez, un lugar más importante en la sociedad; En Inglaterra este auge se dio durante el siglo XVII y en Francia durante el XVIII.

“A finales del siglo XVII y, sobre todo, a principios del XVIII, nace en Inglaterra el primer periodismo de opinión, de tipo ideológico y político, en periódicos como *The Spectator*, *The Examiner*, *The Review*, *The Mercator*, y *The Tatler* (...) a principios del siglo XVIII, nace el periodismo diario, extendiéndose a otros países según avanza el siglo. Entre los primeros diarios están el *Dayly Courant*

---

<sup>15</sup> Navarro Díaz, L. R. (2010). *Entre Esferas Públicas y Ciudadanía*. Ediciones Uninorte. Barranquilla.65-66

<sup>16</sup> Monzón Arribas, C. (1987). *La Opinión Pública: Teorías, concepto y métodos*. Editorial Tecnos. Madrid. p.20-21

(1702), el Diario Noticioso, el Journal de Paris (1777), el Pennsylvania Packet (1784) y el Times (1785).<sup>17</sup>

La prensa fue así, uno de los tantos elementos emergentes en la época, y su protagonismo en los procesos políticos y económicos fue muy especial, pues gracias a su accesibilidad permitió que surgiera un público lector que comenzó a tomar conciencia de sí mismo, de su colectividad, y de las injusticias a las que había estado sometido de por vida; la prensa en tanto transmitió los nuevos ideales políticos, cumplió el cometido de generar discusión en nuevos lugares públicos, en los cuales, individuos de todo tipo debatían sobre los asuntos políticos, generando así, una opinión colectiva, que representaba los intereses de la sociedad

Cafés y salones son instituciones de una esfera pública, donde la literatura, el arte y la música, hasta entonces bienes reservados a minorías clericales y cortesanas, se profanizan. Estos locales son el escenario de una nueva forma de interacción social caracterizada por un tipo de conversación entre personas privadas que se conciben como iguales, una igualdad que era posible solo fuera del Estado, y en el que el valor de las opiniones se establece a través de su defensa racional y no a partir de la consideración del rango social ni de la posición económica<sup>18</sup>

La prensa, como representación de los intereses de los súbditos, empezó a tener injerencia en los asuntos políticos, pues empezó a estar presente en las discusiones que se tenían al interior del Parlamento, se comenzó a consolidar el derecho a la información, y el derecho que tienen los gobernados de saber por qué el gobierno aprueba ciertas medidas y niega otras

Gracias a la actividad de la prensa, actividad que hará posibles las crecientes funciones de control político desempeñadas por el público racionante, las discusiones parlamentarias terminarán por convertirse en asunto de interés público. Este proceso traerá consigo el tránsito desde la *opinion* a la *public opinion* en la medida en que, merced a la publicidad de ciertos temas facilitada por la prensa misma, la opinión del público racionante deja de ser ya una simple opinión, equiparable a la mera *inclination*, para vincularse con las “reflexiones privada acerca de los asuntos públicos y con la discusión pública de estos”.<sup>19</sup>

En Inglaterra, el panfleto, que para entonces (siglo XVII) gozaba de una ilimitada libertad de expresión, difundía ideas acerca de la utopía de la democracia, la felicidad del hombre y la participación política en asuntos relativos al Estado. Posteriormente surgieron las <<hojas de polémica>>, más ardientes y enjundiosas que contribuyeron a la formación de corrientes de opinión<sup>20</sup>. A causa de esto, se ordenó desde la corte, la censura de los medios impresos en 1643, se cerraron los medios y todo ello desembocó en la Revolución de 1648. La opinión pública se dejó sentir e hizo caer

---

<sup>17</sup>Ídem. p. 21

<sup>18</sup> Navarro Díaz, L. R. (2010). *Entre Esferas Públicas y Ciudadanía*. Ediciones Uninorte. Barranquilla. p. 66

<sup>19</sup> Álvarez Teijeiro, C. (2000). *Comunicación Democracia y Ciudadanía*. Ciccus. Buenos Aires p. 63

<sup>20</sup> Monzón Arribas, C. (1987). *La Opinión Pública: Teorías, concepto y métodos*. Editorial Tecnos. Madrid. p. 21

el peso de su presencia física en la Cámara de los Comunes, especialmente a partir de la Revolución de 1688<sup>21</sup>.

#### 1.2.4. LAS REVOLUCIONES

Lo que ocurrió entonces fueron las llamadas Revoluciones Burguesas, en las cuales, la clase de mayor poder económico, poseedora de los medios de producción y los negocios, tuvo que enfrentar al poder político, es decir a la monarquía y a la nobleza, para poder conseguir sus objetivos: ilimitada libertad comercial, y abolición del poder supremo de la realeza. Para alcanzar su meta, esta clase tuvo que demostrar que su causa era legítima, pues de otra manera no hubiera recibido el apoyo del resto de la población (campesinado, obreros, y pequeños comerciantes), por consiguiente dispusieron de los medios de comunicación para impartir las ideas de los ilustrados sobre: igualdad, libertad, responsabilidad de los gobernantes frente a los ciudadanos, y la idea del sufragio. En síntesis, la prensa, fue una de las herramientas más importantes que ayudó movilizar al pueblo a exigir el cambio de régimen y normas públicas.

Inglaterra fue el primer país en el que la burguesía reaccionó contra el régimen; su proceso se dio más temprano que en el resto de estados, y trajo como consecuencia la instauración de un parlamento que gobernaría muy por encima de la monarquía y que reconocería la soberanía popular, la propiedad privada y el libre mercado. A John Locke se le atribuye mucho de la conquista de estos derechos por la manera en que los supo argumentar en su *1er y 2º Tratado sobre el gobierno civil*. La revolución en Inglaterra dejaría instaurado la *Carta de Derechos* o *Bill of Rights* (1689).

Un poco más de un siglo después, aparecieron diversas razones que llevaron a Norteamérica a buscar su independencia. Las medidas arancelarias impuestas arbitrariamente por los británicos, fueron el primer móvil que conllevó a los norteamericanos a establecer una fuerte y violenta oposición contra el Parlamento. Tal represalia conllevó a los británicos a instaurar medidas más estrictas y a cortar notablemente el flujo económico con las colonias en América. Estas medidas, las cuales fueron tomadas sin tener en cuenta la opinión de los representantes norteamericanos, determinó que estos declararan su independencia ya que vieron como ilegítimas las acciones que se estaban tomando desde Inglaterra, pues para ese entonces ya conocían bien la filosofía liberal, la cual veía este tipo de acciones como injustas y sin fundamento. Tras una fuerte lucha, los norteamericanos, consiguieron la victoria y consolidaron la nación de los Estados Unidos, inspirada en los principios democráticos de igualdad y libertad.

La Revolución Francesa fue el episodio que siguió. En Francia, la revolución fue más problemática que en los otros dos casos, primero la monarquía había perdido toda legitimidad por su pésima

---

<sup>21</sup> Ídem.

administración (el país pasaba por una terrible crisis de hambre) y además no quería ceder ante los requerimientos del Tercer Estado (conformado por los representantes civiles). En manos de representantes como Maximillian Robespierre, Jacques Necker, y Jean Paul Marat (dueño del periódico “El amigo del pueblo” de tendencia revolucionaria) entre otros, se materializó la revolución en fuertes enfrentamientos en los que la población civil se alzó contra el régimen, hasta conseguir la toma de la Bastilla y del Palacio de Versalles, además de la muerte del rey Luis XVI y su familia. Como resultado de la revolución quedó inscrita en 1789 la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano.

Se podría decir que es a partir de este momento histórico que la Opinión Pública se vuelve un objeto de estudio para las nascentes ciencias sociales, la política y otras disciplinas, ya que es a partir de aquí que la población civil, se empieza a interesar por conocer a fondo la actualidad política y social, es decir, a través de los diarios y demás noticiarios, se difunde una información sobre la cual *el público* va a formar una opinión sobre *lo público*.

Ya en el siglo XIX, en un contexto en el que el mundo occidental estaba enmarcado en unos parámetros sociales, económicos y políticos que daban por hecha la consolidación de una nueva época denominada *Modernidad*, ocurrió que tras la reducción de la tasa de analfabetismo, y el abaratamiento de la prensa, creció el público lector; este hecho generó fuertes corrientes de opinión, que han sido temidas por los gobiernos de antes y de ahora, pues son inquietantes las consecuencias que estas pueden causar, ya que pueden generar comportamientos, creencias, movimientos, tendencias, manifestaciones, denuncias, actitudes, revueltas e incluso revoluciones.

Las experiencias vividas tras las revoluciones liberales en Europa junto con las revoluciones independistas en América, además de la progresiva instauración de los movimientos democráticos, conllevaron a un siglo XX en el que la opinión pública fue tenida en cuenta por los gobiernos como punto de referencia en la toma de decisiones para garantizar así su legitimidad.

El reconocimiento a la opinión pública, vista como fenómeno de inmensas potencialidades, ha sido estudiada con rigor desde diferentes disciplinas y con diversos propósitos; es importante aclarar que esta no debe ser interpretada como algo intrínsecamente funcional o disfuncional en el sistema democrático de gobierno, sino como un poder más, que debe ser valorado en su debida proporción para que no termine imponiendo la fuerza por sus propias manos.

### **1.2.5. EVOLUCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA**

Como ya decíamos, la Opinión Pública (OP) entra a jugar un papel determinante en los llamados gobiernos de opinión, pues con la democracia se formaliza además la oportunidad que se concede a los hombres para que demuestren su capacidad crítica y su racionalismo frente a los asuntos de orden

político-público, pero ¿está realmente el hombre capacitado para llevar a cabo esa labor? Tal vez sí, ese es uno de los postulados que permite su participación en la discusión política, aunque puede que no, tal y como lo afirman muchas teorías que critican fuertemente la irracionalidad, fragilidad y falta de autenticidad de la OP.

Por otro lado, la OP está estrechamente ligada a conceptos como soberanía popular, sufragio universal, libertades públicas, elección y control de los gobernantes, sistema electoral y sistema de partidos. Sin dar más espera pasemos a ver las definiciones y temas más destacados en los estudios sobre la OP; Monzón, en su texto *La Opinión Pública: Teorías, conceptos y métodos*, nos da un pequeño recorrido por los estudios de esta, hemos resaltado aquí, los autores que nos parecen más relevantes y pertinentes para el presente trabajo: en primer lugar está G.C. Lewis (1849), este subraya el papel de la prensa en la formación de la expresión pública; Carl Von Gesdorf (1846), “analiza la evolución del concepto y las relaciones que mantiene con el derecho y el concepto de soberanía”<sup>22</sup>, G.C. Thompson (1886) asegura que “la opinión pública es única e indivisible se deben distinguir las opiniones (minoritarias), seriamente razonadas, de las opiniones vagas y generales de la masa”<sup>23</sup>. J. Bryce trata tres estados de la OP: el pasivo, el conflictivo y el dominio de la opinión, el tercero, afirma al igual que Tocqueville es el que gobierna en los Estados Unidos. A Bryce también se le atribuye el haber marcado la pauta en los estudios de opinión hasta los años 20; también dice que “las minorías son las que dirigen y aportan las ideas a las masas y estas se conducen más por el sentimiento que por la razón”<sup>24</sup>; En 1905, A.V. Dicey publica sus estudios en relación a “el impacto de la opinión pública sobre la ley y la vida política”<sup>25</sup>.

Unos años más adelante, A. L. Lowell, en 1913 define lo siguiente “restringe la expresión (opinión pública) a aquellas personas que, tras un debate hubieran reflexionado sobre el tema. Es decir, aquellas personas que no estuvieran informadas o que desconocieran el tema, no podrían ser sujeto de la opinión pública”<sup>26</sup>. M.Y. Ostrogorski afirma de la OP lo siguiente: “un gobierno democrático solamente es posible cuando todas las opiniones tienen igual libertad para ser expresadas y suficiente oportunidad para establecer debate razonado. Si las opiniones solamente valen para ser contadas y formar un gobierno apoyado en las mayorías, el gobierno de opinión resultante estará próximo a los gobiernos despóticos.”<sup>27</sup>

Ya entrados en el siglo XX, el concepto de opinión pública empieza a ser tratado desde otras disciplinas como la sociología y las ciencias de la comunicación, empiezan los estudios sobre origen, formación, cambio de actitudes, atención y percepción selectiva, refuerzo, consonancia y disonancia de la OP. Los estudios en comunicación vendrían a volverse más relevantes en el sentido que

---

<sup>22</sup> Ídem. p. 98-99

<sup>23</sup> Ídem. p. 99

<sup>24</sup> Ídem.

<sup>25</sup> Ídem.

<sup>26</sup> Ídem.

<sup>27</sup> Ídem. p. 99-100

aparecieron nuevas tecnologías como la radio, el cine y la televisión, además de la presencia de la prensa que ya venía de siglos atrás. Estos estudios fueron impulsados por diferentes fines, en la primera mitad del siglo sirvieron como estrategia de alienación en movimientos nacionalistas como el estalinismo, el nazismo y el fascismo; de allí se resalta el trabajo de H.D. Laswell en su tesis doctoral *Propaganda Technique in the World War* (1927) “Con esta obra dice – dice Spears – se inaugura la communication research por parte de un investigador de la ciencia política y del derecho preocupado por el impacto de los medios de comunicación de masas en la vida política, en la nueva sociedad de masas”<sup>28</sup>.

Las investigaciones que se desarrollaron durante el siglo, intentaron formular mediante diferentes postulados, las llamadas teorías de efectos, planteadas con el fin de estudiar el impacto que los medios de comunicación podían generar sobre las actitudes, comportamientos, y creencias de la población. Entre las teorías más destacables están las teorías funcionalistas: *teoría de la aguja hipodérmica o bala mágica*, desarrollada por H.D. Laswell en 1927, la cual tuvo vigencia durante el periodo entre guerras; A partir de los años cuarenta, surgió una nueva teoría conocida como *teoría de los efectos limitados*, de la cual sobresalió la *teoría de la comunicación en dos escalones* o *two step flow communication*, en la que se rescató el importante papel de las relaciones interpersonales y los líderes de opinión en la formación de la opinión pública, esta fue formulada por Paul. F. Lazarsfeld, B. Berelson, y H. Gaudet. En esta misma línea también se destacan los trabajos de R. Merton y E. Katz.

Este último, junto con J. Blumler y M. Gurevitch, postularon en la década de los 60, *la teoría sobre usos y gratificaciones*, la cual no estuvo enfocada en estudiar los medios sino la recepción de estos, es decir, el uso que la audiencia da a los medios y las gratificaciones que reciben por los contenidos transmitidos.

Más adelante, en 1970 apareció la *Teoría del cultivo* de Gerbner (no era funcionalista), esta estudia la forma en cómo los mensajes que emiten los medios tienen incidencia en la audiencia pero no de forma inmediata sino en el mediano y largo plazo; dos años más adelante, en 1972, McCombs y Shaw presentaron la teoría de la *Agenda Setting*, la cual establece que en la medida en que los medios filtran la información y deciden que contenidos hacer públicos y cuáles no, además de decidir sobre cuáles temas profundizar y cuales tratar superficialmente, inciden en la formación de la opinión pública pues son los medios quienes eligen sobre qué debe pensar la gente, y a cuáles temas darle mayor o menor importancia.

Entre otros estudios que intentaron comprender la persuasión de los medios de comunicación, vale referenciar el programa de comunicación de Yale, el cual categoriza el estudio de la comunicación mediante el modelo de las 5W, “El modelo de las 5 w divide los componentes que dan forma a un acto de comunicación y propone que, para comprender las condiciones en las que se produce la persuasión,

---

<sup>28</sup> Ídem. 101

es necesario responder a las siguientes preguntas: ¿Quién dice Qué, a Quién, mediante Qué canal, y con Qué efectos?”<sup>29</sup>

### 1.2.6. DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Para entender este tema es necesario abordar primero una diferenciación entre dos modos de ver la Opinión Pública, la primera corresponde a un pensamiento modernista que tuvo fe en la racionalidad del hombre común y le abrió un espacio de participación en la política.

Frente a la concepción que presentaba al orden natural y al orden social como dados por una autoridad superior, el hombre moderno va a sostener la capacidad ordenadora de la razón humana. Ello implica que en el orden político, la verdad puede ser alcanzada por la discusión razonadora de los hombres, en vez de ser patrimonio reservado a la revelación o a algunas autoridades exclusivas. El hombre posee capacidad para organizar su mundo y, en consecuencia la vida política debe ser resultante de unos planteamientos racionales, en el que todos los individuos pueden aportar luz y esclarecimiento. El despliegue lógico y necesario de esa idea sería el sufragio universal, donde la opinión pública alcanzaría su máxima expresión.<sup>30</sup>

Acorde a este pensamiento se pueden citar algunas definiciones descriptivas sobre la OP, veámoslas; Lowell (1923) va a sostener lo siguiente: “es la opinión de la mayoría aceptada por la minoría, opinión que va siempre ligada a la idea de “participación”, es decir a la posibilidad de realizar en la actualidad política los puntos de vista adoptados”<sup>31</sup>. Por otro lado Jean Stoetzel (1962) va a plantear una definición condicionada por los resultados que puedan haber en una encuesta sobre algún tema, en resumen su definición es: “para que exista una opinión pública o, mejor dicho, una corriente de opinión sobre determinado tema, se necesita que la mayor parte de los miembros del grupo social de referencia se pronuncie unánimemente en una misma dirección, porque si los individuos expresan opiniones muy diversas, en proporciones más o menos equivalentes, entonces nos encontraremos ante una serie de opiniones, pero no ante una opinión pública”<sup>32</sup>. En esta misma línea Fisher (1950) dice lo siguiente: “nos encontramos con que la opinión pública se nos aparece como una expresión de actitudes colectivas sobre cuestiones de carácter público, inherentes al grupo social como colectividad”<sup>33</sup>

El concepto de Opinión Pública, como hemos visto es un concepto que no es fácil de definir, pues puede tener muchas miradas, algunas resultan ser más críticas que otras, y deslegitiman su existencia, sin embargo es importante aclarar respecto a las apreciaciones que vienen a continuación, que estas están sujetas a un tipo específico de sociedad, la *sociedad de masas* la cual tiene determinadas

---

<sup>29</sup> D'Adamo, O. García Beaudoux, V. Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. McGraw Hill. Madrid. p.61

<sup>30</sup> Gonzales Seara, (1968). L. *Opinión Pública y Comunicación de Masas*. Ediciones Ariel. Barcelona-Caracas. p. 16

<sup>31</sup> Véase L. Lowell (1923). *Public Opinion in War and Peace*, Harvard University, Cambridge, Mass.

<sup>32</sup> Gonzales Seara, 1968. L. *Opinión Pública y Comunicación de Masas*. Ediciones Ariel. Barcelona-Caracas. p. 19

<sup>33</sup> Ídem. p. 23

características temporales y espaciales; en primer lugar nace a partir de la Revolución Industrial en el siglo XVIII, se consolida durante el siglo XIX, y finalmente se extiende a toda América y Europa, y en general a todo el mundo durante el siglo XX. En resumen lo que diferenció a este tipo de sociedad de aquellas que le precedían, fue el crecimiento poblacional en las ciudades, el urbanismo que se dio a raíz de eso, y un nuevo modo de producción industrial, que obligó a un ajuste en la distribución de los trabajos y las funciones de los trabajadores. Las ciudades se cargaron de una dinámica social que se caracterizó por lo siguiente: "En este medio, la masa se distingue por su atomización, causando que el hombre no esté unido a algún grupo -se piensa en la desaparición del grupo primario, la familia-; de ahí que se origine la dispersión del pueblo característica que incide notablemente sobre la opinión pública, la cual se concibe como poco organizada y manipulable por los medios"<sup>34</sup>.

En esta línea vendría a situarse Marx. Este autor tiene una visión del mundo en la cual argumenta que todo lo relacionado con lo "económico" determina el resto de la estructura de la sociedad. Para Marx, la sociedad funciona bajo un conflicto de clases en la cual unos se benefician por medio de la acumulación de riqueza y capital, y otros en cambio sufren debido a la carestía y la falta de oportunidades, además, afirma que en el mundo de los hombres, no existe una ley superior a la dictada por la ley del mercado, es decir aquella que responde a la oferta y la demanda.

Habermas cita lo siguiente: "Marx denuncia la Opinión Pública como falsa conciencia: ella se oculta a sí misma su carácter de máscara del interés de clase burgués"<sup>35</sup>. En relación con esta posición, la Escuela de Frankfurt encabezada por Adorno y Horkheimer, desarrollaría la Teoría Crítica, la cual vendría a reformularse luego con los aportes de Jurgen Habermas. En resumen, y en relación con los medios de comunicación, esta teoría dice lo siguiente:

Desde la perspectiva crítica, los medios sustituyen al razonamiento, por cuanto manipulan la opinión, estandarizan la producción artística, masifican las formas de percepción e interpretación de las realidades e individualizan a los sujetos. De esta manera, la comunicación es vía de actitudes estereotipadas y de recepciones aisladas.<sup>36</sup>

En cuanto a la Opinión Pública, habría que decir que Habermas en su texto *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, lo que hace es señalar cómo la clase burguesa, desde su participación en la formación de los medios de comunicación, tuvo como propósito lograr mediante estos, la aprobación de los públicos, lo cual fue funcional para esta clase en el sentido que lograron unir al pueblo a favor de la abolición de la monarquía, sin embargo, afirma Habermas, que la clase burguesa, tras haber alcanzado la cima de la pirámide social, llevó al declive el sentido crítico y la autenticidad de los medios. Este proceder conllevó a "la conversión de un público que razona a uno que consume,

---

<sup>34</sup> Mancera Carrero, M. V. (2007). *Historia de la Opinión Pública desde las perspectivas políticas a las perspectivas mediáticas*. [tesis de maestría], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Magister en estudios políticos. p. 58.

<sup>35</sup> Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona. p. 155

<sup>36</sup> Giraldo, C.; Naranjo, S.; Tovar, E.; Córdoba, J.C. (2008). *Teorías de la comunicación*. Bogotá. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Humanas, Arte y Comunicación. p. 63

tendencia que se consolidaría por la mediación, cada vez más manipuladora de los llamados medios de comunicación de masa, en la formación de la Opinión Pública”<sup>37</sup>. Thomson lo explica de la siguiente manera:

La comercialización de los medios de comunicación alteró su carácter en un sentido fundamental: aquello que antes fue un fórum ejemplar del debate racional-crítico se convirtió tan sólo en otro campo de consumo cultural, y la esfera público burguesa, en un mundo simulado de creación de imagen y de manejo de la opinión en el que la difusión de los productos de los medios de comunicación se pone al servicio de intereses creados. (Thomson 1996, p. 4)<sup>38</sup>

Esta privatización de los medios de comunicación, desencadenó la proliferación de los llamados oligopolios de medios o grandes conglomerados que vemos en el mundo hoy. Esto lo explicaremos en el siguiente apartado.

Sin apartarnos del tema central, la definición de Opinión Pública, veamos otros conceptos más. De la mano de la Teoría Crítica, estarían las formulaciones hechas desde la psicología por Freud y Pareto a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, los cuales se percataron que no siempre la voluntad coincide con la razón, por ejemplo para el psicoanálisis los componentes irracionales y emotivos del hombre muchas veces están por encima de los juicios racionales que este pueda tener respecto a una serie de temas; Pareto dice al respecto que “tenemos por un lado, una conducta movida por impulsos irracionales, y, por el otro, pseudoexplicaciones que los sujetos, de plena buena fe, dan de sus propias acciones. En consecuencia para Pareto, las opiniones son simples residuos básicos”<sup>39</sup> con estos “residuos” se refiere a acciones alógicas, impulsos irracionales o instintivos.

Más adelante, Gastón Berger (1957) afirma que la opinión pública es “la expresión de actitudes y sentimientos sobre un tema, procedentes de una serie de personas incompetentes en lo que a ese tema concierne. En efecto: sobre las múltiples cuestiones que afectan al hombre de hoy, son muy pocos los especialistas que de verdad saben sobre cada una de ellas; pero como a todos interesan, todos opinan y dan su parecer, formándose así la opinión pública sobre una base de incompetencia”. En esta misma medida Robert Lane y David Sears (1967), dicen que “la gente suele tener opiniones bastante firmes sobre asuntos acerca de los cuales casi no tiene información, procediendo, por tanto, la intensidad de su opinión de algún símbolo o de algún grupo de referencia”<sup>40</sup>.

Para cerrar este segmento sobre la definición de la OP, es pertinente dejar en claro algunos de sus rasgos principales y un concepto de esta que nos permita entender su significado en lo que resta del capítulo.

Respecto al término opinión:

---

<sup>37</sup> Ídem. p. 73.

<sup>38</sup> Ídem. p. 75.

<sup>39</sup> Gonzales Seara, 1968. L. *Opinión Pública y Comunicación de Masas*. Ediciones Ariel. Barcelona-Caracas. p. 17

<sup>40</sup> Ídem. p. 18

- 1) Las opiniones son siempre relativas y suelen ser objeto de fuertes disentimientos.
- 2) Las opiniones son susceptibles al cambio y pueden verse influidas por diversos agentes externos como internos como, por ejemplo, los medios de comunicación de masas o las opiniones de otros grupos.
- 3) Su correcta apreciación indica que expresan más juicios de valor que juicios de hecho.<sup>41</sup>

Lo segundo que hay que dejar en claro es el significado de lo “público”. Nicola Mateucci propone una visión de lo “público” en un triple sentido. Un primer sentido se refiere al lugar de origen, <<la Opinión Pública nace en el debate público>>, un segundo sentido refiere al objeto, o tema de discusión <<la Opinión Pública, es pública porque habla de lo público, de lo que compete a todos>>, el tercer sentido alude a “el público”, entendido como el colectivo social, portador de una opinión entorno a una preocupación común; “la opinión pública se entiende entonces por su origen, por su objeto y porque nace de la interacción social”<sup>42</sup>

En conclusión podemos definir la Opinión Pública como: “la expresión de cualquier colectivo que tenga la capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible”<sup>43</sup>

### **1.2.7. FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LOS OLIGOPOLIO DE MEDIOS**

La formación de la Opinión Pública es un proceso en el que intervienen un gran número de elementos, entre los cuales se relaciona la personalidad del sujeto con una serie de factores externos que lo llevan a emitir un juicio sobre determinado tema en un momento dado.

Con el ánimo de presentar una explicación clara y concisa, se ha seleccionado entre varios autores, el *modelo de cascada* de Karl Deutsch (1968, pp. 101-110)<sup>44</sup>, para explicar cómo se forma la Opinión Pública.

Este autor identifica un modelo de cascada en el que atraviesa una serie de cinco embalses o niveles, veamos en qué consiste.

En lo alto está la fuente en la que circulan las ideas de las élites económicas y sociales, seguidas por aquella en la que se encuentran y chocan las élites políticas y de gobierno. El tercer nivel está constituido por la red de comunicación masiva y, en buena medida, por el personal que transmite y difunde los mensajes. Un cuarto nivel está dado por los líderes de opinión a nivel local, es decir por aquel 5 o 10 por ciento de la población que verdaderamente se interesa en la política, que está atento a

---

<sup>41</sup> D`Adamo, O. García Beaudoux, V. Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. McGraw Hill. Madrid. p. 20

<sup>42</sup> Ídem.

<sup>43</sup> Ídem.

<sup>44</sup> Citado en: Sartori, G. (1994). *¿Qué es la democracia?* Altamir ediciones. Bogotá, Colombia

los mensajes de los medios y que es determinante en la formación de la opinión de los grupos con los que los líderes de opinión interactúan. En fin todo confluye en el demos, en el embalse del público, de la masa.<sup>45</sup>

Vale agregar que en medio de los embalses, las relaciones entre los diversos actores es horizontal, allí se juega una dinámica entre influyentes e influidos, la información que desciende, baja pasado por unos filtros que dejan ver en los siguientes niveles tan sólo algunas caras del problema. En complemento con el *modelo de cascada*, Deutsch, plantea también el modelo de *bubbling-up* (ebullición que sube), que surge en circunstancias en las que un asunto o problema afecta directamente a la gente.

Aquí el fenómeno de los rumores, ebulliciones y hasta estallidos de opinión – y por lo tanto de una opinión pública que emerge auténticamente y se impone desde abajo – no surge como una subespecie del movimiento en cascada. De vez en cuando el público se obstina y reacciona de manera inesperada, imprevista, indeseable para quien está en los estratos superiores. Entonces surgen maneras de opinión que verdaderamente hacen subir el curso de las aguas.<sup>46</sup>

Sartori, en su texto *¿Qué es la democracia?*, incluye además un tercer proceso, el de las identificaciones. Con esto se quiere decir que los grupos de referencia como la familia, de trabajo, la eventual identificación partidista, religiosa, de clase u otras más, influyen en la opinión de los individuos y la toma de sus decisiones. “El yo es un yo de grupo que se integra en los grupos y con los grupos que son los que instituyen sus puntos de referencia”<sup>47</sup>

De este modelo, hemos de resaltar el tercer nivel, pues posee una singular importancia. En el momento en que hay un asunto de interés público, los medios deben hacer lo posible por mostrar una pluralidad de opiniones y caras del problema, en el sentido que la opinión pública se pueda establecer en base a una realidad presentada de forma objetiva, lo cual es positivo para la democracia, ya que todos los interesados van a poder formarse un juicio razonable y crítico sobre lo que acontece. En este sentido se forma una Opinión Pública ideal.

La formación de la Opinión Pública se complejiza con el establecimiento de la agenda. Para explicar este punto es importante remitirse a la teoría *Agenda Setting*, propuesta en 1972 por Maxwell McCombs y Donald. L. Shaw. Esta teoría plantea que “la mayoría de los conocimientos que las personas poseen acerca de las cuestiones públicas, la mayor parte de los temas y preocupaciones que capturan nuestra atención, no provienen de la experiencia personal directa sino de los medios de comunicación, que actúan como la principal fuente de información”<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> Sartori, G. (1994). *Qué es la democracia?* Altamir. Bogotá. p. 60

<sup>46</sup> Ídem. p. 62

<sup>47</sup> Ídem. p. 63

<sup>48</sup> McCombs, M (2004). “Setting the Agenda for Agenda Setting Research”, en *Journal of Mass Communication Studies*, 45, p. 171-181.

Bajo esta premisa, afirma que los medios llevan a cabo un proceso de selección sobre los asuntos que deben ser presentados a la audiencia, además deciden cuanto tiempo, investigación, e importancia se le debe atribuir a un hecho o tema, dejando a su vez de lado otros temas, de esta manera determinan sobre qué debe pensar la sociedad, y a que darle importancia. “los datos indican que los medios tienden a representar el mundo social y político de manera uniforme y sesgada y que el público incorpora esos sesgos en los análisis que efectúa de la realidad”<sup>49</sup>.

Al considerar que la información que se presenta es sesgada, habría que profundizar en la pregunta acerca de por qué es sesgada y por qué hay temas de relevancia social y política que no salen en los medios. Una primera respuesta a estos interrogantes ya quedó contestada en el segmento anterior<sup>50</sup>, faltaría decir que a veces, el motivo que conduce a generar opinión sobre unas temáticas y no sobre otras, responde a intereses particulares, como por ejemplo; el permitir que unos sectores de la sociedad, se expresen más que otros; que en época de votaciones se de mayor importancia a unos candidatos o partidos políticos; o que haya una tendencia por presentar en mayor medida, las acciones positivas del gobierno que las negativas, entre otras.

Cuando esto ocurre el pluralismo informativo y por consiguiente el pluralismo político no es posible. En la actualidad los oligopolios de medios que han generado la globalización y el libre mercado, han puesto en tela de juicio la imparcialidad y autenticidad de la función social de los medios de comunicación. Ignacio Ramonet lo expresa de la siguiente manera:

Los medios de comunicación, concebidos en su origen como canales de la libertad de expresión contra los abusos del poder político y económico, en la era de la globalización han pasado a expresar los intereses de un puñado de gigantescas empresas mediáticas identificadas con los intereses económicos del establishment, en detrimento del derecho de los ciudadanos a una información veraz.<sup>51</sup>

Para mostrar cómo están establecidos los grandes grupos de medios, iremos primero al plano mundial, luego nos enfocaremos en Latinoamérica y por último veremos el caso de Colombia.

En la obra *Comunicación y Poder*<sup>52</sup> de Manuel Castells, se presentan algunos datos que dejan ver el inmenso poder de los conglomerados de medios en la actualidad y cómo la concentración de la propiedad de estos ha ido en aumento a través de los años. Veamos algunos de los apartes más importantes de este libro.

El control por la información y los medios de comunicación no es algo nuevo, en el pasado podemos encontrar diversos ejemplos que muestran esto. En el ámbito religioso, la iglesia controló por mucho tiempo los libros sagrados a través del latín, por otro lado, “las cadenas ABC, CBS, y NBC dominaron

---

<sup>49</sup> D`Adamo, O. García Beaudoux, V. Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. McGraw Hill. Madrid. p. 123

<sup>50</sup> Ver página

<sup>51</sup> *Le Monde Diplomatique*. Ramonet, I. (2003, Octubre) “El Quinto Poder: Observatorio Internacional de medios de comunicación”, en, [en línea] <http://www.lemondediplomatique.cl/El-quinto-poder.html>

<sup>52</sup> Castells, M. (2009), *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial.

tanto la radio como la televisión en Estados Unidos. A principios del siglo XX, la agencia británica Reuters, la francesa Havas y la alemana Wolff News, formaron un <<cartel noticias globales>> que dominaba la transmisión de noticias internacionales”<sup>53</sup>. Fuera de Estados Unidos, el monopolio de los medios estuvo por mucho tiempo en manos de los gobiernos.

Con el tiempo, los avances tecnológicos, los mercados, las nuevas regulaciones y el contexto político en general, han proveído el escenario propicio para el surgimiento de grandes compañías de medios, las cuales poco a poco han venido creciendo a través de fusiones y adquisiciones. “Por ejemplo, entre 1990 y 1995 hubo tantas fusiones como entre 1960 y 1990”<sup>54</sup>. **[Ver las fusiones y redes de medios en las figuras 1 y 2]**<sup>55</sup>

Hoy día se puede afirmar que existen siete grandes grupos que dominan el mercado global de medios, estos son: Time Warner (USA), Disney (USA), News Corp (USA), Bertelsman (Alemania), NBC Universal (USA), CBS (USA) y Viacom (USA) **[Ver cuadro 1]**<sup>56</sup>; a pesar de que casi todas estas megacorporaciones tienen origen en Estados Unidos, todas operan mundialmente y en red con otros grupos de medios, que también tienen gran influencia y poder en otros países, igualmente trabajan en asociación con las “empresas informáticas y de Internet más grandes y diversificadas: Google, Microsoft, Yahoo y Apple.

Lance Bennett ha identificado otros grandes grupos de medios que denomina de “segundo nivel” (las de primer nivel serían las que se nombraron anteriormente), estos son: Abril (Brasil), Bennet Coleman (The Times Group) (India), Can West (Canadá), CCTV (China), Fuji (Japón), Gannett (USA), Gazprom (Rusia), Grupo Televisa (México), Hearst (USA), Kingdom Holdings (Arabia Saudí), Lagardère (Francia), Mediaset (Italia), Naspers (Sudáfrica), Phoenix TV (China), Prisa (España), RedeGlobo (Brasil), Shanghai Media Group (China), Sony (Japón/ USA), Vivendi (Francia), y Zee (India) **[Ver cuadro 2]**<sup>57</sup>.

En Latinoamérica vale destacar algunos de los conglomerados más fuertes e internacionales. En primer lugar se encuentra el Grupo Televisa, liderado por Emilio Azcárraga Jean; este grupo posee Editorial Televisa (la editorial de revistas en español más grande del mundo); en el sector televisivo tiene gran presencia a través de sus distintas filiales: Televisa Video (comercialización de productos en formato de video), Visat (producción, programación, distribución y comercialización de diversos canales para la televisión de pago. Su cobertura se extiende tanto a nivel nacional como internacional), Televisa Cine (productora de cine), Telesistema Mexicano (canales de TV en México), y SKY

---

<sup>53</sup> Ídem. p. 112

<sup>54</sup> Ídem. p. 113

<sup>55</sup> Ver anexo 1 y 2. *Interrelaciones clave entre multinacionales de la comunicación y corporaciones diversificadas de Internet. Y Interrelaciones entre grupos escogidos de medios de comunicación multinacionales de segundo nivel y el núcleo global.*

<sup>56</sup> Ver anexo 3. Holding de los mayores conglomerados de medios de comunicación diversificados multinacionales.

<sup>57</sup> Ver anexo 4. Mapa de propiedades de conglomerados multimedia de segundo nivel.

(televisión satelital, en asociación con News Corp), Además, es dueño de gran parte de Cablevisión (servicio de tv por cable), y de Radiópolis, grupo de estaciones radiales que comparte con el Grupo Prisa.<sup>58</sup>

Por otro lado se encuentra el Grupo Cisneros, en manos del multimillonario Gustavo Cisneros; es dueño de Venevisión en Venezuela, y accionista de otras cadenas televisivas en Latino América: en Chile (Chilevisión), Colombia (Caracol Televisión) y el Caribe (Caribbean Communication Network), además es el mayor accionista de las cadenas de televisión para latinos en Estados Unidos, Univisión y Galavisión. Por otro lado, también es socio de Direct TV Latin America, y en sociedad con America On line, desarrolla AOL Latín América, uno de los proveedores más importantes de Internet en América Latina<sup>59</sup>. Entre sus tenencias también figura Ibero-American Media Partners (Latin American Media Investments, 50%), y Playboy TV Intl. (derechos de transmisión para el Reino Unido, España, Portugal, Japón y América Latina; y sólo en castellano para Estados Unidos, 80%)<sup>60</sup>

Un tercer grupo es el Grupo Globo, de propiedad de la familia Marinho, es el mayor proveedor de contenidos mediáticos de Brasil; En sus manos está Globocabo (televisión por cable), el diario de mayor circulación en el país O` Globo , y una participación significativa en la televisión satelital SKYtv (asociada a News Corp). En medios impresos posee además la Editorial Globo, que tiene que tiene numerosas revistas, y el Diario de SP. También cuenta con Rede Globo, que tiene la productora de televisión líder en Brasil TV Globo, y 107 estaciones de radio por todo el territorio brasileño, además posee TV Globo Internacional<sup>61</sup>. La empresa Microsoft ha tenido una participación accionaria significativa, en 2003 contaba con el 11.5% del grupo<sup>62</sup>.

Un cuarto grupo por destacar es el Grupo Clarín, el grupo de medios más grande de Argentina; este es dueño de importantes medios impresos como: diario nacional Clarín, diario Olé (deportiva), Revista Ñ, revistas Genios, Shop & Co, y ELLE, periódico La Razón (de distribución gratuita), libros coleccionables (por fascículos), y textos escolares Tinta Fresca; además posee parte de Cimeco (red de medios gráficos de la Argentina), de AGR (la planta impresora más grande del país), y de Papel Prensa (productora de papel). En cuanto a televisión tiene canales de gran impacto como Canal 13, TN (Todo Noticias), TyC Sports, Volver, Magazine, Metro, Quiero música en mi idioma, Teledeportes (titular de derechos de las transmisiones deportivas) y la cadena de canales Artear. Clarín también es

---

<sup>58</sup> "Televisa". Infoamérica: el portal de la comunicación, [en línea] disponible en: [http://www.infoamerica.org/grupos/televisa\\_1.htm](http://www.infoamerica.org/grupos/televisa_1.htm) recuperado el: 19 de mayo de 2011

<sup>59</sup> "Cisneros". Infoamérica: el portal de la comunicación, [en línea] disponible en: [http://www.infoamerica.org/grupos/cisneros\\_1.htm](http://www.infoamerica.org/grupos/cisneros_1.htm) recuperado el: 19 de mayo de 2011

<sup>60</sup> Bottome, R. "Grupo Cisneros, un caso (ingrino) de éxito venezolano", en Veneconomía [en línea] disponible en: [http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp597\\_342.pdf](http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp597_342.pdf)

<sup>61</sup> "Globo", Infoamérica: el portal de la comunicación. [en línea] disponible en: [http://www.infoamerica.org/grupos/globo\\_1.htm](http://www.infoamerica.org/grupos/globo_1.htm)

<sup>62</sup> Mastrini, G. Becerra, M. (2003, agosto), "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado nacional, a la valorización en escala". Año 5, Vol. 2. [en línea], disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art473.htm> , recuperado el: 12 de abril de 2011

dueño de Clarivisión (televisión por cable) y del Filbertel (proveedor de Internet). Tiene además algunas emisoras radiales.<sup>63</sup>

Entre otros grandes grupos de medios de Latinoamérica, están: Abril (Brasil), Azteca (México), Comercio (Ecuador), Copesa (Chile), Perfil (Argentina), y Estrellas de Oro (México).

Yendo ahora al plano nacional, en Colombia, encontramos a: La Organización Ardila Lulle en manos del empresario Carlos Ardila Lulle, es propietaria de los canales nacionales RCN y NTN24, además posee RCN Radio, que cuenta con 107 emisoras de cobertura nacional<sup>64</sup> y la revista Poder. Ardila Lulle es además dueño de empresas en los sectores: bebidas (Postobon S.A.), agroindustrial (Incauca S.A., Ingenio Providencia S.A., Bananal S.A., Industrias Forestales Doña María S.A., Sucromieles S.A., C.I.M. Sociedad Comercializadora Int. De Azucares y Mieles S.A), en el sector textil (Coltejer, Textiles Río Negro y Cia LTDA), en el sector financiero (Coltefinanciera S.A.) y en otros sectores.<sup>65</sup>

Por otro lado está el Grupo Santo Domingo, propiedad del segundo hombre más rico de Colombia, Julio Mario Santo Domingo, el cual posee medios de gran impacto como el Canal Caracol (de cobertura nacional), el periódico El Espectador, las revista Cromos, la revista Shock, y los teatros de cine Cine Colombia, además es el segundo accionista más importante de la cervecería SABMiller.

A otro costado, está El Grupo Prisa, de España, que posee las 112 emisoras de cobertura nacional<sup>66</sup> de Caracol Radio, así como también las editoriales Santillana y Alfaguara, además está aliado con el noticiero televisivo CM& y el Grupo Nacional de Medios el cual controla los periódicos impresos El Colombiano, El País, Vanguardia Liberal y El Universal.

En medios impresos también está presente otro grupo español, el Grupo Planeta, dueño de otro de los conglomerados de mayor impacto a nivel nacional; en sus manos está, los canales de televisión City TV y ET Canal El Tiempo; la Casa Editorial El Tiempo (revistas: Aló, Don Juan, Portafolio), el diario de mayor impacto nacional El Tiempo, además de los periódicos ADN que circulan gratuitamente en las ciudades más importantes del país. Respecto a este medio, se resalta que desde el inicio hasta hace muy poco tiempo, estuvo en manos de figuras de notable influencia política, como su fundador, Eduardo Santos, que fue presidente de la República entre los años 1940-1944, y también de la misma

---

<sup>63</sup> Grupo Clarín. [en línea], disponible en: <http://www.grupoclarin.com/index.html> Recuperado el 6 de abril de 2011

<sup>64</sup> Coronel Noguera, H. (2010, junio) "Industrias culturales: Alta concentración mediática en Colombia. Empresarios se quedan con el paquete de la publicidad oficial y el mercado se estrecha aún más" en Encuentros [en línea], disponible en: [http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf) , recuperado el: 12 de mayo de 2011

<sup>65</sup> Organización Ardila Lulle. [en línea] disponible en: <http://www.canalrcn.com/quienesSomos/oal/>, recuperado el: 5 de mayo de 2011

<sup>66</sup> Coronel Noguera, H. (2010, junio) "Industrias culturales: Alta concentración mediática en Colombia. Empresarios se quedan con el paquete de la publicidad oficial y el mercado se estrecha aún más" en Encuentros [en línea], disponible en: [http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf) , recuperado el: 12 de mayo de 2011

familia, el ex vicepresidente Francisco Santos Calderón, y el actual presidente y ex ministro de defensa, Juan Manuel Santos.

El panorama mundial nos muestra que tanto en Europa como en América Latina y en Norte América, los medios de comunicación funcionan como cualquier otra industria, son manejados por megacorporaciones que interesadas en expandirse y ampliar su capital lo más que pueden, direccionan sus objetivos bajo los condicionamientos del libre mercado, lo cual hace pensar que la función social pasa a un segundo lugar, esto resulta inquietante para el tema del pluralismo informativo, pues al haber una concentración de poder sobre los medios como ocurre con los conglomerados que se citaron, pasa que la población queda expuesta a una información que proviene de muy pocas fuentes, y esto resulta contraproducente en el ejercicio de la formación de la opinión pública, pues no permite a los ciudadanos considerar la realidad desde diferentes ángulos, ya que están limitados a una gama muy reducida de información que pasa siempre por los mismos filtros .

En el caso de Colombia, vemos por ejemplo conglomerados de medios como Planeta, Grupo Prisa, RCN y Caracol, estos grupos están condicionados por una competencia económica que los impulsa a crear contenidos que simplemente capten público, ¿importa la calidad de la información, la relevancia social o cultural de los contenidos? Quizás, pero con toda seguridad, algo que sí interesa es el posicionamiento del medio, lo que a su vez genera mayores ingresos por publicidad.

El poder que genera los amplios niveles de concentración de los medios y su capacidad de incidir en la opinión pública, sobre todo cuando se aglutina en manos de pocas corporaciones, lleva fácilmente y de manera casi natural a la censura y a la conformidad de pensamiento y cultura. De tal suerte, la descentralización constituye el espacio por excelencia donde se realizan los intereses del gran capital, mientras, los medios de comunicación se convierten en el instrumento trasmisor del pensamiento único: el libre mercado.<sup>67</sup>

Veamos algunas cifras del caso en cuestión, según los datos arrojados en el estudio de la concentración de medios de comunicación en Colombia, en el año 2003, las emisoras de Caracol y RCN recibieron el 90.62% de la inversión en publicidad del país, lo que equivale a 151 millones 335 mil 400 dólares al año. En televisión también ocurrió que Caracol y RCN, se llevaron la mayor parte de la torta publicitaria, pues en el 2004, recibieron el 68.3% de la publicidad. Por otro lado se observa que El Tiempo, en el año 2000, obtuvo el 30% del mercado de medios impresos y alcanzó una facturación de 101 millones 303 mil dólares, cifra que contrasta con el periódico El Colombiano, que obtuvo el segundo lugar con ganancias por 20 millones 909 mil dólares. En el 2004 El Tiempo

---

<sup>67</sup> Sancho Larrañaga, R. "Concentración de los medios de comunicación y orden global (parte II)", en Vivo [en línea] disponible en: <http://www.envivo.icrt.cu/opinion/184-concentracion-de-los-medios-de-comunicacion-y-orden-global-parte-ii>. recuperado el: 10 de mayo de 2011

continuó siendo el periódico líder del país, consiguiendo para este año el 37% de los ingresos del sector.<sup>68</sup>

Ante la desconfianza que puedan generar estos conglomerados, habría que preguntarse ¿qué pueden hacer aquellos que necesitan expresarse también y que no son tenidos en cuenta por los medios hegemónicos?, ¿cómo comunicar públicamente sus demandas e injusticias? Desde la política se ha reconocido un mecanismo: los medios comunitarios; desde la tecnología, otro: Internet.

### **1.2.8. INTERNET Y MEDIOS COMUNITARIOS COMO RESISTENCIA ANTE EL INTENTO DE MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA.**

Teniendo como eje del documento, la pregunta sobre qué pueden hacer los medios en función de la democracia, se ha tenido en cuenta dos elementos que fortalecen el ejercicio de este sistema de gobierno, uno es Internet y otro los medios comunitarios.

Internet es una tecnología que ha proveído muchas soluciones en el modo de compartir información, intercambiar datos y comunicarnos. Debido sus pocos años de existencia, aún se están descubriendo los innumerables usos que este medio puede proporcionar, sin embargo, es válido afirmar que en relación a temas como la libertad de expresión, y la pluralidad de la información, ha aportado mucho, veamos por qué.

Algunos de las posibilidades que provee Internet se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

el desarrollo potencial del voto mediante conexión en línea; la puesta a disposición del usuario de páginas electrónicas de partidos y candidatos; el aumento de la capacidad de trabajo y cooperación entre grupos de interés y nuevos movimientos sociales; la fácil disponibilidad de fuentes de información y noticias sobre acontecimientos de actualidad provenientes de periódicos en línea, televisión de banda ancha y canales de radio; la capacidad de los ciudadanos de ponerse en contacto con los representantes por ellos elegidos y de examinar a fondo la legislación emanada de las instituciones locales y nacionales; y la puesta a disposición de servicios públicos en línea sobre impuestos, sanidad, vivienda y educación.<sup>69</sup>

Internet ofrece un sinnúmero de oportunidades, pues permite la circulación de todo tipo de información, además brinda la posibilidad de que esta sea presentada a través de diferentes formatos, ya sea fotos, dibujos, videos, animación, texto o audio. Por otro lado, admite que cualquier persona, sin importar edad, sexo o posición social, pueda publicar lo que desee, muchas veces de forma

---

<sup>68</sup> Coronel Noguera, H. (2010, junio) "Industrias culturales: Alta concentración mediática en Colombia. Empresarios se quedan con el paquete de la publicidad oficial y el mercado se estrecha aún más" en Encuentros [en línea], disponible en:

[http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf) , recuperado el: 12 de mayo de 2011

<sup>69</sup> Norris, P. (2001), "Democracia y tecnología de la información: ¿oportunidad o amenaza?", Noticias de Internacional IDEA, [en línea], disponible en: [http://archive.idea.int/newsletters/2001\\_03\\_esp/opinion.htm](http://archive.idea.int/newsletters/2001_03_esp/opinion.htm) , recuperado el: 16 de mayo de 2011

gratuita. En el plano político, habría que anotar un punto de vital relevancia, y es la oportunidad que brinda a los ciudadanos de denunciar, ya sea contra el Estado, contra las instituciones o contra la misma población, las injusticias de las cuales se percata en su diario vivir; esto ha conllevado a que de cierta manera, muchos individuos hagan el papel de periodistas, formulando opiniones, preguntas, o proponiendo soluciones; esta tecnología ha motivado a que las personas tengan una actitud más participativa en lo que refiere a asuntos públicos, gracias al fácil acceso e inmediatez que esta tecnología proporciona.

Entre otras ventajas, la posición activa del usuario de Internet, le permite no estar sujeto a una agenda establecida previamente, pues este desde su ordenador, es quien decide qué información le interesa consultar, en qué proporción y a través de que fuentes.

En cuanto a las dificultades que se pueden presentar, habría que decir que tal pluralidad de información puede también ser contraproducente, ya que el usuario puede sentirse desorientado al no saber quien habla con verdad e imparcialidad y quien está diciendo mentiras, por lo tanto debe navegar con mucho cuidado teniendo un sentido crítico e identificando las fuentes que son más confiables, sin embargo, habría que rescatar que un fenómeno constante a favor del principio de igualdad, es el hecho que personas sin altos recursos económicos y sin ser figuras públicas, puedan posicionar sitios Web, como blogs, que terminan siendo consultados por miles de usuarios y adquieren mayor legitimidad que aquellos que cuentan con gran tradición o respaldo económico.

Por último, habría que decir, que las redes sociales, quizás los sitios más consultados en Internet hoy día, han sido una herramienta clave para que los ciudadanos tanto en el plano local como global, se unan a favor o en contra de determinadas causas. La posibilidad de reunirse a través de la plataforma virtual, ha permitido a las personas generar fuertes movimientos que se han visto traducidos en marchas, proyectos de ley, disturbios, huelgas, y otro tipo de manifestaciones que han registrado ya numerosas reformas políticas en diferentes partes del mundo.

Los gobiernos de diferentes partes sin embargo, no han hecho caso omiso de las inmensas posibilidades de comunicación que ofrece Internet, por lo cual, en diferentes países las censuras no se han hecho esperar; El sitio Web *Committee to Protect Journalist* (CPJ), recientemente ha realizado un análisis en el cual sintetiza diez formas de censura en Internet, de acuerdo a su artículo “*Las 10 herramientas de los opresores de Internet*”<sup>70</sup>, estos han sido los tipos de censura según su país de origen:

- 1) **Censura de Precisión** (Bielorrusia): Ocurre cuando se atacan sitios de Internet en momentos estratégicos. En Bielorrusia, un medio opositor del régimen, *Chartes 97*, fue desmantelado durante el día de elecciones presidenciales mediante un ataque de negación del servicio

---

<sup>70</sup> O'Brien, D. (2011, mayo), “Las 10 herramientas de los opresores de Internet”, Committee to Protect Journalists: Defending Journalists Worldwide. [en línea] disponible en: <http://www.cpj.org/es/2011/05/las-10-herramientas-de-los-opresores-de-internet.php>, recuperado el: 19 de mayo de 2011

- conocido como DOS, el cual impide que el sitio funcione normalmente debido a una sobrecarga de solicitudes. Entre otros ataques registrados, se sabe que los editores de *Chartes 97*, fueron golpeados, arrestados y amenazados, y sus oficinas fueron allanadas. En septiembre de 2010, su fundador Aleh Byabenin fue encontrado ahorcado en circunstancias sospechosas.
- 2) **Acceso Denegado** (Cuba): El acceso a la red en Cuba es prácticamente inexistente. Las políticas de este país han restringido el acceso a Internet severamente, solo una pequeña fracción de la población tiene acceso a Internet en sus casas, el resto debe usar puntos de acceso controlados por el gobierno mediante registro de identificación, intensa vigilancia y restricciones de acceso a sitios que no sean de origen cubano.
  - 3) **Control de la Infraestructura** (Etiopía): En este país las telecomunicaciones están fuertemente controladas por el gobierno. El control monopólico sobre el acceso a Internet, líneas telefónicas y celulares, y el bloqueo satelital para impedir que los ciudadanos reciban noticias extranjeras, son medidas de fuerte represamiento que por obvias razones no dejan operar a los periodistas libremente. Un proyecto académico internacional conocido como OpenNet Initiative, que monitorea el filtrado y vigilancia a Internet, afirmó que Etiopía, conduce a una filtración “sustancial” sobre noticias.
  - 4) **Ataques a sitios manejados desde el exilio** (Myanmar): Estos ataques son efectuados contra sitios en el exilio que cubren noticias en Myanmar, muchos enfrentan denegación del servicio.
  - 5) **Ataques con Malware** (China). A través de programas de computación dañinos conocidos como malware, los periodistas han sido víctimas de engañosos correos electrónicos que parecen contener información importante pero que en verdad contienen programas que se instalan en sus computadores automáticamente para que puedan ser espiadas sus acciones.
  - 6) **Crímenes Cibernéticos de Estado** (Túnez bajo el gobierno de Ben Alí): Además de censurar correos electrónicos y redes sociales, en este gobierno, en 2010, la Agencia Tunecina de Internet, redireccionó a los usuarios tunecinos hacia páginas falsas creadas por el gobierno para sitios como Google, Yahoo, y Facebook. Desde estas páginas las autoridades robaron nombres de usuarios y contraseñas. Cuando periodistas tunecinos de la Web empezaron a enviar sus informes sobre la revuelta, el Estado usó sus datos de registro para borrar el material.
  - 7) **Poderosos Interruptores de Internet:** Países como Egipto bajo el gobierno de Hani Mubarak, Myanmar, la región de China de Xinjang, Libia y Bahreín, ante las revueltas populares, impidieron el acceso al servicio de Internet en todo el país, mediante el cierre de los proveedores de servicio a Internet (IPS) o mediante un interruptor que controla toda la infraestructura de todo el país.
  - 8) **Detención de Bloggeros** (Siria): Numerosas detenciones indiscriminadas y arbitrarias se han cometido a bloggers o periodistas disidentes, para interrumpir la labor activista en los nuevos medios e intimidar a quienes pretendan hacer lo mismo.

- 9) **Violencia contra los periodistas digitales** (Rusia): “Es el nuevo objetivo de regímenes con tradición en la persecución represiva del periodismo. En estos países, la violencia ejercida contra la prensa tiene cada vez más como blanco a los periodistas digitales”<sup>71</sup>.
- 10) **Bloqueo de la Web** (Irán): Consiste en censurar fuentes de noticias en línea usando proveedores de Internet locales y canales internacionales para configurar listas negras de sitios de la red, e impedir el uso de ciertas palabras claves por parte de los ciudadanos.

“Irán y China encabezan la lista del CPJ de 2010 de los peores carceleros de la prensa, con un registro total de 34 periodistas presos por su labor. Mediante inversión en nuevas tecnologías para bloquear la Web, y la persecución activa de aquellos que logran evadir tales restricciones, Irán lleva la delantera a nivel mundial”<sup>72</sup>.

Respecto a los medios comunitarios, habría que enunciar simplemente que estos medios han servido también a que las tecnologías de la información estén en manos de los ciudadanos comunes y corrientes, sin embargo, este tema será analizado debidamente en el siguiente capítulo.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Lajas, J. (2011, mayo) “10 formas de censura de Internet en regímenes sin libertades”, Periodismo Ciudadano [en línea] disponible en: <http://www.periodismociudadano.com/2011/05/08/10-formas-de-censura-de-internet-en-regimenes-sin-libertades/>

<sup>72</sup> O'Brien, D. (2011, mayo), “Las 10 herramientas de los opresores de Internet”, Committee to Protect Journalists: Defending Journalists Worldwide. [en línea] disponible en: <http://www.cpj.org/es/2011/05/las-10-herramientas-de-los-opresores-de-internet.php>, recuperado el: 19 de mayo de 2011

<sup>73</sup> Ver capítulo 2. p. \_\_\_\_

## **2. DEMOCRACIA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA**

En el capítulo anterior se mostró la importancia de los medios de comunicación en cuanto a las funciones sociales que pueden desempeñar y en cuanto al papel que juegan en la formación y representación de la opinión pública, y la estrecha relación que guarda este último concepto con la democracia.

La democracia es un sistema de gobierno en donde se privilegia la soberanía popular, en el cual se promueve el sufragio universal, y se traza políticas que garanticen la libertad e igualdad de todos los individuos que conforman la sociedad, sin embargo la democracia puede ser de diferentes maneras, existe la democracia directa y la democracia indirecta o representativa, la cual rige en la actualidad en todos los países considerados democráticos. En este sistema de gobierno, los ciudadanos pueden elegir mediante el voto, a los representantes del poder legislativo, ya sean congresistas, diputados, senadores o parlamentarios, dependiendo la cámara en que desarrollen su trabajo y la tradición de cada país. En cuanto al poder ejecutivo el jefe de gobierno, ya sea el presidente o primer ministro, puede ser elegido de forma indirecta como ocurre en países como Estados Unidos o el Reino Unido, o de forma directa como es el caso de Colombia.

El sistema de gobierno de la nación colombiana queda expresado en el Artículo 1º de su Constitución Política (1991).

**ARTICULO 1.** Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Valga resaltar algunos puntos. El que sea un Estado de derecho, quiere decir que es un Estado en donde quien gobierna y tiene poder sobre los individuos y las instituciones, es la legislación, el conjunto de leyes, que se aplican a todos los individuos por igual, por lo tanto, el Estado es únicamente una unidad de intervención que gestiona el cumplimiento y actualización de las mismas, las cuales vale decir están fundadas sobre el consenso de los representantes públicos, del cual se admite que su validación es legítima ya que en teoría refleja los intereses, valores y principios morales que comparte toda la sociedad. Por otro lado, su carácter social, responde a que el Estado no sólo se interesa por la libertad del individuo sino también por la colectividad, o sea, es intervencionista en los contenidos y acciones en los distintos campos de la vida social.

Respecto al hecho de autonombrarse como democracia participativa, habría que decir que lo que se busca aquí, es un modelo de gobierno, en el que la democracia no se limite simplemente a elegir en las urnas, representantes públicos cada cuatro años, por el contrario, lo que se pretende, es fomentar la participación ciudadana como fundamento de la democracia directa, en donde los ciudadanos puedan tener una mayor incidencia social y política. En tanto esto se ha creado los mecanismos de participación:

**ARTICULO 103.** Son mecanismos de participación del pueblo en ejercicio de su soberanía: el voto, el plebiscito, el referendo, la consulta popular, el cabildo abierto, la iniciativa legislativa y la revocatoria del mandato. La ley los reglamentará.

El Estado contribuirá a la organización, promoción y capacitación de las asociaciones profesionales, cívicas, sindicales, comunitarias, juveniles, benéficas o de utilidad común no gubernamentales, sin detrimento de su autonomía con el objeto de que constituyan mecanismos democráticos de representación en las diferentes instancias de participación, concertación, control y vigilancia de la gestión pública que se establezcan<sup>74</sup>

El gran propósito de la nación es generar diferentes espacios de diálogo, de debate, de resolución de conflictos y de consensos, en los cuales exista la oportunidad de encontrar solución a los problemas que más afligen a nuestra sociedad, como son la corrupción, la desigualdad social, la discriminación y el conflicto armado; para que esto se cumpla, es decir, para que la participación ciudadana se materialice, es necesario reconocer en principio uno de los grandes pilares que garantiza la intervención de los ciudadanos en el diálogo social, el derecho a la *libertad de expresión*, veamos de qué se trata.

Este derecho es una pieza clave en la conformación de nuestra nación, está amparado por el Artículo 20 de la Constitución Política, y es a partir de este que devienen otros derechos como la libertad de prensa, de opinar y de informar, los cuales, componen una normatividad que respalda la formación de unos medios de comunicación libres que pueden ayudar a consolidar los ideales democráticos.

## **2.1. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y EL DERECHO AL ACCESO A LA INFORMACIÓN EN COLOMBIA**

La libertad de expresión es un derecho clave en la conformación de nuestra nación, este garantiza a toda la población, y por consiguiente a los comunicadores sociales, periodistas y personas que participan en creación de contenidos para medios, que puedan expresarse informando, criticando o fiscalizando, sin temor a ser censurados o amenazados. Por otro lado y de manera consecuente con lo

---

<sup>74</sup> Colombia, Constitución Política, [en línea], disponible:  
[http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/ConstitucionPoliticaColombia\\_20100810.pdf](http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/ConstitucionPoliticaColombia_20100810.pdf),  
recuperado: 18 de mayo de 2011

anterior, se encuentra el derecho a la información, este garantiza que todos los habitantes estén en capacidad de ser informados y que sean libres de consultar el medio que deseen. Hay una concordancia entre el proporcionar y recibir información.

La libertad de expresión, queda entonces garantizada dentro del estado colombiano bajo el Artículo No 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Artículo No 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, también llamada Pacto de San José de Costa Rica; el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Artículos 28 al 45, y la Constitución Política de Colombia. Para entender lo que se quiere mostrar con esto, bastará con citar dos de estos estamentos:

Artículo 13, Convención Americana de Derechos Humanos, Pacto de San José de Costa Rica.

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura, sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la Ley y ser necesarias para asegurar:
  - a) El respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
  - b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o a la salud o la moral pública.
3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.
4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la Ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.
5. Estará prohibida por la Ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.<sup>75</sup>

Artículo 20, Constitución Política de Colombia:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

---

<sup>75</sup> Organization of American States. CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS SUSCRITA EN LA CONFERENCIA ESPECIALIZADA INTERAMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS San José, Costa Rica 7 al 22 de noviembre de 1969 CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS (Pacto de San José)., [en línea], disponible en: <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>, recuperado el 21 de marzo de 2011

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.”<sup>76</sup>

La libertad de expresión es entonces el núcleo del cual se desprenden los siguientes derechos: Libertad de pensamiento, Libertad de recibir información, Libertad de manifestarse<sup>77</sup>, Libertad para fundar medios de comunicación, Libertad de prensa<sup>78</sup>, Libertad de opinar y Libertad de informar. De esta serie de libertades la que más nos interesa es la libertad de prensa, una fracción importante de la libertad de expresión pero que vale la pena precisar:

La libertad de prensa constituye un ejercicio esencial para la existencia de la democracia. En efecto, una prensa libre contribuye a informar y formar a los ciudadanos: sirve de vehículo para la realización de los debates sobre los temas que inquietan a la sociedad; ayuda de manera decisiva a la formación de la opinión pública; actúa como instancia de control sobre los poderes públicos y privados, etc. Además la libertad de prensa es fundamental para el ejercicio pleno del derecho al libre desarrollo de la personalidad, pues para que una persona pueda definir y seguir de manera apropiada la orientación que le desea dar a su existencia es necesario que tenga la posibilidad de conocer distintas formas de concebir la vida y de comunicar su propia opción vital<sup>79</sup>

De manera complementaria y en relación con lo anterior, el Estado también ha reconocido la importancia de la labor periodística de la siguiente manera:

La especial protección que la carta (de Derechos Humanos) reconoce a la actividad periodística no hace otra cosa que atestiguar su inmensa importancia en las complejas sociedades contemporáneas. En efecto, actualmente resulta prácticamente imposible que las personas interesadas en asuntos comunes tengan la capacidad de acceder, de manera autónoma e integral, a toda la información necesaria para satisfacer sus intereses personales e intelectuales. En este contexto el derecho a informar - entendido como el derecho de buscar, seleccionar, elaborar, y suministrar al público masivamente hechos o sucesos noticiosos -, adquiere una utilidad que resulta ocioso destacar, pues constituye condición necesaria e indispensable para satisfacer el derecho de acceder a una información veraz e imparcial sobre los sucesos de interés común y, por lo tanto, para el ejercicio de todos los derechos y libertades que tienen como sustrato al libre acceso a la información<sup>80</sup>.

---

<sup>76</sup> Colombia, Constitución Política. Art. 20.

<sup>77</sup> Colombia, Constitución Política. Art. 37

<sup>78</sup> Colombia, Constitución Política de Colombia. Art. 73

<sup>79</sup> Colombia, Corte Constitucional. Sentencias T-066, Marzo 5/98. M.P.: Eduardo Cifuentes Muñoz. Citado en: Tobón, Franco, N. (2009) Libertad de expresión y derechos de autor. Guía legal para periodistas. Editorial Universidad del Rosario. Bogotá. P. 20

<sup>80</sup> Tobón, Franco, N. (2009) Libertad de expresión y derechos de autor. Guía legal para periodistas. Editorial Universidad del Rosario. Bogotá. p. 21

### **2.1.1. RESPECTO AL DERECHO A LA LIBRE EXPRESIÓN Y LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS ANTE LA SOCIEDAD.**

Profundicemos en los puntos que hemos visto hasta ahora. En cuanto a los principios de la difusión de información, se hace alusión a la verdad y a la imparcialidad. En cuanto a la verdad, se podría decir que la publicación de información no verídica es un acto irresponsable que puede afectar negativamente la vida de personas o instituciones, sin embargo puede ocurrir también que el periodista, no lo haya hecho de mala fe, haya cometido una equivocación o haya sido víctima de fuentes falsas.

Ante esta situación, es posible que quien se ve afectado por la falsa información o quien la difunde, repare lo ocurrido por medio del Derecho de Rectificación (Artículo 17 de la Constitución Política de Colombia), norma de validez Universal que permite la reparación de este tipo de daños que generalmente atentan contra derechos como el derecho a la Honra y el Buen nombre, y el respeto a la dignidad.

La problematización a la que se enfrenta el principio sobre la veracidad de la información, puede aumentar su gravedad cuando el periodista es acusado de injuria o calumnia. Sobre este tema se ha debatido bastante, veamos un poco qué es lo que se discute.

Como referencia a esta cuestión, se han tomado algunas de las ponencias presentadas en el seminario *Democracia, libertad de información y derecho penal: un diálogo interdisciplinario sobre la sanción penal como mecanismo para proteger la honra y el buen nombre frente a los abusos de la libertad de información*<sup>81</sup>, organizado por la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), y el Grupo de Derecho de Interés Público de la Universidad de los Andes (G-DIP).

En frecuentes casos, los periodistas en medio de su labor, se encuentran con noticias de interés general que necesitan ser publicadas, sin embargo, la cuestión sobre la certeza de las mismas, puede convertirse en un gran dilema. El periodista se ve enfrentado en su profesión ante la disyuntiva de correr o no el riesgo de publicar determinada información en caso de no tener los medios necesarios para comprobar su veracidad; esta situación puede llegar a ser muy complicada, ya que conlleva a que este se cohíba de publicar asuntos importantes por miedo a que le sean imputados cargos penales, lo cual termina convirtiéndose en una especie de autocensura. Germán Suarez, explica lo siguiente: “la modalidad de injuria y calumnia indirecta prevista en el código penal<sup>82</sup> es contraria a la carta política de 1991, en la medida en que el profesional de la información, no debe ser obligado a responder

---

<sup>81</sup> Fundación para la libertad de prensa (FLIP), *Injuria y Calumnia en Colombia: Democracia, Libertad de Información y Derecho penal*. [En línea] disponible en: <http://www.flip.org.co/resources/documents/4659e8f65f506da83c1a1312dcec6906.pdf>, recuperado el: 29 de abril de 2011.

<sup>82</sup> Colombia, Congreso Nacional de la República (2005, julio 24) Por el cual se expide el Código Penal. Artículos 220 al 228.

penalmente por imputaciones provenientes de terceros que simplemente reproduce en un medio de comunicación”<sup>83</sup>.

La cuestión sobre la inconstitucionalidad sin embargo, puede ser un tema de otro debate sobre el que no es preciso profundizar en este momento. Entre otros asuntos en relación a este tema, habría que decir un par de cosas más, primero que ante una acusación de injuria o calumnia, el periodista puede apelar al secreto profesional y no revelar las fuentes que conllevaron a publicar cierta información; segundo, que es obligación de los periodistas y los medios, dejar en claro en la redacción de sus publicaciones, en qué momento se está opinando y en qué momento se está informando<sup>84</sup>. Por último habría que decir que en Colombia son más los casos en donde se exige el derecho a la rectificación que la demanda por injuria o calumnia.

Pasando a otro tema, el principio de **imparcialidad** puede ser entendido así:

“Una información es imparcial cuando el periodista, respecto de cierta información particular, presenta de manera suficiente todas las posiciones y puntos de vista pertinentes, de manera que permite al público hacer un balance y formar libremente su opinión. Al fin y al cabo el público tiene derecho “a no recibir una versión unilateral y acabada y prevalorada de los hechos que le impida deliberar y tomar posiciones a partir de puntos de vista contrarios expuestos objetivamente.” Lo anterior significa que la información no debe suministrarse “en forma de mercancía, lista para consumir, sino mediante la presentación de la mayor cantidad de elementos de juicio que le permita adoptar una posición crítica y enriquecida, y de esta forma pueda contribuir eficazmente a la controversia democrática”<sup>85</sup>

Respecto a este punto existe también una corriente que conlleva a que este principio no se tenga en cuenta, pues puede resultar difícil saber cuando un medio está mostrando una única cara de un problema y cuando no, además, la existencia de oligopolios de medios, y los intereses corporativos que estos puedan tener, generan también una manipulación indebida sobre el tratamiento de la información, que lleva a la publicación de contenidos parcializados que terminan por afectar negativamente la manera de interpretar la realidad, el ejercicio de la formación de la opinión pública y por ende la democracia.

Un caso que vale la pena comentar respecto a este tema y que sirve como ejemplo, ocurrió durante el 2010, cuando Colombia sufrió una terrible temporada invernal durante los últimos meses del año, que terminó por inundar diferentes municipios en varias regiones del país. Ante esta problemática, que generó terribles daños a miles de familias, se oyeron voces por todo lado que responsabilizaron al

---

<sup>83</sup> Fundación para la libertad de prensa (FLIP), Injuria y Calumnia en Colombia: Democracia, Libertad de Información y Derecho penal. [En línea] disponible en: <http://www.flip.org.co/resources/documents/4659e8f65f506da83c1a1312dcec6906.pdf> , recuperado el: 29 de abril de 2011. p. 6

<sup>84</sup> Ídem.

<sup>85</sup> Colombia, Corte Constitucional. Sentencia T-080, febrero 26/93. M.P.: Eduardo Cifuentes Muñoz. Citado en Tobón, Franco, N. (2009) Libertad de expresión y derechos de autor. Guía legal para periodistas. Editorial Universidad del Rosario. Bogotá. P. 24

medio ambiente de las catástrofes causadas por las lluvias, llevando así a que surgiera la creencia de que nadie tenía la culpa de lo ocurrido, que todo había sido producto de un fenómeno natural y que simplemente había hecho falta tomar mayores precauciones ante esta situación. Frente a esto, en el diario El Espectador, uno de sus columnistas, Alfredo Molano, publicó un artículo en el que señaló unas razones bastante congruentes que nadie o muy pocos habían nombrado.

Hablo, por supuesto, de la deforestación. En un año se tumban un millón de hectáreas, se convierten en ceniza donde se siembra maíz para hacer potreros para criar vacas y valorizar la propiedad. La potrerización del país es avasalladora. Los descumbres ya llegan hasta las divisiones de agua. En los valles y en los llanos se desecan humedales para sembrar palma, soya, caña. La capa vegetal protectora –que impide los derrumbes y retiene el agua lluvia en las cuencas– es destruida. Se salvan las zonas cafeteras y las campesinas –cada día más reducidas–. La esponja que eran nuestras selvas y montañas ha sido arruinada. De ahí los derrumbes, los deslaves, y en general las inundaciones. La tragedia del barrio La Gabriela en Bello es un ejemplo brutal del efecto de la deforestación de ladera. Nada detiene la tierra desnuda una vez se llene de agua y pese más. Simple: se derrumba, echa monte abajo y se lleva barrios, veredas, carreteras, puentes...<sup>86</sup>

Lo que quiero decir con este ejemplo, es que a veces la realidad es mostrada por los medios desde una sola interpretación que beneficia a algunos y desprestigia a otros; la parcialización de la información es un acto que se puede dar por desconocimiento del tema, por falta de investigación o por falta ética en el sentido de que intencionalmente no se muestran versiones completas de los hechos, esto conlleva a que no se pueda deliberar de la manera debida sobre lo que acontece, y a que no sea posible la formación de una opinión auténtica ya que no se da la posibilidad de comparar versiones y formar criterio propio. (Valga agregar que Alfredo Molano es uno de los columnistas con más prestigio en todo el país gracias a su carácter crítico y a su credibilidad).

Otros puntos sobre los que es importante profundizar, respecto al Artículo 20 de la Constitución Colombia, son la **Responsabilidad Civil de los medios**, y el **derecho a fundar medios de comunicación**. La Corte Constitucional de Colombia en la sentencia T-048/93, ha definido la responsabilidad civil de los medios de la siguiente manera:

La responsabilidad social de los "medios", se orienta en primer término al compromiso con los ideales democráticos, adquiriendo un sentido la libertad transmitida en ellos, no de prevalencia de intereses personales o de grupo sino, principalmente colectiva. Los medios impresos, radiales o televisivos, disponen de una capacidad no sólo para defender determinadas posiciones, sino que éstas deben encuadrarse en el marco del interés general para no convertir el poder de que disponen en agente de privilegios contrarios al pluralismo que se busca realizar. También comprende la responsabilidad social de los medios la expresión o manifestación de opiniones e ideas y el relato de los hechos que interesen al público en general, puesto que el hábito del lector, el radio escucha y el televidente, produce en él una

---

<sup>86</sup> Molano, A. (2010, 11 de diciembre), "Mirando Llover, en El Espectador". [en línea] <http://www.elespectador.com/columna-239857-mirando-llover> , recuperado el: 15 de abril de 2011

dependencia confiada a la que el medio masivo debe responder, existiendo entonces modalidades omisivas de la responsabilidad social de los instrumentos de expresión actuales.<sup>87</sup>

La responsabilidad civil, también está expresada en los siguientes estatutos:

**Ley 74 de 1966, Artículo 2º:**

ARTÍCULO 2º. Sin perjuicio de la libertad de información, los servicios de radiodifusión **estarán básicamente orientados a difundir la cultura y a afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana**. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano, y atenderse a los dictados universales del decoro y del buen gusto.

**La Ley 72 de 1989, Artículo 3º:**

ARTÍCULO 3. Las telecomunicaciones tendrán por objeto el desarrollo económico, social y político del país, con la finalidad de elevar el nivel y la calidad de vida de sus habitantes.

**Decreto No 1900 de 1990:**

ARTÍCULO 3º. Las telecomunicaciones deberán ser utilizadas como instrumentos para impulsar el desarrollo político, económico y social del país, con el objeto de elevar el nivel y la calidad de vida de los habitantes en Colombia.

Las telecomunicaciones serán utilizadas responsablemente para contribuir a la defensa de la democracia, a la promoción de la participación de los colombianos en la vida de la Nación y la garantía de la dignidad humana y de otros derechos fundamentales consagrados en la Constitución, para asegurar la convivencia pacífica.

En cuanto al derecho a fundar medios de comunicación, lo que se busca es evitar el monopolio de medios y fomentar el pluralismo informativo el cual provee a su vez el pluralismo político (Constitución Nacional Art. 1º), por esto mismo, en la Constitución en el Artículo 75º, queda estipulado lo siguiente:

El espectro electromagnético es un bien público inenajenable 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.

---

<sup>87</sup> Colombia, Corte Constitucional, (1992, septiembre), Sentencia T-48 de 1993, M.P.: Morón Díaz, F, Bogotá [En línea] disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1993/T-048-93.htm>, recuperado el: 15 de marzo de 2011

La promoción del pluralismo también se intenta garantizar mediante algunos de los principios orientadores de la **Ley 1341 de 2009**:

ARTÍCULO 2º:

2. **Libre competencia.** El Estado propiciará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia al mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior, el Estado no podrá fijar condiciones distintas ni privilegios a favor de unos competidores en situaciones similares a las de otros y propiciará la sana competencia.

5. **Promoción de la Inversión.** Todos los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones tendrán igualdad de oportunidades para acceder al uso del espectro y contribuirán al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

6. **Neutralidad Tecnológica.** El Estado garantizará la libre adopción de tecnologías, teniendo en cuenta recomendaciones, conceptos y normativas de los organismos internacionales competentes e idóneos en la materia, que permitan fomentar la eficiente prestación de servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y garantizar la libre y leal competencia, y que su adopción sea armónica con el desarrollo ambiental sostenible.

7. **El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC.** En desarrollo de los artículos 20 y 67 de la Constitución Nacional el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente el Estado establecerá programas para que la población de los estratos <sic> desarrollará programas para que la población de los estratos menos favorecidos y la población rural tengan acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet y contenidos informáticos y de educación integral.

Una de las medidas más importantes que se ha tomado frente al tema del pluralismo informativo y al fomento de una participación más heterogénea en los medios de comunicación, fue la creación de la **Ley 42 de 1985**. Hasta ese año, la situación de la televisión del país era la siguiente: en primer lugar, toda la producción televisiva se encontraba en Bogotá, esto implicaba que los contenidos emitidos por esta no reflejaban adecuadamente la identidad del país la cual se caracteriza por su diversidad cultural y regional. “Tampoco el comercio ni la industria regional y local tenían cómo acceder a la televisión, tanto porque los costos de los canales nacionales eran demasiado elevados para la pequeña y mediana empresa como porque la cobertura geográfica de estos canales sobrepasaba el área de interés de ese anunciante, haciéndolo incurrir en costos innecesarios”<sup>88</sup>. Ante esta situación, el Estado optó por abrir

---

<sup>88</sup> Comisión Nacional de Televisión (CNTV), Exposición de motivos Ley 182 de 1995, [En línea] disponible en: [http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/basedoc/cntv/xp\\_exm\\_l0182\\_95.html](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/basedoc/cntv/xp_exm_l0182_95.html), recuperado: 3 de mayo de 2011

los canales regionales, con el propósito de fomentar la participación de los diferentes grupos culturales en la producción de contenidos televisivos: “para llenar los vacíos de contenido que resultaren del ejercicio puramente comercial y para garantizar la pluralidad la diversidad y el acceso democrático de las minorías al medio de comunicación más importante. A este pertenecen Señal Colombia y los canales regionales”<sup>89</sup>. Los canales regionales que existen actualmente son: Señal Colombia, Canal 13, Canal Capital, Telecafé, Telecaribe, Telepacífico, Teleantioquia, Televisión Regional del Oriente TRO, y Teleislas.

En cuanto al derecho a fundar medios de comunicación, vale enunciar que en la década de los años ochenta, aparecieron por primera vez los llamados medios comunitarios, los cuales se legalizaron en la década de los años noventa, estos serán analizados más adelante.<sup>90</sup>

### **2.1.2. RESTRICCIONES Y LIMITACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.**

Pasemos a dar inicio a esta serie de limitaciones; la primera corresponde a la censura en ciertos casos específicos: Propaganda de Guerra, Apología del odio, pornografía, apología de la violencia y el delito, instigación pública y directa al genocidio<sup>91</sup>. No hace falta justificar que esta reserva es necesaria para que no se interfiera con lo paz y el orden.

En segundo lugar es preciso señalar las contrariedades que existe entre hacer valer la libertad de expresión y el derecho a la vida privada, y entender cuando una prima por encima de la otra y por qué. En julio del año 1992, la Corte Constitucional promulgó el siguiente fallo:

“El derecho a la vida privada está ligado al derecho a la dignidad de la persona” sobre la base de este planteamiento la corte hizo la siguiente apreciación: “en caso de un conflicto entre un derecho de fundamento social como es el derecho a la libre información y un derecho ligado a la dignidad de la persona humana, debe prevalecer este último”<sup>92</sup>

La vida privada de cada persona está amparada por la ley en el conjunto de derechos contenidos en los artículos 15, 16, 18, 21, y 28 de la Constitución de Colombia. Definamos primero que se entiende por vida privada; es la esfera que comprende: “todas las situaciones y hechos que son de resorte exclusivo de la persona y de sus familiares, y que, por lo tanto, no puede ser invadida por los medios

---

<sup>89</sup> Ídem

<sup>90</sup> Ver página 58

<sup>91</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión – Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2009. Una Agenda Hemisférica para la defensa de la libertad de expresión. Comisión Interamericana de derechos humanos. P. 6p. 8

<sup>92</sup> Citado en Vallejo Mejía, J. (1995). Impacto de los medios de comunicación en la política. Colombia. Konrad Adenauer Stiftung. P. 22

de comunicación en aras del derecho de la comunidad de estar informada, salvo en la medida en que su titular haya renunciado a esta inmunidad personal o familiar”<sup>93</sup>

Veamos los artículos. El Artículo 15 hace referencia al derecho a: la Intimidad Personal, la Intimidad Familiar, el Buen Nombre, el Habeas Data y el derecho a la Inviolabilidad de Correspondencia. Es de destacar el Derecho al Buen Nombre, este protege a las personas de injustas acusaciones que puedan dañar su reputación frente a la sociedad, por lo cual la Corte Constitucional en el año 1992 en el caso de Urdinola estipuló lo siguiente: “Mientras a una persona no se le haya condenado, no se la puede calificar como delincuente”<sup>94</sup>,. Por este motivo se explica porque en los noticieros o en la prensa se usan expresiones de tipo “los presuntos implicados”, “los acusados...”, “se sospecha que la banda...”, “existen indicios de que el grupo delincuenciales haya cometido...” etcétera.

Otro derecho que es importante resaltar es el Habeas Data: “todas las personas (...) tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas”<sup>95</sup>. A este derecho existe una derivación que conlleva al Derecho al Olvido, en el cual “las informaciones negativas acerca de una persona no tienen vocación de perennidad y en consecuencia, después de algún tiempo, deben desaparecer totalmente del banco de datos respectivo”<sup>96</sup> esto con el ánimo de no causar problemas a las personas luego de haber cumplido alguna condena o de haber pagado deudas a una entidad bancaria o a un particular.

Por último, en relación con el tema de la vida privada, hay que decir que esta dialéctica que se maneja entre libertad de expresión y el Derecho a la vida privada, está provista de una alternativa legal denominada como Principio de Salvaguardia del Anonimato, la cual resulta:

“indispensable para garantizar el respeto a la libertad de expresión, pues en determinados casos le facilita al comunicador guardar reserva sobre sus fuentes, omitir la identidad de la persona que es objeto de noticia e, incluso, mantener su propia personalidad en secreto. Así las cosas, este principio puede llegar a operar como una causal de exclusión de la responsabilidad penal, civil y social del comunicador cuando se le acusa de violar los derechos constitucionales a la intimidad, al buen nombre y a la honra de las personas.”<sup>97</sup>

La corte hizo los siguientes planteamientos sobre el anonimato:

---

<sup>93</sup> Colombia, Corte Constitucional, sentencia T-1320, Diciembre 10 de 2001, M.P.: Alfredo Beltrán Sierra

<sup>94</sup> Citado en: Vallejo Mejía, J. (1995). Impacto de los medios de comunicación en la política. Colombia. Konrad Adenauer Stiftung. P. 30.

<sup>95</sup> Colombia, Constitución Política. Art. 15

<sup>96</sup> Colombia, Corte Constitucional. Sala Quinta de Revisión. Sentencia T-097 del 3 de marzo de 1995

<sup>97</sup> Tobón Franco, N. & Varela Pezzano, E. (2010). Libertad de Expresión y Salvaguardia de Anonimato: Panorama jurisprudencial en Colombia. *Díkaion*, Vol 19, No. 1. [en línea] disponible en: <http://revistas.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/viewArticle/1705/2231> , recuperado el: 21 de Marzo de 2011

- a) No existe, en principio, violación del derecho a la intimidad cuando la propia persona afectada accede a divulgar sus datos íntimos. Sin embargo, si una persona accede a revelar una información con la condición de que se respete su anonimato, esta obligación es por siempre y no cesa.
- b) El video que obra como prueba en el expediente es un reportaje neutral sujeto también a los límites de la libertad de información: veracidad, imparcialidad y respeto por los derechos de terceros.
- c) El paso del tiempo no convierte los hechos en información irrelevante, pues todo depende de la persona, el momento y el lugar donde se repite una información.<sup>98</sup>

### **2.1.3. EL DERECHO A LA INFORMACIÓN**

Seguido a esto y en materia de los medios de comunicación, es buen momento para presentar el derecho a la información el cual, además de estar estrechamente relacionado con los principios que sigue la libertad de expresión, responde a otras necesidades como 1) el sufragio a las figuras públicas y 2) el acceso a la información.

En cuanto al primer punto resulta lógico que los funcionarios públicos, aquellos encargados de administrar los recursos de los ciudadanos, y de gestionar las leyes y decretos que regulan a toda la población, estén en posibilidad de ser investigados de forma especial pues estos individuos al ocupar este tipo de cargos, poseen un gran poder e influencia que de no ser manejada adecuadamente podría traer consecuencias negativas para la población, por eso, en tanto este derecho se lleve a cabo, es posible que se inhíba la corrupción dentro del Estado. Ante este punto, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, organismo perteneciente a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, ha pronunciado en la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión, en el numeral No 11, lo siguiente: “los funcionarios públicos están sujetos a un mayor escrutinio por parte de la sociedad. Las leyes que penalizan la expresión ofensiva dirigida a los funcionarios públicos generalmente conocidas como “leyes de desacato” atentan contra la libertad de expresión y el derecho a la información”<sup>99</sup>

En cuanto al Derecho a la Información, hay que anotar dos dimensiones, la primera tiene que ver con el derecho que tiene el consumidor, el público, a exigir a los medios de comunicación, especialmente a programas que tratan temas de relevancia política y social como los noticieros, a que proporcionen información veraz, imparcial, que sea tratada profesionalmente y que sea de interés general, con contenidos que resulten pertinentes para el ejercicio de la democracia y que aporten información que

---

<sup>98</sup> Ídem. Corte Constitucional, sentencia T-439, julio 7 de 2009, M. P. Jorge Ignacio Pretelt Chaljub.

<sup>99</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión – Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2009. Una Agenda Hemisférica para la defensa de la libertad de expresión. Comisión Interamericana de derechos humanos. P. 8

resulte útil para llevar a cabo una ciudadanía más responsable.<sup>100</sup> Por otro lado el derecho a la información señala que “*Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley*”<sup>101</sup>. Este punto ha sido argumentado de manera especial por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión:

“la trascendencia del derecho al acceso a la información se explica por múltiples razones, entre las cuales la jurisprudencia interamericana ha resaltado: a) su carácter de herramienta crítica para la participación, el control del funcionamiento del Estado y de la gestión pública, y el control de la corrupción por parte de la opinión pública, en ausencia de los cuales se hace posible el escrutinio ciudadano del quehacer estatal y la prevención de abusos gubernamentales mediante un debate público informado; b) su valor en tanto medio de para la autodeterminación individual y colectiva, en particular la autodeterminación democrática, puesto que habilita a las personas y a las sociedades para adoptar decisiones informadas sobre el rumbo que le quiere imprimir a su existencia; y c) su naturaleza para el ejercicio de otros derechos humanos, especialmente por parte de quienes se encuentran en posiciones subordinadas o vulnerables, ya que es sólo mediante el conocimiento preciso del contenido de los derechos humanos y de sus formas y medios de ejercicio que se puede acceder efectivamente a su pleno goce y disfrute”<sup>102</sup>

En Colombia la Corte Constitucional además ha pronunciado unas especificidades sobre el Derecho de Acceso a documentos públicos de la siguiente manera: C-053/95

La regla general de acceso a la documentación pública, es condición de posibilidad de la libertad de expresión, que no puede ejercitarse en su plenitud sin un conocimiento oportuno, completo y veraz de los hechos y actuaciones públicas. Se agrega a lo anterior que el fin esencial del Estado de “facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación” (CP art. 2), no podría alcanzarse si rigiera el principio opuesto al de la publicidad. Teniendo en cuenta el mencionado fin esencial del Estado, pensado en términos de un ciudadano activo, deliberante, autónomo y crítico, el artículo 209 de la CP, se refiere a la “publicidad” como característica básica de la función administrativa. No es difícil descubrir que la segunda parte de la norma acusada invierte el principio constitucional de la publicidad, que de ser la regla general, pasa a convertirse en la excepción: “En general, el fondo gozará de reserva.”<sup>103</sup>

En tanto esto, la Corporación Transparencia por Colombia ha identificado los principales inconvenientes a los que se enfrenta este derecho en la sociedad colombiana. Primero apela a la Entrega discriminada de la información: depende del grado de cercanía, de las argumentaciones, la relevancia del poder del solicitante y los efectos que se produzcan. Segundo, como ya decíamos, en la práctica prima la excepción sobre el acceso: pese a que la constitución, las normas y leyes privilegian

---

<sup>100</sup> Ver apartado de la responsabilidad civil de los medios, p. 9

<sup>101</sup> Colombia, Constitución Política. Artículo 74.

<sup>102</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión – Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2009. Una Agenda Hemisférica para la defensa de la libertad de expresión. Comisión Interamericana de derechos humanos. P. 11

<sup>103</sup> Colombia, Corte Constitucional (1995, febrero), Sentencia C-053, M.P.: Cifuentes Muñoz, E. , Bogotá. [en línea] [www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/.../C-053-95.rtf](http://www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/.../C-053-95.rtf), recuperado: 9 de mayo de 2011

el acceso. En tercer lugar, las excepciones no están debidamente establecidas por la ley. Cuarto; que la información que solicita no existe. Quinto: la información pública es insuficiente, en muchos casos no cuentan con la información que desea el solicitante. Por último, es visto como un problema la baja demanda del ciudadano por exigir esta información, además, este desconoce este derecho lo cual lo lleva a no ejercerlo.<sup>104</sup>

En caso de no obtener la información que se requiere, el Estado ha proveído una serie derechos y mecanismos que obligan a las instituciones y funcionarios públicos a responder al ciudadano. Esos mecanismos son:

- Derecho de petición
- Derecho de petición de informaciones.
- Derecho de formulación de consultas.
- Derecho de acceso a documentos públicos y archivos.
- Derecho a la información sobre bienes y servicios
- Derecho a la oposición de la información.
- Derecho de acceso a información de identificación y censos electorales.
- Derecho de petición de la población reclusa
- Derecho de petición y publicidad sobre decisiones ambientales
- Derecho de acceso a la información sobre servicios públicos
- Derecho del acceso a la información por parte de veedurías.

Mecanismos de Garantías de los derechos.

- Acción de Tutela
- Acción de Cumplimiento.<sup>105</sup>

#### **2.1.4. VIOLACIONES AL DERECHO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

Entre otras limitaciones con las que se pueden encontrar los periodistas, cuando llevan a cabo labores de indagación a las instituciones y funcionarios públicos o grupos al margen de la ley o delincuentes, es que sufran el riesgo de ser silenciados por medio de amenazas, agresiones, asesinatos o secuestros. La constante intimidación también puede llevar a la autocensura, medida que toman los medios en el momento en que sienten que no pueden continuar informando a la sociedad sobre determinados por temor a las repercusiones que esto pueda causar contra su vida o la de su familia.

---

<sup>104</sup> “El acceso a la información pública en Colombia”, Corporación Transparencia por Colombia. [En línea], disponible en: <http://www.slideshare.net/CoalicionProAcceso/el-acceso-a-la-informacin-pblica-en-colombia-dificultades-y-perspectivas>. Recuperado: 18 de mayo de 2011

<sup>105</sup> Ídem.

Veamos la realidad de este problema. Uno de los hechos más preocupantes es el número de homicidios a periodistas en Colombia. Según el *Informe sobre el estado de la Libertad de Prensa en Colombia – El Olvido de la Justicia* - en 2010, reportado por la FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa), desde el año 1977 se han registrado 138 casos de periodistas asesinados por razones de su oficio. Lo más desconcertante del caso, es la impunidad respecto a estos crímenes, pues en sólo cinco casos, los autores intelectuales recibieron condena; 46 de los procesos prescribieron, 19 están por prescribir y 29 están estancados en investigación preliminar. Se calcula que antes de 1991, el 90 % de estos casos quedó impune. Dentro del informe se resalta especialmente la memoria de algunos periodistas asesinados violentamente durante el 2010: Víctor Julio Sánchez, y Clodomiro Castilla. También se recordó el homicidio contra el ex director del diario El Espectador, Guillermo Cano en 1986<sup>106</sup>

Por otro lado, para el 2010, FELCOPER (Federación Colombiana de Periodistas) reportó en su informe sobre atentados contra periodistas una constante en la violación al derecho a la libertad de expresión y a la libertad de prensa en Colombia, pues en este año se registraron 189 agresiones, entre las cuales se reportaron ataques contra medios de comunicación, violación sexual, desaparición forzada, acoso judicial y homicidios. De todas estas agresiones, el 50.5% son adjudicadas a la fuerza pública (Ejército y Policía Nacional) 62 casos, funcionarios y ex funcionarios públicos 36 casos. En los otros casos están vinculados: ciudadanos del común, 36 agresiones (20,1 %); paramilitares, 12 casos (6,18%), y grupos guerrilleros, siete casos (3.6%). Una de las mayores preocupaciones sobre este tema, es que el número de agresiones ha venido en aumento, pues en 2009 se registraron 166, en el 2008, hubo 112, y en 2007, fueron 97 el número de reportes de este tipo.<sup>107</sup>

Para cerrar este primer apartado es importante agregar que en el año 2010 se aprobó la Ley 1426 sobre protección a defensores de Derechos Humanos y Periodistas, por la cual se modificó la Ley 599 del 2000. El artículo 1º quedó de la siguiente manera:

“El término de prescripción para las conductas punibles de genocidio, desaparición forzada, tortura, homicidio de miembro de una organización sindical legalmente reconocida, homicidio de defensor de Derechos Humanos, homicidio de periodista y desplazamiento forzado, será de treinta (30) años”.<sup>108</sup>

---

<sup>106</sup> Fundación Para la Libertad de Prensa (FLIP), (2011, febrero) “El olvido de la justicia: informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia en 2010”, [En línea] [http://www.flip.org.co/alert\\_display/0/1851.html](http://www.flip.org.co/alert_display/0/1851.html), recuperado: 14 de marzo de 2011

<sup>107</sup> Semana (2011, febrero), “En 2010 hubo 189 agresiones contra periodistas colombianos”, [en línea] <http://www.semana.com/noticias-nacion/2010-hubo-189-agresiones-contra-periodistascolombianos/151566.aspx>, recuperado: 15 de marzo de 2011

<sup>108</sup> Colombia, Congreso Nacional de la República, (2010, 29 de diciembre) “Ley 1426 de 2010, Por la cual se modifica la Ley 599 de 2000, relativa a las conductas punibles que atentan contra los bienes jurídicamente protegidos de los defensores de derechos humanos y periodistas.” [en línea] <http://www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/LEYES/2010/1426.htm>, recuperado: 19 de marzo de 2011

## 2.1.5. LIBERTAD DE OPINIÓN

En el Artículo No 20 de la Constitución de Colombia, también aparece la libertad de opinión; veamos que la diferencia de la libertad de informar:

<b>Libertad de Opinar</b>	<b>Libertad de Informar</b>
Derecho de todas las personas de comunicar sus concepciones e ideas	Derecho a informar y de ser informado sobre los hechos o sucesos cotidianos
A primera vista no conoce límites. Sin embargo, la Corte Constitucional de Colombia sostiene que las opiniones deben fundarse en hechos veraces* y que su ejercicio debe darse de manera responsable	La información debe ser veraz, exacta, completa e imparcial

- Colombia, Corte Constitucional. Sentencia T-1198, diciembre 1/04. M.P.: Rodrigo Escobar Gil<sup>109</sup>

La libertad de Opinión está sujeta a ciertos Límites:

“ a) Veracidad sobre los hechos: “aún cuando las opiniones en sí mismas no están sujetas a las cargas de veracidad e imparcialidad, las circunstancias fácticas que las sustentan sí lo están.

b) Ejercicio responsable: “el ejercicio responsable del género de opinión implica que el comunicador sea lo suficientemente preciso y sincero para que el receptor identifique cuáles aseveraciones constituyen hechos verificables y cuáles son producto de la valoración subjetiva del emisor.”<sup>110</sup>

El periodista no ejerce responsablemente su libertad de opinión en los siguientes casos<sup>111</sup>:

- Cuando mezcla hechos y opiniones en forma tal que al público en general no le es posible distinguir entre lo realmente sucedido y las valoraciones o reacciones emocionales que los hechos acaecidos suscitan en el intérprete y comunicador de la información.
- Cuando deforma, magnifica, minimiza, descontextualiza o tergiversa un hecho, pues hace que la apariencia sea tomada como realidad y la opinión como verdad, ocasionando con ello un daño a los derechos fundamentales de un tercero.

## 2.1.6. ALGUNAS FUNCIONES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Recapitulando. A través de los derechos y limitaciones citados a lo largo del capítulo, que como ya vimos, hablan de principios como la verdad y la imparcialidad en el ejercicio de la difusión de información, así como también del respeto a la vida privada y el anonimato (salvo ciertos casos

<sup>109</sup> Tobón, Franco, N. (2009) Libertad de expresión y derechos de autor. Guía legal para periodistas. Editorial Universidad del Rosario. Bogotá. P. 33

<sup>110</sup> Ídem.

<sup>111</sup> Ídem.

especiales), el derecho al olvido y el deber de abstenerse de publicar cierto tipo de información, son declaraciones que en tanto son seguidas por los medios de comunicación, como lo dice la ley, estos van a tener una posición en la sociedad y van a tener el respeto y apoyo de quienes los consultan.

Ante estas afirmaciones se podría insinuar que Internet ha cambiado la manera en cómo la gente adquiere la información debido a que todo el mundo tiene la posibilidad de publicar contenidos de todo tipo, no importa si es información escrita, videos o fotos, sin embargo esta libertad que ofrece Internet, se presta para que mucha gente publique contenidos parcializados, descontextualizados o equívocos acerca de todo tipo de temas, por lo tanto, es de reconocer que aunque en este momento los nuevos medios hayan abierto la posibilidad de que todos seamos comunicadores sociales, hay que aceptar también, que las personas siempre van a necesitar de medios informativos con credibilidad que se atengan a lo que dice la ley, que corroboren su información y la transmitan con la mayor calidad y de la manera más profesional y oportuna posible; es por esto que las cadenas reconocidas de noticias en televisión, radio, y prensa resultan todavía indispensables para la sociedad.

Por otro lado, es importante que el ciudadano como público o actor de medios, conozca los derechos y deberes a los que debe atenerse, de otro modo podría incurrir en delitos, o como pasa usualmente, podrían sus derechos estar siendo violados sin siquiera darse cuenta. El ejercicio del derecho a la libertad de expresión es base en el desarrollo de una sociedad que busca la igualdad, la justicia y que va en pro de una mejor calidad de vida para todos sus habitantes, sus funciones son variadas. *“En primer lugar (...) cumple la función de proteger el derecho individual de cada persona a pensar por sí misma y a compartir con otros informaciones y pensamientos propios y ajenos”*<sup>112</sup>, de esta manera, se hace posible el desarrollo autónomo de individuos y grupos en el momento en que elijan seguir un proyecto de vida, igualmente permite explorar el potencial creativo en *“el arte, la cultura, la ciencia, la tecnología o la política”*<sup>113</sup>

Además, la libertad de expresión tiene una función instrumental pues a partir de este derecho se derivan otros, *“el derecho a la participación, a la libertad religiosa, a la educación, a la identidad étnica o cultural, y por supuesto a la igualdad no sólo entendida como el derecho a la no discriminación, sino como el derecho al goce de ciertos derechos sociales básicos”*<sup>114</sup>

En tercer lugar, respecto a la función de la libertad de expresión, *“se deriva también su relación con la democracia. En efecto, el ejercicio pleno derecho a expresar las propias ideas y opiniones y a circular la información disponible y la posibilidad de deliberar de manera abierta y desinhibida sobre los asuntos que nos conciernen a todos, es condición indispensable para la consolidación, el*

---

<sup>112</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión – Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2009. Una Agenda Hemisférica para la defensa de la libertad de expresión. Comisión Interamericana de derechos humanos. P. 6

<sup>113</sup> Ídem.

<sup>114</sup> Ídem. P. 7

*funcionamiento, y la preservación de los regímenes democráticos”*<sup>115</sup> en este sentido se puede llevar a cabo una serie de funciones como el informar sobre los mecanismos de participación ciudadana y los derechos en general; representar y formar una opinión pública transparente que permita de deliberar desde diversos puntos de vista; formar una comunicabilidad entre los diferentes actores de la población; producir de contenidos de interés general para toda la ciudadanía, y controlar y supervisar el quehacer de los funcionarios e instituciones estatales.

## **2.2. LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN COLOMBIA**

Cuando se habla de medios comunitarios, se hace referencia a dos cosas, a la televisión y a la radio comunitaria, ambas se asemejan en muchas de sus características, fines e historia, sin embargo, cada una ha tenido una formación independiente.

### **2.2.1. LA RADIO COMUNITARIA EN COLOMBIA**

A pesar de que algunos tienen como referente, la experiencia de Radio Sutatenza (1947) como un primer intento de radio comunitaria, hay que aclarar que el fenómeno como tal, en el que empieza a surgir este tipo de radio, se da durante la década de los ochenta cuando Colombia entra en una etapa de democratización que desemboca en la nueva Constitución Política de 1991.

La situación política del país, en esta época, generó grandes cambios a favor de una democracia más participativa e incluyente. Entre los años 1982 y 1989, se llevó cabo una serie de reformas que crearon varios mecanismos legales que proporcionaron una mayor intervención de la población civil en la vida política, tales como la elección popular de alcaldes, la Consulta Popular en la toma de decisiones administrativas, la contratación de la comunidad en la ejecución de obras públicas, y la creación de espacios de participación de usuarios en la administración de los servicios públicos. Al mismo tiempo, se llevó a cabo el -PNR- Plan Nacional de Rehabilitación, implementado por el presidente Virgilio Barco (1986-1990), que “permitió invertir recursos en infraestructura local y consolidar formas de organización y de concertación, a través de la formación de líderes capacitados en la gestión y planeación de proyectos en diversas áreas”<sup>116</sup>.

“El saldo positivo que dejaron estas iniciativas fue el de hacer circular discursos, formas de participación y organización en comunidades tradicionalmente paralizadas por el paternalismo, así como el de permitir la acción de profesionales y funcionarios comprometidos con un ideal de desarrollo y de cambio en el país. Esta era el arma con la que el Estado contaba para afrontar el desafío de un

---

<sup>115</sup> Ídem. P. 8

<sup>116</sup> Osses Rivera, S.L. (2002), Nuevos sentidos de lo comunitarios: La radio comunitaria en Colombia [Tesis de Maestría], México D.F. FLACSO. Maestría en Ciencias Sociales. p. 81-82

cambio constitucional que contara con consensos amplios y permitiera la participación de las mayorías.”<sup>117</sup>

Por otro lado, la integración del M-19 en la vida política tras acordar ciertos compromisos constitucionales, así como también el asesinato de los candidatos a la presidencia, Luis Carlos Galán y el excombatiente del M-19, Carlos Pizarro, fueron razones que conllevaron a una masiva manifestación que tuvo lugar en una consulta popular promovida por un movimiento estudiantil conocido como la Séptima Papeleta; Esta suma de elementos, junto con la desmovilización de grupos guerrilleros como el EPL y el Quintín Lame, lograron crear el ambiente apropiado para formar la Asamblea Nacional Constituyente, que fue muy incluyente pues tuvo en cuenta amplios sectores de la sociedad: campesinos, indígenas, mujeres, iglesias, homosexuales, prostitutas, ecologistas, negritudes, nuevos partidos, movimientos cívicos, etc.<sup>118</sup>

El panorama político de aquel entonces, posibilitó un clima propio para el desarrollo de proyectos democratizadores en los cuales, los medios de comunicación se vieron implicados.

Desde los años ochenta empezaron a surgir en diferentes zonas del país, rurales y urbanas, experiencias de comunicación alternativa con propósito social que buscaban la integración de las comunidades locales y su participación en los asuntos político-públicos. “Se ingenieron diversas formas de difusión tales como: el uso de altoparlantes de las iglesias y los colegios, el montaje de altoparlantes en bicicletas, la emisión de programas pregrabados en los equipos de sonido de los buses de transporte urbano y la realización periódica de casete-foros.”<sup>119</sup>

Este tipo de comunicación, fue reconocida por diversos proyectos que respaldaron las iniciativas en diferentes municipios, regiones y barrios, por lo cual empezaron a aparecer programas de capacitación y apoyo para mejorar las nacientes radios comunitarias. Una de las organizaciones más importantes fue el Grupo de Comunicación y Desarrollo, un grupo independiente conformado por comunicadores sociales, periodistas y profesionales de otros sectores, el cual proporcionó argumentos y ayudó a gestionar la creación de la Dirección de Comunicación Social del Ministerio de Comunicaciones, dependencia que se concibió como “un espacio desde donde se espera, puedan ser pensados los problemas políticos, planes y programas de las redes y sistemas de comunicación, más allá de la administración y control de las redes y sistemas de telecomunicaciones, desde una perspectiva social y nacional”<sup>120</sup>.

Luego, con la Constitución Política de 1991 quedaron estipulados varios artículos<sup>121</sup> que reconocen la importancia de la democratización de los procesos comunicativos, las pluralidad de expresiones

---

<sup>117</sup> Ídem. p.82

<sup>118</sup> Ídem, p. 82

<sup>119</sup> Ídem, p. 80

<sup>120</sup> Ídem, p. 84

<sup>121</sup> Constitución Política de Colombia. Artículos 2º, 7º, 8º, 20, 70, 75, y 365.

étnicas y culturales, y el papel del Estado al garantizar una mayor participación civil en los procesos políticos, económicos, y sociales.

A partir de este momento, surgieron nuevos proyectos comprometidos a impulsar la radio comunitaria. De parte del Estado, apareció el Proyecto Enlace (para la prevención de drogadicción y atención a jóvenes vulnerables), el Proyecto de Comunicación para la Infancia y la Mujer, y un programa del SENA, enfocado en capacitar productores y comunicadores interesados en trabajar en radios comunitarias. De igual manera, en el sector académico, aparecieron programas con propuestas similares en los que participaron especialmente, la universidad estatal a distancia UNISUR, y la Universidad del Valle que promovió proyectos de comunicación comunitaria en el Litoral Pacífico. Igualmente, las universidades privadas empezaron a implementar en las carreras de comunicación social, asignaturas relacionadas con la comunicación comunitaria.

Por otro lado, las radios comunitarias empezaron a formar sus primeras redes y a organizarse; en el año 1989 realizaron su primer encuentro nacional en Quirama, Antioquia, el cual sería seguido de nuevos encuentros en otras sedes en los años 1993 y 1994; todas estas reuniones sirvieron para darle identidad al fenómeno, para reconocer sus actores, así como también, para fortalecer y mejorar los procesos comunicativos, para compartir experiencias y analizar las diversas dificultades del medio. La radio comunitaria fue formalizándose cada vez más, pues luego, estuvo apoyada por diferentes entidades internacionales, como: la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER, La Asociación Católica para la Radio, la Televisión y los Medios Afines – UNDA-AL, y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC; además, de la Red Colombiana de Radios Comunitarias RECORRA. Esta convergencia de actores, y esfuerzos realizados por organizaciones de todo tipo, llevó a que las radios comunitarias adquirieran un reconocimiento jurídico. Actualmente la norma que las rige es la resolución 415 del 2010 del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC)

La historia de la radio comunitaria ha generado diversas experiencias que han posibilitado numerosos beneficios en muchas comunidades, sin embargo, ha habido algunos tropiezos, pues en muchos casos la competencia por obtener las licencias ha conllevado al cierre de diversas experiencias radiofónicas que no han cumplido con los estándares exigidos por la ley, además hasta el año 2008, las cuatro principales capitales de Colombia no tuvieron permiso de tener radios comunitarias, por otro lado, la censura y la falta de financiación han imposibilitado en algunos lugares, la creación de nuevas radios y el mantenimiento de las ya existentes.

Desde la legalización, el Ministerio de Comunicación, hoy llamado Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicación –TIC-, el Ministerio de Cultura, y organizaciones como el Sistema de Comunicación para la Paz, SIPAZ, y AMARC Colombia, entre otras asociaciones regionales como la RECCO (Red Cundinamarqueza de Radios Comunitarias), la Corporación Radio Comunitaria – Costa Atlántica, RESANDER (Red Cooperativa de Medios de Comunicación Comunitarios de Santander),

AREDMAG (Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio), Red de Emisoras Comunitarias Sindamanoy (Cauca-Nariño), Red de Emisoras Comunitarias Departamento de Caldas, ASENRED (Asociación emisoras en red de Antioquía), RADAR (de Norte de Santander), y las demás emisoras comunitarias de todo Colombia, han ido fortaleciendo el campo de la radio comunitaria en el país, gestionando la apertura de convocatorias para adjudicar licencias, capacitando a los comunicadores, interrelacionando a los diferentes actores de la esfera radial, y financiando algunos proyectos. “Somos el único país en el que se han adjudicado 564 licencias de carácter comunitario a organizaciones sin ánimo de lucro, y en el que el gobierno tiene divisiones especiales dedicadas a su promoción y capacitación”<sup>122</sup>. Como dato reciente, vale la pena destacar el programa “Radios Ciudadanas: espacio para la democracia”<sup>123</sup> del Ministerio de Cultura, y la publicación en 2010 del texto *La Radio Comunitaria una Empresa Social Sustentable*.

### **2.2.2. LA TELEVISIÓN COMUNITARIA EN COLOMBIA.**

Uno de los trabajos más importantes que se ha hecho sobre televisión comunitaria en Colombia ha sido *Señales de Humo*<sup>124</sup>, una publicación realizada por Fundación Social en 1997, que contó con la coordinación y patrocinio de Cinep (Centro de Investigación y Educación Popular) en asocio con el Ministerio de Comunicaciones y la Fundación Habla y Escucha. La importancia de este trabajo radica en que fue el primer diagnóstico que reunió las características, historia, actores, y experiencias de la televisión comunitaria en Colombia.

Teniendo en cuenta este texto, se ha realizado el siguiente relato: Durante la década de los años ochenta, se dio en el mundo un avance tecnológico que condujo a una significativa reducción en los costos de recepción de televisión internacional y producción de material audiovisual. Estos avances se hicieron visibles en el territorio nacional por medio de la incursión al mercado colombiano de antenas

---

<sup>122</sup> Álvarez Moreno, M.A. (2008) “El desafío de las radios comunitarias” en Anagramas – Universidad de Medellín [en línea] <http://www.udem.edu.co/NR/rdonlyres/B23B8A57-4283-4DA5-A6EC-62DC51E627A4/11561/Articulo04.pdf>, Vol 6, Num 2, p. 68. Recuperado: 5 de mayo de 2011

<sup>123</sup> Radios Ciudadanas: espacios para la democracia nació en 2004 como un proyecto nacional que genera diálogo, discusión y deliberación respecto a temas de interés público en los municipios y departamentos de Colombia. Mediante la realización de programas radiales en torno a ejes temáticos que se emiten en franja (diariamente y en el mismo horario), se generan reflexiones y debates que contribuyen a la transformación de realidades cotidianas.

A partir de la selección de temas de interés para cada localidad, se abordan problemáticas asociadas al reconocimiento de la diversidad cultural, el desarrollo humano, la gobernabilidad y la convivencia pacífica. Realidades vinculadas a la garantía de derechos políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales en los que se abordan aspectos como el desplazamiento forzado, la sexualidad, las relaciones de género y la protección del medio ambiente, entre muchos otros. Se busca así, consolidar esferas públicas en las que distintos intereses y necesidades inherentes a la pluralidad, se reconozcan a través de prácticas de respeto y garantía a los derechos en todos los ámbitos de la convivencia humana. Colombia, Ministerio de Cultura, Dirección de comunicaciones, “Radios ciudadanas espacios para la democracia” [en línea], disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=1771>, recuperado el: 11 de mayo de 2011

<sup>124</sup> Pérez, D.A. (comp.), (1998), *Señales de Humo: Panorama de la Televisión Local y Comunitaria en Colombia*. Bogotá. Fundación Social.

parabólicas, la aparición de cámaras de video de uso doméstico y a un “bajo” costo, así como también el incremento de profesionales capacitados en el uso e instalación de sistemas de recepción y distribución de la señal televisiva a través del uso del satélite.

Rápidamente, a finales de esta década y comenzando los años noventa, el uso de antenas parabólicas se popularizó, pues respondía a la demanda de productos audiovisuales, ya que la oferta de televisión en Colombia para este entonces era muy reducida, pues en todo el territorio, se contaba tan solo con las cadenas 1 y 2, los canales regionales, y en algunas partes Señal Colombia.

Las antenas parabólicas se popularizaron a gran velocidad, el negocio que ingresó como una novedad para quienes podían pagar sus altos costos, terminó incursionando rápidamente en barrios de todos los niveles socioeconómicos, pues por unas módicas cuotas, innumerables copropietarios (de la antena), se podían conectar al satélite, canales de países como Perú, México, Estados Unidos, Venezuela, Brasil e incluso países europeos como España e Italia, sin pagar los derechos de autor correspondientes.

Esta tecnología también permitió abrir espacios de producción propia que fueron aprovechados por los mismos propietarios de la antena para transmitir contenidos como “el tradicional partido de fútbol, la pavimentación de una vía, la visita de algún político, las elecciones de las juntas de acción comunal o de las juntas administrativas locales, la reina del barrio, entre otras”<sup>125</sup>. Estas fueron las primeras experiencias de la televisión comunitaria en zonas urbanas.

En el ámbito rural, también hubo o ha habido un impacto importante de este tipo de tecnología. La comercialización de las antenas parabólicas también prosperó en muchos municipios a lo largo y ancho del país, el interés político en manos de alcaldes y concejales, conllevó a la adquisición de antenas que mejoraran la señal de televisión y dieran la oportunidad, como ya se dijo, de tener acceso a canales internacionales. La causa que motivó la aparición de los primeros canales locales fue en parte, la de hacer proselitismo político, sin embargo, desde el principio, hubo empresarios, jóvenes, organizaciones comunales, y otros grupos, interesados en participar en las nacientes frecuencias dedicadas exclusivamente a la transmisión local que más tarde vendría a consolidarse como televisión comunitaria.

La (...) explicación del fenómeno, señala que los canales aparecen como respuesta a las necesidades de expresión de las comunidades que no se ven reflejadas en la oferta que los diferentes medios de comunicación hacen. La gente estaría buscando mecanismo de expresión para dar rienda a su creatividad, para desahogarse, para intercambiar, para estar juntos, en últimas para poder contar, cualquier cosa, pero para poder decirle al otro lo que él es, lo que se es, y un largo etcétera.<sup>126</sup>

---

<sup>125</sup> Ídem. 17

<sup>126</sup> Ídem. pp.18-19

Hay que aclarar que la adquisición de las antenas y demás equipos, se debe en la mayoría de los casos, a la gestión de políticos con intenciones proselitistas o que sencillamente quisieron ayudar a una determinada comunidad, muy pocas veces, la televisión comunitaria surgió por autogestión de alguna organización comunitaria, cosa que sí ocurrió con la radio.

Más adelante, las diferentes experiencias en canales comunitarios que se realizaron desde finales de los años ochenta y durante los años noventa, crecieron sin ninguna regulación jurídica hasta la aparición de la CNTV (Comisión Nacional de Televisión) en el año 1995, a partir de este momento, la televisión y canales comunitarios son reconocidos legalmente.

A partir del año 1997, momento en que se realizó en Sasaima (Cundinamarca), uno de los encuentros más importantes de televisión comunitaria en Colombia, en el que se reunieron unos 40 delegados de diferentes regiones del país, se creó un Comité de Impulso Nacional para este tipo de medio, y a partir de él, se estableció un plan para su desarrollo. Desde allí, la televisión comunitaria comenzó a adquirir una mayor identidad, pues a través de los lazos que se crearon con esta reunión y otras próximas, se pudieron generar planes para impulsar la licitación de frecuencias, y otros proyectos encaminados a organizar redes regionales y nacionales de canales comunitarios, igualmente, se pudo hacer el primer diagnóstico sobre televisión comunitaria *Señales de Humo*, en el cual quedaron compiladas las características, potencialidades, desafíos y experiencias de este medio en el territorio nacional.

Más adelante, hacia el año 2000, el Ministerio de Cultura creó el Consejo Nacional de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios que reconoció a este tipo de medios como parte de la expresión cultural de la nacionalidad colombiana, esto permitió un mayor respaldo de este Ministerio el cual los incluyó en el Plan Nacional de Cultura.

En la actualidad la normatividad que rige a la televisión comunitaria está dada por el **Acuerdo 009 de 2006** de la CNTV, en este quedan estipuladas las características de este tipo de televisión, veamos algunas de ellas:

ARTÍCULO 1o. *AMBITO DE APLICACIÓN*. El presente Acuerdo se aplica al servicio de televisión sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas, concretamente a los siguientes sujetos:

- a) Comunidades organizadas actuales licenciatarias del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro;
- b) Comunidades organizadas actualmente autorizadas para la recepción y distribución de señales incidentales;
- c) Las demás comunidades organizadas que quieran acceder a la prestación del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro y a la recepción y distribución de señales incidentales.

Para los efectos del presente acuerdo las asociaciones de copropietarios se asimilarán a comunidades organizadas. No obstante, deberán llevar una contabilidad independiente en la cual se discrimine todo lo relacionado con la prestación del servicio público de televisión.

ARTÍCULO 2o. *FINES Y PRINCIPIOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN*. La prestación del servicio de televisión sin ánimo de lucro por parte de las comunidades organizadas

deberá adecuarse y dar estricto cumplimiento a los fines y principios del servicio público de televisión establecidos en la Ley [182](#) de 1995 y en las normas que la reformen o adicione.

ARTÍCULO 4o. *PARTICIPACIÓN COMUNITARIA*. La prestación del servicio de televisión por parte de las comunidades organizadas sin ánimo de lucro se desarrollará en un marco participativo donde los miembros de la comunidad podrán elegir mediante mecanismos democráticos los cargos directivos de las asociaciones prestatarias del servicio de televisión y podrán ser elegidos en los mismos.

ARTÍCULO 6o. *DEFINICIONES*. Para los efectos de la presente reglamentación, adóptense las siguientes definiciones:

1. **Televisión Comunitaria**. Es el servicio de televisión cerrada prestado por las comunidades organizadas a las que se refiere el artículo [1o](#) del presente Acuerdo, que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y cuya programación tiene un énfasis de contenido social y comunitario. En razón a su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción.

3. **Producción Propia**. Son aquellos programas realizados directamente por el licenciatario de televisión comunitaria sin ánimo de lucro o contratados con terceros para primera emisión en su área de cubrimiento. Esta producción deberá estar orientada principalmente a satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y a garantizar el pluralismo y la democracia informativa.

Así como la normatividad ha ayudado a formalizar y organizar este tipo de televisión y canales comunitarios, esta también ha estancado diversas experiencias que no han podido alcanzar los estándares de la comisión nacional de televisión, ya sea porque no han conseguido la financiación necesaria, o porque los impuestos resultan imposibles de pagar:

“Entre los impuestos que deben pagar por distintos conceptos encontramos : el 7,5% de los ingresos brutos por concepto de compensación a la CNTV, el 16% a Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian), los derechos de autor a gremios como Sayco y Acimpro y los derechos de portería, que se cancelan en algunas regiones por citar los más agobiantes.”<sup>127</sup>

En otras ocasiones, no se pueden cumplir con los requerimientos de programación. La difícil situación de la legalidad de la televisión comunitaria se puede evidenciar en los siguientes hechos: “*de los cerca de cuatrocientos canales detectados (...) hoy (2004) solo existen sesenta autorizados por la CNTV y aproximadamente cien en trámite*”<sup>128</sup>. Actualmente, año 2011, “*En Colombia existen 48 canales locales sin ánimo de lucro, de los cuales, de los cuales 8 son de carácter universitario*”<sup>129</sup>

Es posible afirmar que la regulación en muchos casos, termina yendo en contra del los intereses de la población civil, pues tantas exigencias terminar por desanimar a los ciudadanos a crear espacios de participación ciudadana en los canales comunitarios. Tristemente, hoy, debido a la Ley 1150 de 2007, se determinó que:

“en materia de prestación del servicio de telecomunicaciones y de televisión, la duración de las concesiones sería de 10 años y en ningún caso habrá prórrogas automáticas ni gratuitas. Lo anterior

---

<sup>127</sup> Téllez Garzón, M.P. (2005, 1er sem.), “La televisión comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía” en *Comunicação & Sociedade*, año 26, Núm. 43 p.150. [en línea] disponible en: [http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs\\_umesp/article/viewFile/199/157](http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/viewFile/199/157) , recuperado el: 10 de mayo de 2011

<sup>128</sup> Ídem. p. 147

<sup>129</sup> Ramírez, F. (2011), “¿Para qué los canales sin ánimo de lucro?”, *Al Aire*. Año 2, Núm. 03. P. 11

quiere decir que los canales locales que quieran permanecer al aire deberán pagar por una prórroga y pasar el análisis de gestión”

Esto significa que: “si los canales locales sin ánimo de lucro no se preparan para la llegada de la TDT, o no se unen para emitir sus canales en un multiplex<sup>130</sup> y realizan producciones acordes con el reacomodo de las audiencias, se verán obligados a desaparecer”<sup>131</sup>

Esta nueva exigencia seguramente generará ciertas dificultades para algunos canales. Para terminar habría que nombrar que uno de los organismos independientes que mejor reúne a la televisión comunitaria de todo el país es *ComuTV*<sup>132</sup>, una cooperativa multiactiva de Televisión, que nació en el año 2002, con el propósito de modernizar, optimizar, y mejorar la calidad del servicio de televisión, esta organización trabaja brindando asesorías técnicas, jurídicas, contables y de producción de televisión, además compra insumos al por mayor para que puedan ser vendidos a un precio más accesible a los canales comunitarios.

### 2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Hablar de medios comunitarios, es referirse a un tipo especial de medios, a una categoría con características propias que es diferente de otras como los medios comerciales, medios del Estado, o medios masivos de comunicación.

En el momento en que se constituye un panorama político pensado bajo un tipo de formulación como la democracia participativa, se considera a la comunicación como un elemento fundamental para que esta sea posible, por lo cual se vuelve tan importante reconocer diferentes derechos como la Libertad Expresión y el derecho a organizarse libremente. En relación a los medios de comunicación, tecnologías como la televisión o la radio, lo que hacen es potencializar la comunicación, esto permite a las comunidades, avanzar en diferentes aspectos de su vida social.

En primer lugar habría que decir que los medios comunitarios, son medios sin ánimo de lucro, qué quiere decir esto:

“esto significa que los beneficios económicos que eventualmente se obtengan de las actividades no pueden ser apropiados por sus productores, es decir que no generan patrimonios particulares. Los

---

<sup>130</sup> Múltiple. Canal de frecuencia radioeléctrica que permite albergar varios programas digitales de televisión (de 4 a 6) y otros servicios digitales (datos, internet, etc...) gracias a técnicas de compresión. Citado en: Gobierno de España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Multiplex. [en línea] disponible en: <http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Glosario/MN%C3%91/Paginas/MN%C3%91.aspx> recuperado el: 8 de mayo de 2011

<sup>131</sup> Ídem.

<sup>132</sup> “Qué es ComuTV” [en línea] disponible en:

<http://www.comutv.org/php/contenido.php?clave=Que%20es%20Comutv&ciudad=1> , recuperado el: 7 de mayo de 2011

excedentes son reinvertidos en los medios para la producción de los fines estipulados y los bienes producidos deben ser de consumo colectivo”<sup>133</sup>

Otra de sus características es ser incluyentes y operar esforzándose para que todos los puntos de vista aparezcan frente a la cámara o el micrófono. Diferentes grupos como sectores marginales por su condición económica, indígenas, negros, mujeres, campesinos, niños o jóvenes, deben tener la posibilidad de usar los medios para decir qué piensan, hablar de sus problemas, preocupaciones, ideologías y proyectos; la socialización, rompe con el enfrascamiento que nos hace vivir en silencio al interior de nuestras casas y de nuestra vida privada, es una oportunidad para promover valores tan importantes para la convivencia como son la tolerancia y el respeto.

En el momento en que se comparten los puntos de vista de los individuos o las diferentes organizaciones que puedan existir, se empiezan a identificar rasgos que los habitantes tienen en común así como también los puntos y las razones por las que difieren. Esto ayuda a fortalecer las relaciones y a trabajar en los desacuerdos que pueden existir en la comunidad. Por otro lado, la inclusión de temas locales, ya sea el medio ambiente, la religiosidad, los trabajos, la gastronomía y demás costumbres, además de formas de expresión locales como grupos musicales, de teatro, de danza o de poesía, entre otros, resultan esenciales a la hora rescatar las tradiciones culturales del barrio o el municipio, pues permiten construir identidad y sentido de pertenencia, ya que en el momento en que se hace visible la riqueza de la comunidad, sus capacidades, sus habilidades, su forma de hacer las cosas, esta empieza a notar quienes son realmente como grupo, y se despiertan sentimientos de afecto e identificación, lo cual resulta clave para construir solidaridad y trabajo en equipo.

Los medios comunitarios, entre otras de sus tareas, está el tratar temas de conflicto, problemáticas locales que no aparecen en los grandes medios. Muchas veces este tipo de información resulta más útil para la audiencia que saber qué ocurre en otras regiones del mundo o en otros lugares del país, ya que la información local toca directamente a la comunidad y por lo tanto resulta crucial a la hora de tomar muchas de sus decisiones. Igualmente, cuando surgen problemas en el municipio o el barrio, es muy importante para estos medios fomentar a los ciudadanos a que se expresen, a que planteen sus necesidades y preocupaciones, en este sentido, se abre la posibilidad de crear espacios de debate, de negociación en donde los habitantes pueden proponer soluciones a sus afecciones y ejercer control social mediante la veeduría.

En el momento en que los ciudadanos deciden poner su atención en un problema local, cualquiera que sea, ambiental, de inseguridad, de corrupción, y se expresan sobre este y buscan el porqué y las causas del mismo, empiezan a intervenir en el destino de su comunidad. Llevar al medio comunitario a los concejales, al alcalde, al personero, al líder o líderes de las juntas de acción comunal, al comandante

---

<sup>133</sup> Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito. AMARC- Friedrich Ebert Stiftung, p. 222

de policía, hace que el medio se vuelva un lugar de rendición de cuentas y monitoreo a los representantes públicos, pues se ven obligados a contestar a una ciudadanía que ejerce su soberanía.

Otra cosa que es importante anotar, es que el medio comunitario puede ser una herramienta fundamental para la promoción de la democracia participativa ya que lleva a los ciudadanos a concertar sobre qué pueden hacer por ellos mismos para estar mejor sin depender de las entidades Estatales u organizaciones no gubernamentales ajenas a la comunidad.

Para hacer posible la movilización de la comunidad, para lograr el cambio social, es necesario para estos medios pensar primero en construir una conciencia colectiva que se sienta capaz de intervenir en el destino de su territorio, en tal medida algunos autores han reflexionado sobre la cuestión del empoderamiento, Rowlands lo define del siguiente modo:

Es el proceso por el cual las personas, las organizaciones o los grupos carentes de poder (a) toman conciencia de las dinámicas de poder que operan en su contexto vital (b) desarrollan las habilidades y la capacidad necesaria para lograr un control razonable sobre sus vidas (c) ejercitan ese control sin infringir en los derechos de otros y (d) apoyan el empoderamiento de otros en la comunidad<sup>134</sup>

Aquel empoderamiento está estrechamente ligado a otros conceptos, uno de estos tiene que ver con la noción de ser ciudadano, Carlos Yori, lo define así:

ser ciudadano” supone, hoy en día, actuar como sujetos políticos; esto es, de manera deliberativa, pro-activa e, incluso, contestataria, y no simplemente consultiva; razón por la cual, el desarrollo de uno u otro proyecto de ciudadanía da cuenta del propio nivel de desarrollo de una u otra democracia en el marco de la modernización de su aparato político.<sup>135</sup>

Chantal Mouffe es una de las autoras que más ha tratado el tema del empoderamiento y función de la ciudadanía; reflexiona lo siguiente refiriéndose a los ciudadanos y la noción de ciudadanía:

Sentimos la necesidad de recuperar una idea de ciudadanía que contenga una visión activa del ciudadano, pues la ciudadanía no puede seguir limitada, como en la concepción liberal, a un estatuto legal, a una situación pasiva o a la posesión de derechos ejercidos a instancias del Estado. La

---

<sup>134</sup> Rowlands, Jo (15/02/2006). Empoderamiento a examen. Publicación electrónica: Development in Practice. Volumen 5 (Tema 2). Extraído el 17 de septiembre, 2009 de: <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=809>, citado en: Navarro Díaz, L.R. (2010), “Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizadores de identidades y contraidentidades de los sujetos políticos en Colombia” en ENCUENTROS, Núm. 15. [en línea], disponible en: [http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf), recuperado el: 18 de mayo de 2011

<sup>135</sup> Navarro Díaz, L.R. (2010), “Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizadores de identidades y contraidentidades de los sujetos políticos en Colombia” en ENCUENTROS, Núm. 15. [en línea], disponible en: [http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf), recuperado el: 18 de mayo de 2011

ciudadanía, es en realidad el ejercicio mismo de la democracia, y esto implica la participación en una comunidad política, la acción a partir de una perspectiva común, no como individuo aislado<sup>136</sup>

Los medios comunitarios pueden ayudar también de otras maneras, una de ellas es servir como herramienta informativa de los programas, campañas, y reformas políticas que nacen de los organismos estatales. A su vez, la comunicación de los ciudadanos hacia el Estado a través de los medios puede servir también para que los funcionarios públicos, se enteren de las necesidades de la comunidad y tomen nota de las sugerencias que estos pueden aportar para una mejor gobernanza.

Con tal de sintetizar lo dicho hasta ahora sobre medios comunitarios se presenta el siguiente cuadro:

<b>Valores</b>	<p><b>Reconocimiento:</b> de la dignidad de la persona humana con todos sus derechos individuales y colectivos.</p> <p><b>Solidaridad:</b> es un valor y un estilo de vida fundamentado en la cooperación, en la ayuda mutua y sobre todo, en la construcción de relaciones humanas basadas en la justicia y la equidad social.</p> <p><b>Creación de relaciones de confianza:</b> establece unas relaciones de confianza con las personas participantes del proyecto y ayuda a que la comunidad viva en relaciones de confianza. Las relaciones de confianza son la base de la paz social, forman el capital social de la emisora, que bien utilizado contribuye eficazmente a la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.</p>
<b>Principios</b>	<p><b>Coherencia:</b> el actuar está de acuerdo con los principios, objetivos, fines y valores acordados por el grupo humano y la organización. El proyecto comunicativo de los medios comunitarios explicita los valores, principios y criterios de actuación.</p> <p><b>Pertinencia:</b> los procesos y actividades realizados corresponden a las necesidades, a las potencialidades y a los procesos de desarrollo territorial del contexto social del cual forman parte.</p>
<b>Criterios de actuación</b>	<p><b>Gestión democrática:</b> facilita la participación de los diferentes niveles operativos, directivos y de coordinación. Debe darse la gestión de forma participativa, no autoritaria, escuchando a la gente de la comunidad.</p> <p><b>Trabajo a partir de grupos y liderazgos reconocidos:</b> comprende la capacidad de dirección y participación de personas con diferentes liderazgos que incorporan en su quehacer de manera intencionada el ejercicio de la comunicación, desde el medio comunitario y a través de metodologías de trabajo colectivo.</p> <p><b>Innovación social y tecnológica:</b> la permanente actualización y aprovechamiento de los recursos tecnológicos, apropiados críticamente, generan mejores canales de relación y más eficacia en los objetivos propuestos.</p> <p><b>Autonomía y autofinanciamiento:</b> son conquistas que deben alcanzar los gestores de las emisoras comunitarias.</p>

Valores, principios y criterios de los medios comunitarios<sup>137</sup>

<sup>136</sup> Íbid.

<sup>137</sup> (Cuadro editado), tomado: Fajardo Rojas, et al. (2010). *La Radio Comunitaria Una Empresa Social Sustentable: Herramientas para la Gestión*. Colombia. Ministerios de las Tecnologías de la Información y las

Es así como los medios de comunicación comunitarios pueden ayudar de diferentes maneras a las comunidades por medio de la comunicación; en el siguiente capítulo veremos dos casos específicos, que permitirán poner a flote los beneficios que otorgan a la ciudadanía estos medios, y los problemas a los que se enfrentan día a día.

### **3. CHÍA: MEDIOS COMUNITARIOS FRENTE A UN MUNICIPIO EN TRANSFORMACIÓN**

Como se ha mencionado en varias ocasiones a lo largo del documento, la democracia es un sistema de gobierno que no se trata únicamente de ir a las urnas cada dos o cuatro años a elegir a los representantes públicos, pues para que los ideales democráticos como la igualdad, la libertad, la solidaridad, la paz, y la soberanía popular, sean posibles, se requiere también de una ciudadanía participativa, preocupada por los asuntos públicos y dispuesta a exigir el cumplimiento de sus derechos.

En este sentido, ha llamado la atención un caso particular que a juicio propio merece mucha atención por parte de la ciudadanía, es el caso del municipio de Chía, Cundinamarca, el cual, desde hace cerca de veinte años viene experimentando una serie de transformaciones que han cambiado su paisaje y forma de vida de sus habitantes de manera contundente.

Chía viene desarrollando un proceso de crecimiento urbanístico que ha tenido diversas percepciones, han habido detractores y partidarios, pues si bien, el crecimiento del municipio, brinda la oportunidad de mejorar los espacios y servicios públicos, así como la infraestructura, el comercio y quizás también el empleo y otras tantas cosas, sin embargo, al haber este tipo de cambio, es posible que también que se den nuevos problemas tales como, inseguridad, congestión vehicular, contaminación, en fin, un conjunto de elementos que modifican las dinámicas sociales en beneficio de unos y en detrimento de otros.

Ante esta situación, se presume que los habitantes tienen unas necesidades informativas importantes, pues necesitan enterarse en qué dirección va el lugar en que habitan y si esto es contraproducente o no con su calidad de vida, asimismo surge entonces la cuestión por los medios locales, en particular por los medios comunitarios, que como se describió en el capítulo anterior son de y para la comunidad ¿cómo enfrentan los medios comunitarios esta situación? ¿Qué labor desempeñan los medios en este contexto? ¿Cuál es su responsabilidad frente a la comunidad?

Estas preguntas que de alguna manera ponen a prueba la pertinencia de los medios comunitarios, serán analizadas en este capítulo, no sin antes presentar una detallada caracterización del municipio.

## **3.1. CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE CHÍA**

### **3.1.1 HISTORIA ANTIGUA**

Chía tiene un pasado de gran interés para la historia de Colombia, pues antes de la colonización, este lugar era un asentamiento de inmenso valor para las culturas indígenas, sin embargo y como es bien sabido, la prosperidad que aquí se vivía, sufrió un vuelco total debido a la ambición de los conquistadores que arrasaron con todo y comenzaron una nueva Chía a su manera. Con el pasar del tiempo, Chía tomó un perfil más bajo que perduró por siglos, sin embargo hoy vemos una fuerza nueva que la posiciona como una ciudad de gran representatividad nacional y departamental. ¿Qué tiene este lugar de atractivo? Comencemos por el principio, su historia y su geografía.

Chía es un municipio de origen precolombino que fue habitado por el pueblo de los Muisca, pertenecientes a la familia de los Chibchas, uno de los grupos más sobresalientes de la historia indígena de nuestro país. Hacia el año 1537, cuando llegaron los conquistadores, encontraron en Chía un asentamiento organizado social, político, y administrativamente con profundas estructuras religiosas, pues Chía, que en idioma indígena traducía Luna, fue el sitio más importante para el pueblo Chibcha, luego de Sogamoso, pues aquí le brindaban tributo a sus dioses: Chibchacum, Bachué, Bochica y Zuhé, y a las fuerzas de la naturaleza como, el agua, la luna, el sol, el aire y la tierra.

“Chía fue sede principal del cacique del imperio, ya que el soberano de este pueblo era el heredero de la corona del Zipa de Bacatá; era el sitio donde el príncipe se instruía en ciencias naturales como medicina, astrología, botánica y se iniciaba en el conocimiento profundo de la religión y las artes de la guerra.

Los españoles a su llegada, encontraron un pueblo que trabajaba en la agricultura, la industria de la sal, los tejidos en algodón, la alfarería y las joyas en oro, los que comerciaba con los pueblos vecinos, lamentablemente este pueblo fue aniquilado y destruidos todos los vestigios de su cultura (...)

Hacia la mitad del siglo XVII, la población nativa se menguó dramáticamente y los campos, minas y tierras de cultivo se fueron quedando sin quien los trabajara, lo cual hizo que las tierras de las encomiendas y los resguardos se redistribuyeran entre la población blanca y mestiza, y se comenzaron a organizar las parroquias.”<sup>138</sup>

### **3.1.2. LÍMITES, SITUACIÓN GEOGRÁFICA, Y DIVISIÓN ADMINISTRATIVA**

Chía limita al norte con los municipios de Cajicá y Sopó, por el sur con el distrito capital (Bogotá), por el oriente con Sopó y La Calera, y por el occidente con Cota, Tabio y Tenjo.

---

<sup>138</sup> (2009). *Medio informativo del Concejo de Chía* No. 46, Año 16. p.15

“Se halla situada al norte del departamento de Cundinamarca, República de Colombia, en un pintoresco sitio de la sabana de Bogotá, y a una distancia de 25 Km. al norte de Bogotá. Se halla a 4° 52` de latitud norte y 74° 04` de longitud oeste del meridiano de Bogotá y una altura de 2562 m. sobre el nivel del mar. La superficie del municipio es de 79.23 Km<sup>2</sup>”<sup>139</sup>.

El municipio está dividido en cabecera y espacio rural, este último, cuenta con nueve veredas que son: Fagua, Fusca, Fonquetá, Cerca de Piedra, Samaria, Tíquiza, Yerbabuena, La Balsa y Bojacá. A pesar de que no hay una división formal de los barrios con que cuenta el territorio, actualmente están organizadas 57 juntas de acción de comunal<sup>140</sup>.

Temperatura: 12 grados centígrados.

### **3.1.3 CHÍA Y SUS ALREDEDORES DESARROLLO URBANÍSTICO DEL “ÁREA METROPOLITANA” DE BOGOTÁ**

Cuando se habla de la evolución de Chía, hay que hablar necesariamente de la relación que guarda esta transformación con la historia de Bogotá, ya que esto ayuda a entender mejor, cómo el proceso de cambio del municipio responde a explicaciones que tocan el orden nacional y departamental.

Desde 1950, debido a la violencia que vivía el país por los enfrentamientos bipartidistas, miles de familias se vieron en la obligación de movilizarse a Bogotá en condición de migrantes para salvar sus vidas y para encontrar un mejor mañana debido a que la capital representaba mejores oportunidades laborales, de educación, y más seguridad, entre otras variantes. Tempranamente, hacia el año 1955, hubo una conurbación de Bogotá con varios pueblos de vocación agraria, como son: Bosa, Engativá, Fontibón, Suba, Usaquén, y Usme. Estos pueblos pasaron de ser tierras cultivables a ser zonas de vivienda formal e informal, que respondían a la alta demanda habitacional que se presentaba en Bogotá, sin embargo la capital no pudo integrar estos pueblos de manera controlada, lo cual ha generado hasta hoy evidentes problemas de inseguridad, ruido, movilidad, contaminación y otros tantos<sup>141</sup>.

Con el pasar de los años, Bogotá se ha seguido extendiendo, y ha influenciado nuevos municipios, y a pesar de que no se ha establecido una delimitación formal del “área metropolitana”, el DANE estima

---

<sup>139</sup> (2009). *Medio informativo del Concejo de Chía* No. 46, Año 16. p. 15

<sup>140</sup> Las Juntas de acción comunal se pueden definir de la siguiente manera: “son organizaciones civiles que propenden por la participación ciudadana en el manejo de sus comunidades. Sirven como medio de interlocución con los gobiernos nacional, departamental y municipal y buscan la creación de espacios de participación que ayuden al desarrollo en barrios, corregimientos y veredas. Con ellas, los alcaldes también pueden fijar el plan de desarrollo, concertar proyectos y vigilar su ejecución. (2011, enero) [en línea] disponible en: <http://www.cali.gov.co/publicaciones.php?id=1819> ,recuperado el: 12 de marzo de 2011

<sup>141</sup> Peña Barrera, C.R. (2010) Índice de urbanización municipal: una aplicación a Bogotá y su teórica “Área Metropolitana”, *Territorios*, 23, pp. 33-57

que ya son 17 los que forman parte de esta área, estos son: Bojacá, Chía, Cajicá, Cota, Facatativá, Funza, Gachancipá, La Calera, Madrid, Mosquera, Sibaté, Soacha, Sopó, Tabio, Tenjo, Tocancipá y Zipaquirá.

En un estudio del Instituto de Estudios Urbanos de la Universidad Nacional, titulado *Índice de urbanización municipal: una aplicación a Bogotá y su teórica Área Metropolitana*<sup>142</sup>, se hace un análisis cuantitativo del crecimiento urbanístico de los municipios mencionados, y se pueden observar algunos datos que dejan ver la singular transformación que tuvo **Chía** desde el año 1993 hasta el 2005. (Ver cuadro 1).

Municipio/año	Población				Vivienda				Superficies					
	Cabecera		Resio		Cabecera		Resio		Total		Cabecera		Resio	
	1993	2005	1993	2005	1993	2005	1993	2005	1993	2005	1993	2005	1993	2005
Bojacá	3,401	6,800	1,874	2,079	554	1,318	505	553	6,941	6,941	34	41	6,907	6,900
Cajicá	16,699	27,111	15,417	18,280	2,567	6,408	3,104	4,273	5,000	5,000	175	273	4,825	4,727
Chía	42,396	73,841	7,340	24,055	8,050	19,226	1,193	6,243	7,600	7,600	381	619	7,219	6,981
Cota	5,376	10,787	7,111	9,122	945	2,211	1,598	2,355	5,201	5,201	126	142	5,075	5,059
Facatativá	65,610	95,640	10,101	11,812	9,350	24,032	1,933	3,050	16,000	16,000	434	600	15,516	15,400
Funza	37,525	57,110	3,594	4,270	5,095	11,636	718	736	7,100	7,100	403	571	6,697	6,529
Gachancipá	2,397	5,882	3,597	5,004	394	1,037	798	1,125	4,400	4,400	23	58	4,377	4,342
La Calera	6,423	9,520	13,010	14,248	1,140	2,536	3,162	5,383	34,000	34,000	71	144	33,929	33,856
Madrid	36,040	53,858	6,644	8,567	4,533	8,074	1,421	2,187	12,000	12,000	467	750	11,533	11,250
Mosquera	19,227	59,884	3,023	3,343	3,164	12,941	1,448	837	9,900	9,900	243	767	9,657	9,133
Sibaté	15,162	21,188	7,987	10,487	2,296	4,108	1,540	1,964	12,000	12,000	123	169	11,877	11,831
Soacha	252,135	396,555	4,830	5,452	41,680	96,435	5,006	1,396	24,346	18,700	1,446	1,900	22,900	16,800
Sopó	5,982	12,834	6,445	8,389	1,007	2,958	1,367	2,100	11,300	11,300	89	106	11,211	11,194
Tabio	3,091	9,281	7,863	11,569	524	1,927	1,699	3,268	7,400	7,400	43	52	7,357	7,348
Tenjo	3,425	7,884	13,333	10,582	428	1,942	3,162	2,639	11,700	11,700	29	43	11,671	11,657
Tocancipá	4,074	9,622	8,069	14,532	687	2,232	1,837	3,284	7,200	7,200	62	86	7,138	7,114
Zipaquirá	65,660	88,527	10,206	13,024	10,289	22,561	2,457	3,180	19,700	19,700	651	800	19,049	18,900
Bogotá, D.C.	5,398,543	6,824,507	14,941	15,609	941,286	1,758,344	2,892	4,341	158,700	158,700	30,300	38,430	128,400	120,270
Total	5,983,166	7,770,831	145,391	190,423	1,034,489	1,979,926	35,750	48,929	360,487	354,841	35,150	45,550	325,337	309,291

Cuadro 1. Índice de urbanización municipal: Bogotá y área metropolitana<sup>143</sup>

Al tener en cuenta los datos recogidos en el anterior cuadro, se puede entrar a analizar algunos de los resultados que deja este estudio y que permiten comprender cómo Bogotá, debido a su importancia, principalmente como núcleo económico del país, afecta sobremedida los municipios que lo rodean. Una manera de darnos cuenta de esto, es a través del primer indicador, la población.

De todos los municipios, **Chía** se destaca en los tres indicadores del **Cuadro 1**. El crecimiento poblacional, fue el más alto después de Soacha, pues pasó de tener 49.742 habitantes en 1993, a tener 97.896 en 2005, es decir que en doce años, 48.154 habitantes nuevos escogieron a Chía como lugar para vivir, dato que despierta interés para el presente estudio, ya que se hace necesario ver por qué

<sup>142</sup> Peña Barrera, C.R. (2010) Índice de urbanización municipal: una aplicación a Bogotá y su teórica "Área Metropolitana", Territorios, 23, pp. 33-57.

<sup>143</sup> *Ibid.*

ocurrió esto y que implicaciones tiene este cambio para todos sus pobladores y para la administración del municipio.

Otros de los indicadores que muestra como ha sido el crecimiento urbanístico y que ofrece el estudio ya mencionado, responde al aumento **en vivienda** y también, a la manera en cómo ha aumentado o disminuido el tamaño de la cabecera y del “resto” de superficie. Mirando el caso de Chía, vemos que el aumento en vivienda en el periodo entre el año 1993 y 2005, en el casco urbano varió de 8.050 a 19.226 viviendas, y que en el resto de la superficie la variación fue de 1.193 a 6.248, es decir que hubo un aumento total de 16.231 viviendas. Este dato es excepcional, revela una transformación única debido a que en este indicador también superó al resto de municipios. En el cuadro 1, también se puede observar que hacía el año 1993, la cabecera ocupaba 381 ha, cifra que aumentó considerablemente en 2005 cuando esta se extendió a 619 ha, número que siguió aumentando al punto de tener hoy extensas áreas destinadas a expansión urbana, desarrollo suburbano y barrios de VIS en zonas que por mucho tiempo estuvo prohibido construir:

“Gracias al Acuerdo 01 de 2010, “Por medio del cual se delega al Alcalde Chía la función para la legalización de asentamientos humanos dentro del municipio de Chía”, las familias que no habían podido legalizar sus predios porque la normatividad de de la zona donde se ubican, definida en el Plan de Ordenamiento Territorial, no lo permitía, pueden ahora hacerlo”<sup>144</sup>. En el año 2010 se ordenó la legalización de 60 asentamientos de vivienda en diferentes lugares del municipio.

El número de residentes del municipio más su población flotante para el año 2010 fue de 140.000<sup>145</sup>.

### **3.1.4. HISTORIA RECIENTE. CRECIMIENTO POBLACIONAL Y DESARROLLO URBANÍSTICO DE CHÍA**

Teniendo en cuenta el contexto del desarrollo de los municipios que abarcan el área metropolitana de Bogotá, nos centraremos ahora a ver con más profundidad la historia del municipio en cuestión, Chía.

#### **3.1.4.1. EVOLUCIÓN**

Para conocer cómo transcurre este fenómeno y por qué, lo mejor es remitirse de primera mano a una tendencia que se vino presentando a comienzos de los años noventa, cuando comenzaron a construirse en forma los primeros conjuntos de casas en Chía. En estos años, la vida era aún muy campestre<sup>146</sup>, y a

---

<sup>144</sup> *Alcaldía Responde*. (2010, diciembre). Edición especial, rendición de cuentas 2010. p. 4

<sup>145</sup> *Alcaldía Responde*. (2010, diciembre). Edición especial, rendición de cuentas 2010. p. 8

<sup>146</sup> El número de hectáreas destinadas al espacio rural era de 7.219 en 1993, pasó a 6.981 en 2005, esto devela los cambios en el uso del suelo.

pesar de que la población no era poca (49.742 habitantes)<sup>147</sup>, las características de este lugar denotaban un estilo de vida rural; no era raro para los habitantes escuchar el canto de aves silvestres, ver potreros en cada esquina, respirar aire puro y salir a caminar tranquilamente sin ningún tipo de prevención. En aquel entonces se podían ver muchos cultivos, y la convivencia se vivía muy diferente a como es hoy día, pues era natural que todo el mundo se conociera ya que las familias allí asentadas eran las mismas que habían vivido por generaciones.

En este momento Chía era todavía visto como un lugar alejado de Bogotá, y su belleza atraía a los capitalinos pero más por ser un lugar de paseo que un lugar para vivir, sin embargo, esto empezó a cambiar pues muchas personas de Bogotá comenzaron a ver este municipio como un destino idóneo para la vida en familia.

A finales de la década de los ochentas, se construyeron los primeros conjuntos de casas que atrajeron familias de Bogotá, las cuales vieron en Chía un destino diferente, lejos de la contaminación, el ruido, el desorden y la inseguridad de la ciudad. Estos primeros nuevos habitantes fueron pioneros en darse cuenta que se podía tener un mejor estilo de vida sin dejar sus trabajos de Bogotá. A esta primera pequeña ola, le siguió una nueva en los años noventa, cuando más familias de origen bogotano vieron en Chía la posibilidad de hallar una nueva vida, acontecimiento que abrió el mercado a la construcción de conjuntos cerrados de casas, principalmente de interés prioritario.

Con los años vinieron más y más familias gustosas de encontrar en este lugar la fortuna de tener casa, esto quiere decir, vivir en un lugar más amplio de lo que puede ser un apartamento, tener patio, jardín, espacio para la mascota y para que jueguen los hijos, además de ofrecerles a estos, crecer en un estilo de vida más sano en todos los sentidos.

Visitantes de estas familias, es decir familiares y amigos, se sintieron atraídos por los privilegios que ofrecía el municipio y muchos se fueron a vivir a Chía también. Con el pasar de los años siguió llegando gente, personas que no eran solo de Bogotá sino de otras partes del país que vieron en Chía la posibilidad de encontrar trabajo o de empezar un negocio. También, familias de municipios cercanos como Zipaquirá, Cajicá, Tocancipá, Cogua, entre otras, encontraron en Chía un lugar idóneo para instalarse, pues la cercanía con Bogotá les permitía trabajar y volver a casa en poco tiempo. Esta serie de hechos se puede evidenciar en la siguiente tabla.

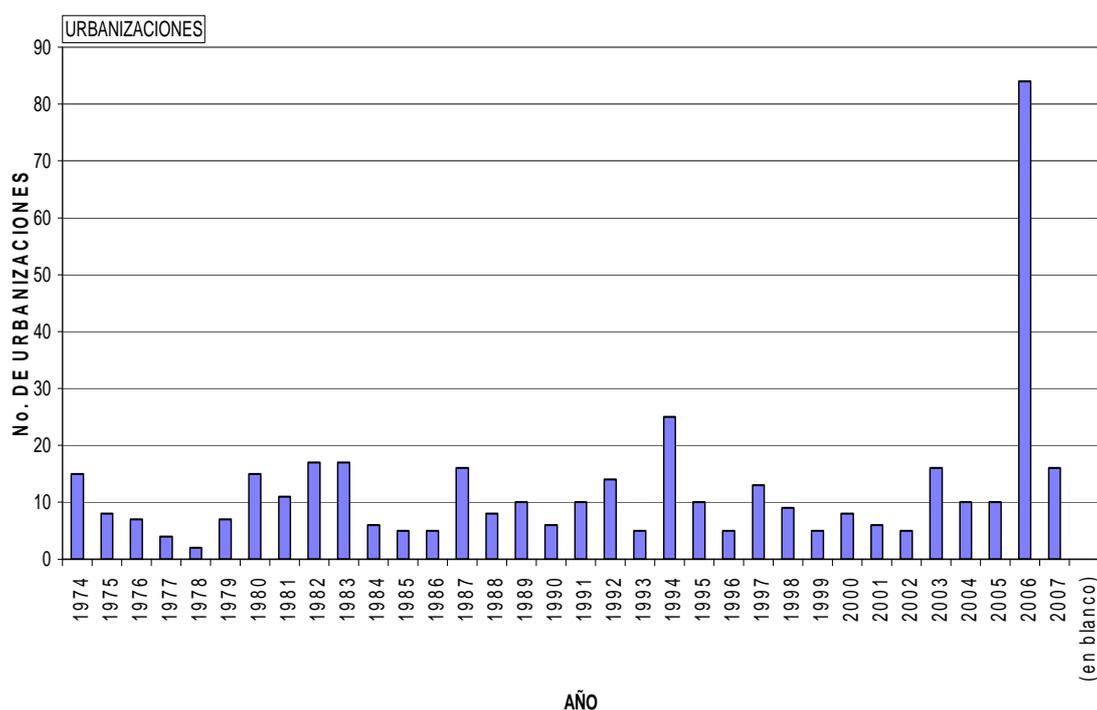
<b>Crecimiento Vegetativo</b>			
<b>1. Crecimiento Natural o Vegetativo: natalidad</b>			
<b>Descripción Variable</b>	<b>Zona Urbana</b>	<b>Zona Rural</b>	<b>total</b>
En este municipio	20328	10533	30861
En otro municipio colombiano	59193	13627	65820

<sup>147</sup> Peña Barrera, C.R. (2010) "Índice de urbanización municipal: una aplicación a Bogotá y su teórica "Área Metropolitana"", *Territorios*, 23, 33-57.

En otro país	453	182	635
No informa	113	15	128
Total	73087	24357	97444

Cuadro 2. Fuente: Lugar donde nació. Censo general 2005 – información básica. DANE Colombia. Procesado con Redatam CEPAL/ Celade 2007

Paralelamente a esta tendencia, diferentes administraciones de Chía, se percataron a tiempo de lo que estaba ocurriendo y estimularon al municipio para que se convirtiera en lo que muchos llaman una *ciudad dormitorio*, es decir, con un carácter en su mayoría residencial. Esto promovió la construcción de nuevos conjuntos por medio de los siguientes incentivos, bajar la tarifa de las licencias de construcción y expedirlas más fácilmente. De los acuerdos que ayudaron a que se incrementaran las obras en el área rural, estuvo “la adopción del Acuerdo 017, por cuanto la norma permitió el desarrollo de parcelaciones utilizando como elemento básico de densidad, no el número de viviendas por hectárea (Acuerdo 003 – 1994) sino el no superar el índice máximo por zona, independientemente del número de unidades”<sup>148</sup>. Durante los años 2005 y 2006, el número de urbanizaciones y parcelizaciones creció significativamente.



Urbanizaciones aprobadas por año. <sup>149</sup>

<sup>148</sup> Alcaldía Municipal de Chía. Gerencia para la Planeación y Evaluación Integral (2009). Diagnóstico Revisión de Ordenamiento Territorial, POT.

<sup>149</sup> Ídem.

Otros de los datos actuales que mejor revelan esta tendencia, son suministrados por el ICER (Informe de Coyuntura Económica Regional), en este estudio, Chía aparece como el municipio con la mayor área licenciada en Cundinamarca en 2009, con 195.150 m2, además, fue el segundo municipio con mayor número de licencias aprobadas en este mismo año<sup>150</sup>.

Este fenómeno que venimos relatando, fue atrayendo hacia sí una serie de factores consecuentes al incremento demográfico que se estaba presentando, entre los cuales se encuentra el comercio; al incrementarse la población crece la demanda, por lo cual diferentes supermercados de gran renombre a nivel nacional e internacional, han venido abriendo sus almacenes en Chía, como: Surtifruver, Olímpica, Carulla, Surtimax, Cafam, Carrefour y Cooratiendas; por otro lado, también han aparecido centros comerciales como Centro Chía, Plaza Mayor, Sabana Norte, Plaza Chía, y Centro Comercial La Valvanera, entre otros. Igualmente, a lo largo del municipio han surgido nuevos negocios de bienes y servicios como clínicas odontológicas, SPÀ`s, gimnasios, tiendas de ropa y calzado, cafés, restaurantes y otros locales. “Uno de los principales ingresos que tiene el municipio es debido al auge del comercio es tanto así que cuenta con 2230 establecimientos comerciales entre, restaurantes, almacenes, talleres, tabernas, cafeterías, tiendas, supermercados y graneros etc.”<sup>151</sup>

En el aspecto económico, la industria también ha tenido lugar pero en menor medida, en el municipio, los proyectos de construcción han generado el desarrollo de depósitos y almacenes de materiales, así como también talleres de metalmecánica, carpinterías, microempresas de manufacturas y acabados para la construcción. “En este sector se destacan las empresas Cienco Ltda, Concretos Premezclados, Vidrioalum, Vitemco, Ladrillera del Norte, Postes Medina y Postes FEM, lideran el gremio económico que tal vez (en el sector industrial) genera mayor actividad”.<sup>152</sup>

Además “la industria de alimentos, cuyos productos están destinados al consumo nacional, son empresas de carácter mediano, que encuentran en Chía factibilidad de transporte en sus materias primas especialmente las dedicadas al proceso de lácteos: Proleche, procesadora de leche en polvo y pasteurizada Schapelli, productora de quesos y yogures. Otras que se destacan en alimentos: Romagnola (pastas alimenticias) y Champiñones Colombianos”.<sup>153</sup>

Estas circunstancias han generado mucho empleo, lo cual también ha sido un imán para que muchas personas vean a Chía como un lugar óptimo para vivir o trabajar. Todo esto ha repercutido en un

---

<sup>150</sup> Banco de la República. Colombia. DANE. (2009). Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). p. 65. [en línea], disponible en:

<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ICER/cundinamarca/2009.pdf>, extraído el : 15 de mayo de 2011

<sup>151</sup> Alcaldía de Chía. Sitio Oficial de Chía Cundinamarca, Colombia. [en línea] disponible en:

[http://201.245.175.27/chia/hermesoft/portallG/home\\_1/recursos/01general/contenido/18122008/nm\\_infogeneral\\_economia.jsp](http://201.245.175.27/chia/hermesoft/portallG/home_1/recursos/01general/contenido/18122008/nm_infogeneral_economia.jsp) extraído el: 13 de mayo de 2011

<sup>152</sup> Ídem.

<sup>153</sup> Ídem.

aumento poblacional que abarca todos los estratos socioeconómicos y que sin lugar a dudas ha transformado la antigua estructura del municipio.

Ante todo este cambio, Las alcaldías del municipio que tuvieron lugar durante los años noventa hasta el día de hoy<sup>154</sup>, han tenido que estar atentas a ejercer políticas para adaptar esta serie de transformaciones de tal manera que beneficien a todos los habitantes, tanto a los nuevos como a los antiguos, por lo cual se han tomado diversas medidas, entre las cuales está el ajuste al transporte público, pues debido a la aparición de nuevos habitantes, ha sido necesario construir nuevas rutas de colectivos, y hacer posible un mayor número de flotas intermunicipales pues muchos de los habitantes tienen sus empleos en Bogotá. Algunos acusan que esto se ha hecho deficientemente:

“El POT de Chía define una caracterización vial de acuerdo a unos perfiles viales, pero no propone un sistema de movilidad que responda a los problemas de circulación vehicular del municipio. El desarrollo vial de los procesos de urbanización **no** ha tenido en cuenta la continuidad vial, debido a que cada urbanización se ha desarrollado de forma independiente sin unas exigencias de conectividad provocando caos en la movilidad.”<sup>155</sup>

En cuanto al tema de seguridad ha ocurrido algo similar, pues se tuvo que mejorar el cuerpo de la fuerza pública; de igual manera ocurrió con el tema educativo, pues tuvo que pensarse en cómo ampliar el cupo en los colegios públicos. Aparte de estos ajustes han habido otros que obligan un gasto mucho mayor, como es el hecho de la adecuación de los servicios públicos, por lo cual se ha tenido que ampliar el acueducto, el alcantarillado y el servicio de basuras, instalar más alumbrado público, poner nuevas redes de energía y gas, crear espacios de recreación como parques y escenarios deportivos, pavimentar calles, ampliar avenidas, crear nuevas vías que permitan mejor flujo vehicular, mejorar andenes, hacer ciclovías, poner semáforos, señales de tránsito, puentes peatonales, entre muchas otras adecuaciones necesarias para hacer que una ciudad marche ágil y ordenadamente.

Otra de las razones por la cual Chía, empezó a adquirir las características que se han nombrado hasta el momento, fue gracias a la formulación del POT (Plan de Ordenamiento Territorial). En el año 1997 se expidió en Colombia la ley 388 – Ley de Desarrollo Territorial, la cual pone de manifiesto lo siguiente:

La Ley 388 de 1997 desarrolla estos mandatos constitucionales y legales, dando al OT (ordenamiento territorial) municipal el fundamento legal para su aplicación. Dicha ley parte de la definición del ordenamiento territorial municipal y distrital en los términos de que éste "comprende un conjunto de acciones político-administrativas y de planificación física concertados, en ejercicio de la función pública que les compete...en orden a disponer de instrumentos eficientes para orientar el desarrollo del territorio bajo su jurisdicción y regular la utilización, transformación y ocupación del espacio, de acuerdo con las

---

<sup>154</sup> Periodos anuales: 1992-1995; 1996-1999; 2000- 2003; 2004- 2007; 2008-2011.

<sup>155</sup> (2009). *Medio informativo del Concejo de Chía* No. 46, Año 16. 14-15. p. 39

estrategias de desarrollo socioeconómico y en armonía con el medio ambiente y las tradiciones históricas y culturales" (Ley 388/97, art. 5).

En términos generales el propósito de esta ley es ordenar el país a nivel económico, social y territorial, generar un aprovechamiento adecuado del suelo que incentive el desarrollo económico y social, formulando políticas que preserven el medio ambiente, la diversidad étnica y el patrimonio cultural, y que además sea acorde a los objetivos de mayor escala, es decir los regionales y nacionales.

Para la realización de este POT se dio un plazo de tres años, lo cual quiere decir que para el año 2000, cada municipio tendría que tener listo su plan, por lo tanto, Chía cumplió con la fecha estipulada y en aquel año, dejó ver cuál sería el futuro de la Ciudad de la Luna (al menos hasta el año 2010, año establecido para hacerle las debidas reformas al POT).

En el artículo 1 del POT se puede ver qué se tiene en cuenta al momento de formular este documento y cuál es el propósito de su ejecución:

El Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Chía, en adelante POT, es el instrumento técnico y normativo por medio del cual se establecen los principios, las políticas, objetivos, estrategias y acciones orientadas a regular la utilización, ocupación y transformación del espacio físico en el corto, mediano y largo plazo, de tal forma que se logre un equilibrio entre la atención a las necesidades sociales y económicas de la población y la conservación y protección del medio ambiente. (...)

(...) **VISIÓN:** Chía, centro histórico y territorio de paz, privilegiado por su ubicación estratégica en el entorno regional, será un municipio educador, turístico y cultural, basado en un desarrollo competitivo, sustentable y sostenible, con liderazgo regional, expresado en mejores niveles de calidad de vida de sus habitantes.<sup>156</sup>

De este apartado vale la pena resaltar la última parte que habla sobre la visión. Allí se da cuenta de que Chía busca ser un municipio educador, turístico y cultural.

En cuanto al enriquecimiento turístico, lo que se ha buscado es que Chía, que ya era una zona atractiva para los bogotanos, sea ahora un lugar infaltable para turistas extranjeros y de otras partes del país. Chía se trata de perfilar como un lugar perfecto para pasar un buen rato en compañía de amigos o familiares, ya que el municipio además de contar todavía con bellos paisajes, tiene una oferta de numerosos restaurantes, los cuales ofrecen una variada gastronomía, aunque su especialidad siempre ha sido la comida a la parrilla, atraída de manera singular por el restaurante Andrés Carne de Res, quizás uno de los sitios más populares de Colombia. Los rumbiaderos también han sido otro atractivo del municipio, al igual que algunos sitios históricos como son: la iglesia de la Valvanera, ubicada en lo alto de una de los cerros occidentales; la iglesia de Santa Lucía ubicada en el parque Santander, el cual ocupa el centro del municipio y que conforma, junto con calles aledañas la zona histórica de Chía, además de otros sitios de interés históricos como son el parque Ospina Pérez, el puente del Común, la

---

<sup>156</sup> Alcaldía de Chía.(2000)Plan de Ordenamiento Territorial Chía.

estación de ferrocarril de la Caro, y el Castillo de Marroquín<sup>157</sup>. Algunos de los eventos más destacados son: Festival Gastronómico, Día del campesino y Festival del maíz, Feria Equina y muestra agroindustrial, Día mundial del turismo, Festival Internacional de la Diosa Chía, y el Aguinaldo turístico, celebrado en la temporada navideña.

En cuanto al tema de educación, también ha habido hechos concretos que justifican a Chía como una ciudad educadora. El municipio cuenta actualmente con un gran número de colegios y universidades que brindan educación a 27.686 alumnos (ver cuadro 3), además, implementa proyectos que buscan mejorar la calidad de la educación y que permiten a los jóvenes, acceder más fácilmente a la educación superior.

Establecimientos educativos		Colegios oficiales de Chía	Institutos de educación superior	No. De estudiantes en colegios
1. Institutos oficiales	12	1. Cerca de Piedra	1. Colegio Odontológico Unicoc	Alumnos Instituciones públicas 14.870
2. Col. Privados calend. A	53	2. Fonquetá	2. Corporación John F. Kennedy	
3. Col. Privados calend. B	9	3. Fagua	3. Universidad Católica	Alumnos Instituciones privadas 12.816
4. Jardines infantiles	25	4. Bojacá	4. Universidad de Cundinamarca	
5. Instituciones no formales	6	5. J. M. Escrivá de Balaguer	5. Universidad JTL	Total Alumnos 27.686
6. Centros Informales	17	6. El Cerro	6. Universidad Libre	
7. Universidades	9	7. Fusca	7. Universidad de la Sabana	
8. Sena	1	8. La Balsa	8. Taller Cinco	
Total establecimientos	132	9. Santa María del Río	9. Sena	
		10. Col. Nal. Diversificado		
		11. Diosa Chía		
		12. Departamental J.J. Casas		

Cuadro 3. Estadística 2006. Secretaría de educación municipal

Uno de los mayores logros que se hizo concreto en el 2010, fue la certificación del municipio en educación, esto quiere decir que:

“el municipio asumió la responsabilidad de prestar el servicio educativo y de administrar el personal docente y administrativo, los establecimientos educativos y los recursos del Sistema General de Participaciones (SGP)<sup>158</sup> (...) con la certificación el municipio tiene mayor gobernabilidad sobre los destinos del sector educativo, una mayor relevancia de lo educativo dentro de la agenda pública y los planes de desarrollo, y una mayor y mejor capacidad de respuesta a las diferentes necesidades de su comunidad”

Además, “El beneficio más importante es el de poder incidir, de manera más directa, en la atención a la población estudiantil, así como en la planeación y asignación de todos los recursos del sector”<sup>159</sup>. Es importante incluir aquí, que para el 2011, se espera que el municipio cuente con la terminación de la

<sup>157</sup> Alcaldía de Chía. Sitio oficial de Chía, Cundinamarca Colombia. Guía Turística. [en línea] Disponible en: <http://201.245.175.10/> . recuperado el: 29 de mayo de 2011

<sup>158</sup> El Sistema General de Participaciones está constituido por los recursos que la nación transfiere por mandato de los artículos 356 y 357 de la Constitución Política a las Entidades Territoriales para la financiación de los servicios de educación, salud y propósito general, cuya competencia se les asigna en la ley 715 de 2001.

<sup>159</sup> *El Periódico de Chía*, (2010, febrero). “Entrevista a la ex Ministra de Educación Cecilia María Vélez”. Chía. p. 3

biblioteca-auditorio, un importante centro educativo, que promete contar con salas de computadores, muchos libros, y un auditorio que esté a la altura de las necesidades de sus habitantes.

Por último, respecto al tema de la vocación cultural de Chía, vemos una inversión de recursos significativa. A muy bajo costo, niños y jóvenes del municipio, tienen la posibilidad de tomar alguno de los cursos, de la variada oferta que ofrece la Casa de la Cultura, los cuales se pueden tomar en la sede principal o en alguna de las subseces ubicadas en las diferentes veredas.

“Durante el 2010 atendimos 2.026 personas en la Casa de la Cultura y 1.226 en el programa de descentralización en las veredas, para un total de 3.252 estudiantes en proceso de formación artística, entre los cuales se encuentran niños, niñas, jóvenes, adultos, adultos mayores y 95 personas en condiciones de incapacidad”<sup>160</sup>.

Vale agregar que la Casa de la Cultura ofrece programas de técnico laboral en artes con énfasis en Música, Artes Escénicas y Artes Plásticas.

<b>Estudiantes Atendidos en la Escuela de Artes de Chía</b>			
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Música	4984	1084	1141
Danza	204	417	570
Plásticas	106	274	138
Teatro	20	59	77
<b>Total Estudiantes</b>	<b>828</b>	<b>1834</b>	<b>2026</b>

Número de estudiantes en los últimos tres años.<sup>161</sup>

La Secretaría de Cultura del municipio, siente más que nunca, que los esfuerzos por consolidar la identidad cultural de Chía se han manifestado también en sus eventos, los cuales han sido muy bien elaborados y cobran mayor acogida con el pasar de los años; entre estos estuvieron en el 2010: XV Festival de Danzas Tradicionales, el cual contó con 565 bailarines; XV Festival de Teatro Diosa Luna, donde participaron compañías de teatro locales, nacionales e internacionales, y que permitió la entrada libre a todos los habitantes; El día de la Inocencia y la Ternura, y las vacaciones culturales para niños; La XXVI Semana Cultural de la Ciudad de la Luna; el I Festival de Tunas Liliana Parra, y la serie de conciertos, talleres, conferencias, y exposiciones, presentadas en los jueves culturales de la Casa de la Cultura<sup>162</sup>.

<sup>160</sup> *Alcaldía Responde*. (2010, diciembre). Edición especial, rendición de cuentas 2010. p. 28

<sup>161</sup> *Íbid.*

<sup>162</sup> *Íbid.*

### 3.1.4.2. PROBLEMAS

Si bien, Chía ha tenido la fortuna de evolucionar de una manera organizada y equitativa, cumpliendo de manera oportuna con los planes de desarrollo, y generando en sus habitantes la posibilidad de vivir en un territorio de paz, es de manifestar que en este proceso, como es natural, han ocurrido una serie de inconvenientes y desajustes que han propiciado el descontento de algunos sectores de la población que han sentido muchas injusticias y equivocaciones por parte de las administraciones municipales y de algunas compañías privadas.

Uno de los problemas más graves y que el actual alcalde Orlando Gaitán, prometió solucionar en su campaña a la alcaldía, es el escándalo de la empresa HYDROS CHÍA, a la cual la Empresa de Servicios Públicos de Chía (EMSERCHIA) entregó la administración del acueducto, alcantarillado y servicio de aseo.

El problema con HYDROS, es que a la fecha, adeuda un monto de 2400 millones de pesos a la empresa EMSERCHÍA por la retención de dineros correspondientes al servicio de aseo. Además, HYDROS le debe a esta 2500 millones más por hacer uso del acueducto y alcantarillado. Otros 11 mil 500 millones de pesos debe HYDROS a la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá, a la cual le compra el agua en bloque para suministrarla a los moradores del municipio.<sup>163</sup>

El problema no termina ahí, ya que la adecuación de redes de alcantarillado y acueducto han sido insuficientes pues algunos de los conjuntos de VIS ubicados en la zona de expansión urbana, como San Andres I y II, al día de hoy no cuentan con estos servicios, de igual manera ocurre con los proyectos Bet-El, Pro-Vivienda, Gestión Social, El Manantial, El Pinar, Cooperativa La Libertad, Cooperativa Puente El Común, y San Miguel; esta situación ha traído graves incomodidades para los habitantes de estas urbanizaciones, aparte, esta serie de problemas con HYDROS han producido un incremento en la tarifa de los servicios públicos, lo cual representa un problema grave a familias de bajos recursos.<sup>164</sup>

Las dificultades ambientales van en aumento; uno de los casos más alarmantes es la falta de optimización de la laguna de oxidación PETAR Chía 1, única laguna de oxidación del municipio, fundada en 1984, la cual, debido al incremento poblacional se ha saturado al punto de repercutir en problemas de aireación, motivo preocupante para muchos de los pobladores pues además de aguantar los fuertes olores que produce, genera riesgo al ser la causante potencial de la propagación de virus y enfermedades.

El crecimiento demográfico también ha provocado otros inconvenientes, ocasionados en parte por la falta de planeación y eficacia en la adecuación de los siguientes puntos. El crecimiento del parque automotor, así como el hecho de que Chía esté en medio de importantes vías intermunicipales, genera

---

<sup>163</sup> Jiménez, R. & Díaz, J.(2010) Comunicados a la Opinión Pública . Veedurías de servicios públicos de Chía.

<sup>164</sup> *Íbid.*

una mayor inversión en el mantenimiento de las vías, y obliga la construcción de nuevas avenidas y calles, esto aún no se ha hecho como se debería pues los embotellamientos ocurren a diario a diferentes horas del día y en diferentes sectores de Chía, aparte, zonas en donde se sitúan los nuevos asentamientos urbanos acusan la falta de rutas de servicio público.

Otro gran problema, quizás uno de los más graves y el más reciente, han sido las inundaciones que ha generado la lluvia y que ha provocado que suban los niveles del agua de los ríos Frío y Bogotá, que pasan por Chía. Este problema ha generado serios casos de inundación, malos olores, y humedad, en diferentes barrios, veredas, y en la vía principal hacia la autopista norte. En relación a esta situación, se ha cuestionado mucho el proyecto Ciudad Parque Oasis, propuesto por la actual administración del alcalde Orlando Gaitán Maecha; este proyecto que busca construir 3200 viviendas de interés social, se ha hecho para mejorar las condiciones de vida de los más necesitados y para empezar a equilibrar el déficit de 12.500 viviendas que existe en el municipio, sin embargo, los terrenos destinados para dicho plan, han causado muchos cuestionamientos por parte de la Procuraduría y el Concejo de Chía, ya que los lotes sobre los que se va a construir, están en una zona muy cercana al Río Frío la cual se teme sea propensa de inundaciones.<sup>165</sup>

Habiendo visto algunas características y problemas que enfrenta el municipio, pasemos ahora a ver las experiencias de los medios comunicación comunitarios, la emisora Luna Estéreo y el canal de televisión comunitaria Litechía.

### **3.2. CHÍA Y SUS MEDIOS COMUNITARIOS**

En el momento de abordar el caso de los medios comunitarios del municipio de Chía, Litechía (canal comunitario) y Luna Estéreo (emisora comunitaria), más que investigar los aspectos técnicos, se profundizó sobre el sentido social de estos, teniendo en cuenta el objetivo principal del documento <<indagar sobre la manera cómo los medios de comunicación pueden ser forjadores de la democracia>>. Para lograr este cometido, se investigaron los siguientes temas en las entrevistas y las fuentes secundarias:

En primer lugar se preguntó por la organización y propósito de cada medio, esto con el ánimo de conocer en qué medida era posible llamarlos “comunitarios”; también se trató el tema de la financiación, y hasta qué punto la ciudadanía tenía voto sobre las decisiones que se tomaban dentro de cada organización; estas preguntas se realizaron para saber si la opinión pública que se representaba y se formaba a partir de estos, estaba sujeta a condicionamientos de orden político, económico, religioso, ideológico o de otra índole.

---

<sup>165</sup> El Tiempo.com “Procuraduría Preocupada Por Proyecto De 3.200 Viviendas En Chía”. [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-8655760> , recuperado el: 29 de mayo de 2011

En segundo lugar se consultó sobre la programación para saber quienes participaban en los programas, de qué manera lo hacían y con qué frecuencia, de esta manera se intentó conocer si el medio era realmente incluyente e interesado por conocer la pluralidad de expresiones ideológicas, religiosas, y culturales que existen en el municipio.

Otro punto que se tocó en las entrevistas tuvo que ver con la manera en cómo los medios comunitarios, abrían mesas de debate o diálogo entre la ciudadanía y la administración municipal y las otras entidades estatales; también se preguntó sobre la manera en cómo el Estado y otras instituciones no gubernamentales, podían promover a través de los medios los decretos, programas, y decisiones políticas.

La audiencia fue otro tópico sobre el cual se consultó en las entrevistas, se trató de investigar cómo estaba conformada, se preguntó por su edad, su estrato socioeconómico, su relación con el medio, y las opiniones que estas tenían sobre el mismo.

El tema político también fue examinado, por lo cual se preguntó por algunos de los problemas referenciados en la caracterización del municipio, como son el proyecto Ciudad Parque Oasis, los casos de corrupción de la empresa contratista para el manejo de acueducto y alcantarillado Hydros, y el tema de las elecciones a alcaldes y concejales que se van a llevar a cabo en octubre de este año, 2011.

En último lugar, se preguntó a los entrevistados sobre las fortalezas, debilidades, problemas a los que se enfrentaban diariamente, y proyectos que tenían a futuro, de esta manera se intentó descubrir, si los medios comunitarios del municipio de Chía estaban ayudando a forjar una democracia participativa, la cual, como se explicó en segmentos anteriores es crucial dado el momento de cambio por el que está pasando el municipio.

### **3.2.1. LUNA ESTÉREO (106.4), EMISORA COMUNITARIA**

Para la realización de este segmento, en el cual se documenta la experiencia de la emisora comunitaria Luna Estéreo se ha tomado como fuente, dos entrevistas a funcionarias de la emisora, una de ellas fue Angélica Yomaira Larrota, periodista y locutora, y la otra fue la Dra. Carolina Orjuela, Coordinadora de la emisora; como fuentes secundarias se revisó información del sitio web [www.lunaestereo.com](http://www.lunaestereo.com) y el documental “Luna Estéreo 10 Años”<sup>166</sup>.

---

<sup>166</sup> Luna Estéreo 10 años (2009), [documental], [en línea] disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=iX3osfTFIX4> recuperado e: 30 de mayo de 2011

### 3.2.1.1. HISTORIA

La emisora Luna Estéreo, única emisora local y comunitaria del municipio de Chía, nació gracias a la Asociación Comunal de Juntas ASOJUNTAS<sup>167</sup>, con el propósito de mejorar la comunicación entre estas, la alcaldía, otras entidades estatales, y la ciudadanía en general.

En el año 1995, el Ministerio de Comunicaciones lanzó el proyecto Emisoras Comunitarias, por lo cual, el señor Uriel Quecán Canastos, presidente de la asociación, aprovechó esta oportunidad y empezó los trámites necesarios para crear la emisora. El primer paso en este camino, fue la radicación ante el Ministerio del formato de servicio comunitario de radiodifusión sonora en FM, clase D<sup>168</sup>.

Para agosto del año siguiente, se posicionó como presidente de la asociación, el señor Freddy William Sánchez Mayork, gracias a su gestión se obtuvo la resolución Número 1720 del 11 de marzo de 1997, por la cual se adjudicó la prestación de servicio comunitario de radiodifusión sonora, efectuado mediante convocatoria pública.

Este mismo año, el día 21 de mayo, el Ministerio de Comunicaciones, finalmente otorgó la licencia para realizar legalmente la emisora comunitaria. Habiendo ocurrido esto se empezaron a adquirir los primeros equipos de radiodifusión, los cuales fueron comprados de segunda mano a la emisora Fusacatán del municipio de Fusagasugá. Para su adquisición, fue necesario que el presidente de las juntas, consiguiera un préstamo por \$23'000.000. Gracias al apoyo de otros socios como Anatolio Ávila, Luis Melo, Roberto Bernal y Matha Soto, se pudo establecer la emisora Luna Estéreo, la cual hizo su primera transmisión a la media noche del 1º de noviembre del año 1998.

La emisora primero estuvo ubicada en el Centro de Desarrollo Empresarial de Chía, lugar en que figuraron sus primeros programas: Muy Colombiano, Misión Empresarial, Misión Deportiva y Buen Día Chía. Luego se trasladó al escenario deportivo La Villa Olímpica donde estuvo por cinco años en los cuales se cubrieron eventos de todo tipo, se realizaron foros y capacitaciones. A finales del año 2005, por cuestiones de comodidad, imagen y organización, la emisora pasó a ubicarse en una nueva sede en la calle 17 # 9-11, donde funciona actualmente.

A lo largo de su historia la emisora ha transmitido en Chía y otros municipios de la región, eventos deportivos, políticos y culturales, como: Show de las estrellas, ciclomontañismo desde Cogua, Feria Taurina en Fonquetá, Festival de Bandas Villeta y Paipa, Torneo de porras en Zipaquirá, Clásica de

---

<sup>167</sup>La Asociación Comunal de Juntas es un organismo comunal de segundo grado que agrupa casi la totalidad de las Juntas de Acción Comunal del municipio de Chía y algunas Asociaciones de vivienda comunitaria, cada una de las cuales participa con cuatro delegados..

<sup>168</sup> Aquella destinada a cubrir con parámetros restringidos áreas urbanas y/o rurales, o específicas dentro de un municipio o distrito, y que está obligada, por lo tanto, a implementar los mecanismos que determine el Ministerio de Comunicaciones, para garantizar la operación de la misma dentro de los parámetros estipulados en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. Decreto 1981 DE 2003, Artículo 2º.

ciclismo en Fagua, foros electorales candidatos a la alcaldía, campeonato internacional de Hockey en línea, Maratones de la alegría, Copa Internacional de Fútbol Rey Pelé, novena de aguinaldos, maratón de chistes, Reinado Sta. Chía, Reinado Sta. Cundinamarca, elecciones al consejo, alcaldía, asamblea, y gobernación de Cundinamarca, carrera de las velitas en Cajicá, ferias en diferentes municipios, finales de intercolegiados de fútbol, Carrera Atlético San Silvestre, y los Juegos Nacionales Comunales.

En los últimos años, la emisora se ha seguido fortaleciendo sirviendo a la comunidad con contenidos de calidad, al servicio de la ciudadanía, con programas que integran a la población, fortalecen la cultura local y motivan a los habitantes a tener una actitud participativa en los asuntos de interés público que conciernen al municipio. Debido al incremento de población, construcción, y noticias por cubrir, la emisora ha tenido que aumentar progresivamente su equipo de trabajo, y contratar a profesionales capacitados en el oficio del periodismo, la locución y el manejo de tecnologías de comunicación, para llevar a cabo un cubrimiento informativo completo, esto se ha visto reflejado en la calidad de sus programas y en la acogida de su público.

Hoy día, la emisora es una empresa sólida y organizada, para el año 2008 le fue concedida una nueva licencia de funcionamiento por diez años, es decir hasta el año 2018, y en 2009, nació su sitio web [www.lunaestereo.com](http://www.lunaestereo.com).

### **3.2.1.2. ORGANIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO**

La emisora Luna Estéreo es una empresa propiedad de la Asociación Comunal de Juntas de Chía, la cual está conformada por 57 juntas. Esta Asociación cuenta con una junta directiva de diecisiete juntas que representan a las demás, y una asamblea general de cerca de 1250 miembros. La junta directiva es la encargada de decidir por votación popular quien conforma los diferentes comités: comité de deportes, comité de seguridad, comité de participación, comité de conciliación, y el comité empresarial, que tiene por objeto, el fomento, promoción y creación de empresas comunitarias, siendo la emisora Luna Estéreo, la única empresa comunitaria propiedad de la Asociación.

El comité empresarial es entonces quien controla la parte administrativa de la emisora. Este está conformado por seis personas: El presidente de la Asociación, Oscar Carbonell; vicepresidenta, Nubia Molina; Inesita Domínguez, fiscal; y dos miembros más que se delegan en la junta directiva, Carlos Santana y William Maecha. Estos son elegidos cada cuatro años por votación popular; las nuevas votaciones serán en agosto de 2012. También hace parte del comité, la coordinadora de la emisora, la Dra. Carolina Orjuela.

El personal de la emisora está conformado por nueve personas. Ellos son: Iván López, asistente administrativo; Carlos Donoso, Gerente; Freddy González, locutor y técnico en manejo de equipos de comunicaciones; Angélica Yomaira Larrota, periodista, locutora y Web máster; Alberto González,

locutor; Ingrid Martínez, periodista, máster; Oscar Tenorio, periodista y locutor; Francisco Socha; periodista y locutor; y Lucelida Fajardo, servicios varios.

En cuanto al mantenimiento, Luna Estéreo se financia principalmente con la pauta comercial (50% de los ingresos), el aporte de las organizaciones y personas naturales que tienen contrato de concesión para hacer sus propios programas, y con el IMRD (Instituto Municipal de Recreación y Deporte). Hasta el año, 2010, parte de los ingresos venía de la administración municipal, ya que tenían dos programas (*Seguridad con Justicia Social* (de la secretaría de gobierno) y *Alcaldía Responde* [sobre rendición de cuentas]). La Alcaldía decidió retirarlos pues encontró muchos enemigos que intentaron desacreditar y deslegitimar la información que allí se presentaba. Según algunas fuentes de información extraoficiales, hubo politiquería por parte de algunos de los periodistas de la emisora.

### 3.2.1.3. PROGRAMACIÓN

En términos generales, la programación de la emisora resulta ser muy variada e incluyente en cuanto a temas, tienen programas para la comunidad en general, amas de casa, niños, personas de la tercera edad y jóvenes, la emisora también cuenta con programas de música variada, música colombiana, y otros tipos de expresión cultural local.

Su parrilla de programación está dispuesta de la siguiente manera:

	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
5-6 a.m.	Alborada popular	Alborada popular	Alborada popular	Alborada popular	Alborada popular		
6-7 a.m.	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Santa Misa
7-8 a.m.	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Palabras mayores
8-9 a.m.	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	Buen día Chía	
9-10 a.m.							Para ti mujer
10-11 a.m.	La hora de la excelencia		Por un hogar feliz		Familia, Corazón y Vida	Tono mayor	Domingo Informativo
11-11:30 a.m.	Análisis Reminiscente	Análisis Reminiscente	Análisis Reminiscente	Análisis Reminiscente	Análisis Reminiscente		Encuentro con la literatura (11-12)
11:30-12:30	Campo de juego	Campo de juego	Campo de juego	Campo de juego	Campo de juego		Encuentro con la literatura (11-12)
12:30 -1:30 p.m.	Campo de juego	Campo de juego	Campo de juego	Campo de juego	Campo de juego	La casa en el árbol (1:00 – 2:00)	El asadito (12:00 – 2:00)
1:30 - 2:30 p.m.	Luna Colombiana	Luna Colombiana	Luna Colombiana	Luna Colombiana	Luna Colombiana	La casa en el árbol (1:00 –	El asadito (12:00 –

						2:00)	2:00)
2:30 – 3 p.m.						Variedades Sampri (2:00 – 5:00)	
3-4 p.m.	La Rockola	Variedades Sampri (2:00 – 5:00)					
4-5 p.m.	La Rockola	Variedades Sampri (2:00 – 5:00)					
5-6 p.m.	La Rockola						

Parrilla de programación.

De los programas que aparecen en la parrilla, tres son de producción propia de la emisora, Buen Día Chía, La Rockola, y Campo de Juego (que cuenta con el patrocinio del IMRD). Los demás programas son de concesionarios.

**Alborada Popular:** Programa que impulsa los trabajos discográficos de los artistas de Chía y la región. Es dirigido y presentado por Jorge Pinzón, un experto conocedor de la música colombiana.

**Buen Día Chía:** Magazín informativo en el que se tratan diferentes temas de actualidad, noticias de todo ámbito, político, deporte, salud, economía, judicial, seguridad, y todos los aspectos que son basados en la información que se suscita en la comunidad y las instituciones gubernamentales en Chía. El propósito de Buen día Chía, es que sea un puente de comunicación entre la comunidad y las instituciones gubernamentales u otras instituciones que tienen que ver con el sano desarrollo de la comunidad dentro del municipio.

**La Hora de la Excelencia:** Desde un enfoque católico, se manejan temas de superación y realización personal.

**Análisis Reminiscente:** Uno de los programas más antiguos de la emisora. Es presentado por Hernando Santana, conocedor experto del municipio de Chía. Él analiza la historia del municipio desde que sucedía hace más cincuenta años hasta lo actual. Habla de diversos temas: antiguos deportistas, dirigentes, habitantes emblemáticos, acontecimientos, etcétera.

**Luna Colombiana:** recorrido musical por la música colombiana.

**La Rockola:** espacio pensado para una audiencia variada, pero con un fuerte enfoque juvenil. Además de contar con una rica programación musical, también se presentan clasificados, la bolsa de empleo, servicios sociales, y concursos. La intervención del público en este programa es bastante alta.

**Campo de Juego:** informa sobre la actualidad de las competencias y los deportistas, de Chía y la región de Cundinamarca, en ocasiones se tocan temas a nivel nacional. Este programa ha tenido mucha aceptación pues Chía ha tenido como fortaleza en diferentes disciplinas, la formación de deportistas de gran reconocimiento nacional e internacional.

**Por un Hogar Feliz:** presentado por el Padre Díaz Tamayo, este programa católico tiene como propósito llevar la oración a los enfermos, hablar de la Biblia, y promocionar los eventos de la parroquia del 20 de julio, entre otras cosas.

**Familia, Corazón y Vida:** este programa tiene también un enfoque católico, su propósito es fortalecer los valores y principios cristianos en la familia.

**Tono Mayor:** programa de la Gerencia de Desarrollo Social; comunica las actividades, eventos, y programas para el adulto mayor que hay en el municipio.

**La casa en el árbol:** programa realizado por niños y para niños; se conversan diferentes temáticas, valores, familia, juegos, también se promueve la lectura y el aprendizaje. Dirigido por el comunicador social, Andrés Chaparro.

**Variedades Sampri:** programa de variedades en el cual se pasa música de distintos géneros populares como reggaetón, vallenato, rancheras y otros, también se realizan concursos y se entregan premios.

**Santa Misa:** Transmisión de la misa.

**Palabras Mayores:** Programa del adulto mayor, en este se realiza y promueve la oración para los enfermos, se dan consejos de salud para la tercera edad, “recetas de la abuela” y música de antaño.

**Para Ti, Mujer:** Programa especialmente para la mujer, contiene reflexiones sobre la familia, el rol de ser madre, y diferentes consejos para la ama de casa.

**Encuentro con la literatura:** como su nombre lo indica, en este espacio se reúnen diferentes literatos de Chía, se habla de libros, autores, y en repetidas ocasiones, se invitan poetas de la región para que compartan sus poemas.

**Domingo Informativo:** reúne las noticias más importantes que ocurrieron durante la semana en Chía y en el país.

**El Asadito:** espacio para que los oyentes programen música variada y de todos los tiempos.

#### **3.2.1.4. SITIO WEB [www.lunaestereo.com](http://www.lunaestereo.com)**

El sitio Web [www.lunaestereo.com](http://www.lunaestereo.com), se creó en el año 2009. Este espacio ha enriquecido mucho a Luna Estéreo, ya que a través de él, las personas pueden conocer qué es la emisora, su historia, sus fines, su programación, y el equipo de trabajo que la conforma. Otro de los beneficios de la página, ha sido el chat, pues a través de este, los oyentes han podido participar más fácilmente en los diversos programas, a través de él, no solamente han podido comunicar sus ideas y opiniones a los locutores sino también a otros oyentes que se encuentran conectados, al punto de que ha habido momentos en

que son tantas las personas conectadas al tiempo, que no se alcanza a sacar al aire lo que dicen todas. Gracias al *real audio*, la emisora puede ser escuchada y vista (el estudio de grabación tiene cámara) a través de Internet en cualquier lugar del mundo.

Entre otros servicios, habría que nombrar, que en el sitio Web, están publicadas las noticias locales, las cuales se actualizan todos los días; las tarifas para los posibles anunciantes comerciales, y los “servicios sociales”, los cuales contienen información sobre documentos perdidos y clasificados de empleo, entre otros.

### **3.2.1.5. LUNA ESTÉREO, UN MEDIO DE DEBATE Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

La emisora Luna Estéreo, se podría decir que es el medio de comunicación local al que los habitantes de Chía pueden acceder con mayor facilidad, ya que lo único que se requiere para escuchar la emisora es un radio y estar dentro del municipio; hay algunos lugares distantes como la vereda La Balsa y la vereda Fusca en los que no alcanza el espectro electromagnético, sin embargo ya se está trabajando para trasladar la antena a un lugar que pueda cubrir todo el todo el territorio chience.

Esta emisora tiene como propósito, ser un medio comunitario, es decir, ser de y para la comunidad de Chía, la cual está conformada por todos los que allí residen, trabajan, estudian u hacen otra actividad, sin ninguna excepción. En tanto esto, se intentan cumplir una serie de objetivos, uno de ellos es servir como canal de comunicación para que los líderes comunitarios, principalmente aquellos que conforman las juntas de acción comunal, puedan informar a la población sobre las decisiones, reuniones, programas, y actualidad de la asociación de juntas, igualmente, se tienen en cuenta a otros líderes locales, como veedores ciudadanos u otros más. Fomentar la participación de la ciudadanía en los procesos culturales, sociales y políticos del municipio es otro de los objetivos de la emisora, también lo es, ser un puente de comunicación y rendición de cuentas entre la población y la administración local. Veamos cómo se cumplen estos propósitos.

Uno de los programas más sobresalientes que ha tenido la emisora a lo largo de su historia, ha sido *Buen Día Chía*. Este programa es un magazín informativo en el cual se tratan diferentes temas de actualidad, asuntos políticos, salud, medio ambiente, educación, y deportes, aunque este último en menor proporción. Esta serie de temas conllevan a discusiones sobre las diversas problemáticas que aqueja la población local: trancones, inseguridad, obras públicas retrasadas, inundaciones, corrupción, problemas con los servicios públicos, falta de cupo en los colegios, complicaciones en los servicios de salud, contaminación, mala administración de los recursos públicos, etcétera.

Lo que se ha hecho en Buen Día Chía, es abrir la posibilidad de que la ciudadanía junto con los líderes locales y los conductores del programa, identifiquen estos problemas, opinen, discutan sus causas y sus posibles soluciones. En esta medida, el medio se ha vuelto también un espacio en el cual el ciudadano común puede interrogar al funcionario público sobre distintas problemáticas; en algunas ocasiones este funcionario es citado personalmente al programa, en otras se le contacta vía telefónica. De esta manera la ciudadanía ha encontrado respuesta a muchas de sus inquietudes, lastimosamente, han habido casos en los cuales ha sido muy difícil contactar a los funcionarios públicos, esto ha dependido de que tan grave sea la problemática sobre la que se le va a interrogar. En cuanto al acceso a los documentos públicos, la emisora no ha tenido mayores inconvenientes al encontrar la información que necesita, sin embargo, mucha de la información que tiene la alcaldía, también la poseen otras fuentes como la procuraduría, la contraloría, la fiscalía, y otras; en muchas ocasiones se acude a estas preferiblemente.

En cuanto a asuntos políticos, Buen Día Chía, es el espacio que tiene la emisora para hablar del tema electoral, en este se informa a la ciudadanía sobre cómo y dónde inscribir la cédula para las votaciones, se informa sobre la importancia del voto a conciencia, y se presenta el número y nombre de los candidatos que son elegidos por elección popular. Por cuestiones legales, no es posible que los aspirantes a estos cargos hagan proselitismo político en la emisora, sin embargo esta abre mesas de debate en las cuales, por ejemplo, se pueda interrogar a los candidatos a la alcaldía sobre sus programas de gobierno. En cuanto a los aspirantes al consejo o al congreso, resulta más complicado hacer estas reuniones, pues son demasiados los que se lanzan a la candidatura.

La versatilidad del magazín Buen Día Chía, ha permitido también, que la alcaldía y las otras entidades estatales se expresen, ya sea para comunicar una decisión política importante, o para compartir a la ciudadanía, la creación de un nuevo programa de desarrollo. La oficina móvil de la Cámara de Comercio y el SENA, por ejemplo, han promocionado programas de capacitación y educación a través de la emisora. La Personería Municipal también ha sido amiga, y ha utilizado este programa y otros para promover los mecanismos de participación ciudadana, educar en asuntos de derechos humanos, y enseñar a los ciudadanos sobre los procedimientos que deben seguir en caso de que sean violados sus derechos en el trabajo, la familia o el estudio.

En las entrevistas se consultó también sobre dos de los problemas que se nombraron en la caracterización del municipio. En cuanto al tema de Ciudad Parque Oasis, proyecto para la construcción de 3200 viviendas de interés social, se dio la oportunidad en la emisora para que el Alcalde presentara el proyecto, y contestara preguntas a los oyentes sobre la finalización del mismo, los requerimientos para ser beneficiario de este, las características de las viviendas, dudas sobre su ubicación, y otras cuestiones.

El caso de corrupción de la empresa HYDROS CHÍA, también fue tratado en la emisora; este ha contado con una sola versión de los hechos de las dos que existen; la administración municipal, junto

con otras personas que han seguido el caso, han sido los únicos que se ha pronunciado sobre las deudas, retrasos y demás faltas de esta empresa, ya que los funcionarios de HYDROS no han podido ser entrevistados a pesar de la insistencia que ha habido en el medio por hablar con ellos, siempre se han mostrado muy reacios.

Además de asuntos de orden político, en Buen Día Chía también se tratan temas de educación y salud. En cuanto a educación, hay bastante información por documentar, pues en Chía existe un gran número de colegios públicos, privados y universidades, lo cual conlleva a que frecuentemente se presenten eventualidades que merecen ser compartidas con la audiencia. Respecto a la salud, lo que se hace es citar en la emisora, a algún médico o al director del hospital para que hable de temas como vacunación, prevención de enfermedades, planificación familiar o alguna situación extraordinaria que ocurra en el Hospital San Antonio o en alguna de las clínicas del municipio. Por último habría que decir que en este programa, eventualmente hay días que son destinados a hablar de temas *light*: hobbies, gastronomía, cine, música, turismo, etcétera. En resumen, Buen Día Chía, es un programa que integra todos los asuntos de interés general que ocurren en el municipio, además, es el espacio que mejor se presta para que los ciudadanos se expresen sobre su ciudad.

### **3.2.1.6. CULTURA LOCAL, SENTIDO DE PERTENENCIA, Y FORMACIÓN DE VALORES HUMANOS**

Haciendo un sondeo por la programación de la emisora, se encontró que hay varios programas que tienen como intención la formación de valores humanos, estos son: La hora de la excelencia, Familia Corazón y Vida, Por un hogar feliz, y la Santa Misa. Respecto a estos, habría que reconocer su buena intención, y el hecho de que la comunidad se pueda sentir identificada con los valores que allí se promueven, no obstante, vale resaltar que todos estos tienen un enfoque católico, lo cual representa cierto desequilibrio en cuanto al pluralismo informativo, pues si bien, la religión católica es la que tiene más seguidores en el municipio, no hay que olvidar que también existen otras grandes iglesias, como los cristianos protestantes, testigos de Jehová, o mormones. Valdría agregar que según lo investigado no hay una sección o programa enfocado en promover la cultura ciudadana o la convivencia en el espacio público.

Respecto a los contenidos creados en la emisora para reconocer la riqueza de expresiones culturales que hay en el municipio, se destacan varios programas: Campo de juego, Análisis reminiscente, Alborada Popular, La Rockola, Luna Colombiana y Encuentro con la literatura. En el momento en que se lleva a la radio, la música local y la música colombiana, la historia del municipio, sus poetas, y demás expresiones culturales, se está mostrando una cara positiva de los habitantes y se está generando conciencia sobre uno de los rasgos característicos del municipio, el reconocimiento de sí mismos como una ciudad rica en artistas, razón que motiva a su vez, a que en las nuevas generaciones permanezca esto y se enriquezca cada vez más. El tema deportivo por su parte, ha cobrado una

singular relevancia en el programa Campo de juego. Gracias a los progresos que ha tenido el deporte en Chía, pues se han ido construyendo más y mejores escenarios deportivos, y al *boom* de algunos deportistas sobresalientes a nivel nacional e internacional, el tema de deportes ha sido una ficha esencial para crear arraigo, y para reconocer el esfuerzo de los habitantes que entrenan día a día para dejar el nombre del municipio en alto.

Es interesante notar que todos estos espacios que se han generado en la emisora, incluyendo los programas que no se nombraron y los que se habían nombrado anteriormente como *Buen Día Chía*, se hicieron para forjar un mayor sentido de pertenencia por el municipio; al parecer se ha cumplido el cometido, ya que la emisora ha ido ganando en audiencia poco a poco, y sus programas se han caracterizado por una fuerte participación de los oyentes, los cuales entre otras cosas, no se han limitado a pedir una canción o dejar una felicitación por algo, sino que han creado controversia y han estado muy atentos a intervenir en los espacios de debate, esto definitivamente es un indicador que muestra la importancia que tiene para los oyentes conocer la actualidad de su municipio.

### **3.2.1.7. AUDIENCIA**

A pesar de que no hay un estudio que muestre quién conforma la audiencia, en la emisora han podido tener algunas percepciones de esta gracias al registro de personas que entran a la página Web y al Chat, a aquellas que están en los grupos de *Facebook* de Luna Estéreo, y a las llamadas que reciben diariamente en sus diferentes programas.

En caso de hacer una caracterización de la audiencia, habría que decir que esta se puede definir de varias maneras, primero por su estrato socioeconómico, es decir, las personas de estratos 1, 2 y 3, y algunas pocas de estrato 4, son las principales radioescuchas de la emisora, ya que por el contrario, personas de estrato 4, 5 y 6, tienden a escuchar otro tipo de radio, y no interactúan tanto con la vida social del municipio, pues generalmente tienen a Chía como un lugar para dormir únicamente, ya que la mayoría de sus actividades se encuentra en Bogotá.

Por otro lado, se podría decir también, que los oyentes, generalmente son personas raizales de Chía, un grupo de ciudadanos con un fuerte sentido de pertenencia forjado gracias a que comparten una historia y unas costumbres, estos son realmente los que se interesan por conocer que está ocurriendo en Chía y qué se puede hacer para intervenir en los distintos procesos políticos y sociales. En esta medida, se observa que aquellos que más escuchan la emisora, son los habitantes de las veredas, campesinos que han vivido en Chía por generaciones y que por sus hábitos mediáticos, tienden a tener la radio como medio informativo más que la televisión o el Internet.

Vale anotar que a pesar de que en el pasado, muchos habitantes de estratos medio-altos, residentes de los conjuntos cerrados no estuvieron interesados en conocer los asuntos del municipio, ahora están escuchando la emisora para saber qué ocurre realmente en Chía, pues han habido problemáticas que

los han tocado directamente, como es el caso de las inundaciones. Como indicó en la entrevista, la periodista Angélica Larrota, la audiencia ha crecido en este sector de la población, pues los grandes medios, como Caracol o RCN, en su afán por cubrir la información con el máximo de inmediatez, han publicado noticias incompletas y datos incorrectos, esto ha conllevado a que la credibilidad y captación de Luna Estéreo crezca un poco.

### **3.2.1.8. LIBERTAD DE EXPRESIÓN, PROBLEMAS Y DIFICULTADES**

El principal problema que tiene la emisora hoy en día, más que algunos inconvenientes de sostenimiento, ha sido la politiquería, la cual ha sido muy difícil de manejar. Cuentan las entrevistadas, que la rivalidad política en Chía es muy fuerte, y que prácticamente hay una “guerra” o mejor dicho, una serie de fuertes enfrentamientos, entre aquellos que apoyan al alcalde y aquellos que están en contra de él.

La emisora, ha sido de alguna manera el campo de batalla de estos enfrentamientos, lastimosamente, los espacios de discusión y debate, concebidos en principio como territorio de paz para el consenso, como el programa Buen Día Chía, se han vuelto el lugar para que los aspirantes al concejo o alcaldía (los cuales se elegirán en octubre de este año), hagan proselitismo político atacando de forma indiscriminada a la alcaldía local. Ante tal iniciativa, los partidarios de la administración municipal han tenido que responder de la misma forma. Esta situación ha sido muy difícil de manejar para el comité administrativo de la emisora, y para todos los implicados, por ejemplo, en el año 2010, la Alcaldía retiró sus dos programas, Alcaldía Responde y Seguridad con Justicia Social, igualmente el Concejo Municipal, que antes tenía pauta, decidió retirarla. La falta de financiación de estos entes provocó problemas económicos en la emisora que no han sido fáciles de compensar, sin embargo, muy posiblemente, vuelvan a abrir estos espacios en julio de este año.

Los enfrentamientos políticos también han repercutido en algunos periodistas de la emisora, los cuales fueron sancionados por no hablar objetivamente y aprovechar los micrófonos para hacer politiquería<sup>169</sup>.

Cuenta, Angélica Larrota, que el tema político ha traído muchas complicaciones, pues si bien por ley no se puede hacer proselitismo político en una emisora comunitaria, ha ocurrido que muchos posibles aspirantes al concejo o la alcaldía, llamen a opinar o a hablar de diversos temas, esto ha generado mucha controversia, pues algunos han sentido injusto el hecho que se les deje a hablar a estos personajes, sin embargo, la emisora no ha podido hacer nada al respecto pues los aspirantes a estos cargos todavía no son oficiales, pues cuando han hablado, lo han hecho sin estar todavía inscritos en la

---

<sup>169</sup> En cuanto a este caso, habría que decir, que hay diferentes versiones sobre el por qué fueron sancionados los periodistas, algunos reclaman que tal sanción fue una violación al derecho a la libertad de expresión. Por razones de confidencialidad, las fuentes se reservaron profundizar en este tema.

candidatura, por lo tanto, lo que sí resultaría injusto, es callar a un oyente porque presuntamente se va a lanzar al consejo o a la alcaldía. Esta situación ha sido criticada fuertemente por los radioescuchas, los cuales han opinado que ha faltado objetividad en la emisora; en las redes sociales también se ha criticado esta situación.

### **3.2.1.9. REDES DE APOYO COMUNITARIAS Y ESTATALES**

La emisora actualmente está vinculada a la RECCO (Red Cundinamarquesa de radios comunitarias), en donde se comparten experiencias, se actualiza temas relacionados con emisoras comunitarias y se realizan capacitaciones. De igual manera, la Gobernación de Cundinamarca, genera constantemente programas de capacitación a estas emisoras. El Ministerio TIC es otro de los organismos de apoyo, frecuentemente vincula a Luna Estéreo a que participe en concursos, capacitaciones, seminarios y conferencias. Este Ministerio también ha apoyado a la emisora con grandes pautas comerciales.

### **3.2.1.10. LOGROS Y DESAFÍOS**

La emisora ha tenido diversos reconocimientos, unos de sus más importantes logros fueron, la orden Policarpa Salavarrieta, por mejor emisora a nivel de Cundinamarca, y un premio a nivel deportivo en el año 2010, como mejor emisora en el cubrimiento de la Media Maratón de Bogotá. Entre otros reconocimientos, la emisora ha recibido distinciones por parte del IMRD, el concejo municipal, y siempre ha estado muy bien posicionada en los *rankings* de emisoras a nivel nacional.

Uno de los desafíos que tiene la emisora es subir su sintonía, y para lograrlo, actualmente se está desarrollando una nueva parrilla de programación que sea todavía más incluyente y pluralista, y que integre nuevos actores, de tal modo que todos los habitantes se puedan sentir identificados con alguno de los programas o secciones, igualmente se quiere recuperar la credibilidad y objetividad de la misma, y abrir nuevos y mejores espacios sobre participación ciudadana y educación a los comunales sobre asuntos de derechos humanos, mecanismos de participación, e injerencia política en general. Otro de los cambios que están en mente son: mejorar la tecnología de los equipos, cambiar la antena de lugar de tal modo que pueda cubrir todo el espectro electromagnético del municipio, y buscar más apoyo económico de la empresa privada. Para aumentar la sintonía también se está pensando en adquirir un móvil que sea propiedad de la emisora y que pueda ir y cubrir los distintos eventos, de esta manera, se piensa que se puede dar a conocer este medio y ganar audiencia.

### **3.2.2. TELEVISIÓN COMUNITARIA LIGA DE TELEVIDENTES Y SERVICIOS COMUNITARIOS DEL MUNICIPIO DE CHÍA (LITECHÍA)**

Para la realización de este diagnóstico sobre el canal comunitario Litechía, fue necesario consultar diversas fuentes. Se realizó entrevistas a: Cesar Rueda, actual director del canal, y a Socorro Bernal, quien trabajó en la empresa asociada Satelvideo como subgerente del año 1995 al 2008, actualmente es la esposa del Alcalde de Chía, Jorge Orlando Gaitán, que como se verá a continuación, ayudó a impulsar la creación de la televisión comunitaria en el municipio durante su primer mandato en el periodo de 1993 a 1999

Para la reconstrucción de datos históricos sobre la creación de la televisión comunitaria, fue necesario contar con el apoyo de la empresa que realiza el mantenimiento a la redes de Litechía, *SEA Soluciones LTDA*, la cual prestó diferentes documentos y ayudó a rectificar las declaraciones de las entrevistas.

#### **3.2.2.1. HISTORIA**

Antes de que existiera la *Liga de Televidentes y Servicios Comunitarios del Municipio Chía* (Litechía), existió primero la empresa Satelvideo Comunicaciones LTDA, la cual se constituyó el 19 de diciembre de 1994, luego que el Ministerio de Comunicaciones, mandara a suspender el servicio de televisión irradiada existente en el municipio, ya que este, debido a su ubicación geográfica, obstruía el correcto tránsito de microondas entre Telecom Bogotá y Chocontá. Con la posibilidad de legalizar el funcionamiento de antenas parabólicas (el municipio ya contaba con estas) por medio del sistema de cableado, se realizó un contrato innominado entre Satelvideo y la Alcaldía Municipal, firmado por el Sr. Fernando Rivera (Satelvideo) y Orlando Gaitán Mahecha (Alcalde).

De este contrato vale resaltar el compromiso al cual quedó enfrentada la empresa contratista: “instalación y montaje de un sistema de recepción y emisión de señal de televisión nacional e internacional por cable utilizando los equipos y antenas existentes para cambiar el de irradiación, mejorando y ampliando a costa del contratista los equipos e infraestructura existentes y de propiedad del municipio, sin costo alguno para el fisco municipal... ceder gratuitamente al municipio todos los equipos, materiales, redes e infraestructura instalado al momento del vencimiento del plazo de este convenio”. En un principio Satelvideo cobró un monto de \$45.000 pesos mensuales por el servicio de televisión a cada usuario.

Más adelante, hacía el año 1997, la empresa Satelvideo, dados los requerimientos (impuestos, tecnología y demás) que exigía la recién creada CNTV a las empresas prestadoras de este tipo de servicio, se vio en la obligación de dividirse en dos partes, una de estas partes continuó siendo

Satelvideo LTDA, la otra fue la organización de televisión comunitaria *Liga de Televidentes y Servicios Comunitarios del Municipio de Chía* (Litechía). A partir de entonces, Litechía pasaría a ser quien prestaría el servicio de televisión, y redujo el costo de la mensualidad (pasó a ser de \$12.000 pesos), esto fue provechoso para todos los habitantes, ya que aquellos que no podían acceder al servicio por su alto costo, ahora lo podían hacer, y aquellos que ya tenían la suscripción iban a pagar menos. En este momento se firmó un nuevo contrato con la alcaldía, la cual en este momento estaba en manos de Luís Olivo Galvis. Este contrato fue por comodato y se liquidó en el año 2005.

Litechía quedó entonces constituida de la siguiente forma, según sus Estatutos.

Artículo 1. Se denomina LIGA DE TELEVIDENTES Y SERVICIOS COMUNITARIOS DEL MUNICIPIO DE CHÍA sigla “LITECHIA”, una comunidad organizada de personas naturales unidas por lazos de vecindad y colaboración mutua, integrada como Asociación de Derecho Privado sin ánimo de lucro, para administrar y operar la televisión comunitaria y/o antena parabólica o cualquier sistema nuevo de recepción y difusión de imagen y sonido, establecer medios de comunicación, participar del deporte, la cultura, y la recreación, propender por la seguridad ciudadana, defender los consumidores, defender a los usuarios en los servicios políticos y buscar el bienestar general, constituida al tenor de la Constitución Política, decreto 1900/90, ley 182/1995, Resoluciones y Acuerdos de la CNTV o quien haga sus veces y demás disposiciones legales vigentes.

Con el tiempo, Litechía fue adquiriendo sus propias antenas y equipos, lo que llevó a terminar el contrato con la alcaldía en el año 2005. En el transcurso de estos años hasta el día de hoy, esta organización ha venido brindando el servicio de televisión comunitaria a todos los habitantes de Chía, llegando a todos los lugares del casco urbano y casi todas las veredas, exceptuando, Fusca, Yerbabuena y parte de Fagua, pues por la lejanía ha sido difícil extender las redes.

La consolidación y mantenimiento de Litechía no ha sido fácil pues desde el año 1997, cuando entró el primer operador por cable, *Cablecentro*, esta se ha visto enfrentada a una competencia que como nos cuenta Socorro Bernal, ha sido desleal, pues esta compañía, junto con otras que han venido incursionando en Chía, como *TvCable*, *Telefónica Telecom*, *Direct TV* (televisión satelital), y en los últimos años la multinacional TELMEX, han querido quedarse con los usuarios de Litechía a toda costa, ofreciendo tarifas a un muy bajo costo y regalando el servicio por algunos meses; las fuentes consultadas dijeron *off the record*, que frecuentemente, los amplificadores, cables, y otros equipos, han sido saboteados o robados, al parecer por personas que suben a los postes en los que estos se encuentran, esto ha afectado sobremanera la calidad del servicio de la Liga, no se descarta la hipótesis que los operarios de estas empresas sean los responsables de estos hechos. A pesar de estos inconvenientes y demás tropiezos legales que han ido apareciendo, Litechía sigue en pie, brindando un servicio de 58 canales de gran calidad<sup>170</sup>, y llevando televisión a las veredas, lugar en que todavía las

---

<sup>170</sup> Ver Anexo No. 5.

grandes empresas no tienen red. La empresa Satelvideo se liquidó en el año 2008, por lo cual vino en su reemplazo *SEA Soluciones LTDA*.

En cuanto a la historia del canal comunitario, habría que decir que este estuvo desde siempre. En su historia, ha venido cubriendo los diferentes eventos políticos, deportivos, sociales, y culturales que se han presentado en el municipio, así como también los hechos noticiosos que han venido apareciendo. El canal ha contado con varias sedes, equipos de producción, edición, y transmisión en vivo, que se han venido actualizando en la medida de lo posible. Actualmente el canal cuenta con dos personas, Cesar Rueda, director de producción, y Jaime Navarrete, editor y asistente de producción, quienes trabajan en las oficinas ubicadas en la Carrera 10 No 14-19, misma dirección en la que se encuentra la parte administrativa de la Liga, allí mismo están ubicadas la cabecera y las antenas parabólicas. En ocasiones se ha trabajado también con practicantes de las universidades UNITEC, Universidad de la Sabana, Politécnico e IMPAU, lastimosamente las experiencias no han sido muy buenas, pues el personal del canal, por ser tan reducido, siempre ha estado muy ocupado y no ha tenido el tiempo suficiente para capacitar a los jóvenes universitarios.

### **3.2.2.2. ORGANIZACIÓN**

La constitución de Litechía está debidamente explicada en el Capítulo IV de sus estatutos:

Artículo 10.- La liga de televidentes de Chía LITECHÍA, estará constituida orgánica y jerárquicamente por:

1. La Asamblea General de asociados.
2. La Junta Directiva
3. El Fiscal.

Artículo 12. La Asamblea General de Litechía la conforman sus asociados. Tendrán derecho a voz y voto, solamente aquellos que se encuentren a paz y salvo por todo concepto a la fecha de la realización de la Asamblea.

La organización de la liga es la siguiente:



A su vez la Junta Directiva está compuesta por los siguientes miembros que son elegidos por votación popular cada dos años: Presidente, Vicepresidente, Secretario General, Tesorero, Suplente de Número, Fiscal y Suplente de Fiscal. En término generales, es función de la Junta Directiva, representar a los intereses de los asociados, decidir las políticas de manejo de la Liga, definir proyectos, presupuestos y ampliaciones de servicios, hacer cumplir la reglamentación, y planear y coordinar las asambleas generales.

### 3.2.2.3. FINANCIACIÓN

La forma en cómo se financia Litechía queda estipulada en los Estatutos de la siguiente forma:

Artículo 20. – La Liga se financiará:

- a. Por los aportes ordinarios y extraordinarios.
- b. Por las donaciones y auxilios que le otorguen.
- c. Por los rendimientos de sus bienes programas y servicios.

Entre los servicios, están aquellos que ofrece el canal, como pauta publicitaria, y realización de programas; en este momento la alcaldía municipal y el IMRD tienen contratos con el canal para la realización de dos programas. La Junta Directiva es la que decide qué recursos destinar al canal.

### 3.2.3. CANAL COMUNITARIO LITECHÍA, CANAL 8.

Canal Litechía es un canal que tiene como propósito trabajar por la comunidad, llevando información a sus habitantes sobre el acontecer local, sirviendo como puente entre la ciudadanía y las entidades estatales, y mostrando las diferentes costumbres, tradiciones y expresiones culturales que ocurren en el municipio.

#### 3.2.3.1. PROGRAMACIÓN

El canal cuenta actualmente con 5 horas de producción semanal distribuidas de la siguiente manera: martes: *Alcaldía Responde*; miércoles: *Noticiero Deportivo*, jueves: *Viendo y Compartiendo*; viernes: *LTC Noticias*, sábado: *La Santa Misa*. Todos los días de 9:00 a 11:00 a.m. está abierto un espacio para que los asociados puedan transmitir producciones audiovisuales propias. Además de esto, el canal siempre está atento a transmitir en vivo, competencias deportivas importantes, conciertos, festivales, elecciones, y otros eventos importantes. Ocasionalmente se transmiten algunos programas que provee la gobernación de Cundinamarca.

**Alcaldía Responde:** Programa de la alcaldía municipal, realizado bajo la supervisión del jefe de prensa Miguel Sejnauí, tiene una hora de duración (incluyendo comerciales) y se transmite en diferentes momentos durante el día martes. Este espacio es un boletín informativo, en el cual la alcaldía comparte con la ciudadanía los eventos, actividades, determinaciones, y obras públicas que se están llevando a cabo en el municipio.

**Noticiero Deportivo:** programa patrocinado por el IMRD (Instituto Municipal de Recreación y Deporte), que se transmite el día miércoles, dura una hora incluyendo comerciales. En este se informa sobre las actividades de las escuelas deportivas, los logros de los deportistas locales y regionales, y se muestran además algunas competencias como partidos de fútbol intercolegiados, los juegos intermunicipales, La tradicional Carrera San Silvestre, o el Panamericano de Ciclo montañismo.

**Viendo y Compartiendo:** Magazín informativo de una hora de duración que se transmite el día jueves. Este programa está dividido en dos secciones. La primera sección se destina a un invitado especial, que pueden ser artistas, músicos, teatreros, artesanos, o personas que estén gestionando algún evento para la comunidad. En ocasiones también se han invitado a algunos concejales o funcionarios estatales para que hablen sobre ellos mismos pero desde un punto de vista más personal que político, la idea es que compartan con la ciudadanía, cuáles son sus intereses, cómo es su vida en familia, sus aspiraciones, etcétera.

La segunda sección está destinada a las amas de casa o personas que quieran aprender sobre bisutería, en este espacio se enseña sobre las diferentes técnicas y diseños que se pueden usar; en esta segunda sección, también se suele visitar algunos restaurantes locales, en donde se conversa con los chefs, se preparan platos, y se comparten las recetas.

**LTC Noticias:** Noticiero de una hora de duración que se presenta el día viernes. En este se transmiten los hechos más relevantes que ocurren en el municipio. La información que allí se transmite proviene de diferentes fuentes, en algunos casos, viene de la administración municipal, de los líderes de juntas de acción comunal, del consejo municipal, de los veedores ciudadanos o de algún comunal que quiera que se trate alguna temática en especial. En este programa, el ciudadano tiene la oportunidad de usar el canal como puente para que desde la administración municipal o demás entes gubernamentales, le sean solucionadas las dudas, reclamos o inquietudes que pueda tener; la buena relación que guarda el canal con los funcionarios públicos del municipio ha sido vital para que el ciudadano obtenga respuestas sobre la gestión pública.

**La Santa Misa:** transmisión de la misa desde diferentes parroquias del municipio; este programa es de gran ayuda para los creyentes que no pueden asistir personalmente a la misa por cuestiones de salud, como personas enfermas o de la tercera edad.

En cuanto al espacio destinado diariamente para que los ciudadanos compartan producciones audiovisuales propias, habría que decir que la participación por este lado ha sido realmente poca, pues a pesar de que en el rotativo se informa a la ciudadanía sobre esta posibilidad, raramente ha llegado al canal, alguna grabación o video.

### **3.2.3.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA, COMUNIDAD EN ACCIÓN, Y FUNCIÓN SOCIAL DEL CANAL LITECHÍA.**

Además de la intervención de la ciudadanía y los líderes comunitarios, en el noticiero LTC Noticias y en Viendo y Compartiendo, en el canal ha habido varias experiencias enriquecedoras en cuanto al tema de participación ciudadana. En el año 2010 se llevó a cabo un programa de nombre *Comunidad en Acción*, en el cual se realizaron visitas a 30 de las 57 juntas de acción comunal que existen en el municipio. En este programa lo que se hizo fue recorrer barrios y veredas, y hablar con los líderes de las juntas y algunos ciudadanos, para que contaran cómo era la vida comunitaria en el sector, cuáles eran sus problemas y fortalezas, y para que hablaran del estado de la vías, del transporte, de los servicios públicos y de otros temas de interés general. De esta manera los ciudadanos pudieron compartir sus experiencias para crear conciencia en la comunidad y en la alcaldía local, de las dificultades a las que enfrentan las personas día a día, y de las cosas que hacen por salir adelante. Por razones de falta de tiempo, algunos líderes de las juntas de acción comunal, no pudieron compartir con el programa la situación de su sector.

Otro espacio que ocupó un lugar importante en el canal a comienzos del año 2011, fue una serie de programas pensados exclusivamente para las veedurías ciudadanas. En estos, los veedores pudieron mostrar a la ciudadanía, las investigaciones que se estaban llevando a cabo en torno a las empresas de servicios públicos, compartieron las victorias que han ido consiguiendo, su forma de trabajo, e

invitaron a los ciudadanos a que los apoyen, se integren y formen nuevas veedurías. Este programa terminó porque los veedores creyeron haber dado por culminada, la información que querían compartir.

Por otro lado, en el noticiero se ha creado una sección sobre cultura ciudadana, en compañía de la Personería, en donde se ha intentado fomentar en los habitantes un mayor sentido de pertenencia por el municipio, por lo cual se han hecho reflexiones en torno a la importancia de cuidar el espacio público, el uso del andén, las ciclorutas, entre otros. La personería también se ha prestado para educar sobre mecanismos de participación, derechos humanos, acción de tutela, denuncias, y demás temas similares.

Otra de las estrategias que ha tenido el canal para motivar a la ciudadanía a integrar los movimientos que competen a la colectividad del municipio, ha sido realizar un acompañamiento en los diferentes eventos y sucesos, como es el caso de las inundaciones ocurridas durante los años 2010 y 2011, en donde muchos ciudadanos se vieron fuertemente afectados; el canal en estos casos ha hecho lo posible por capturar de cerca los problemas, de tal suerte que puedan conmover a los ciudadanos y de esta forma motivarlos a ayudar y a ser solidarios.

En este punto resulta importante hacer referencia a la libertad de expresión. Promover este derecho es uno de los ideales más importantes de los medios comunitarios, sin embargo, aunque en el canal, afirman que este presenta únicamente las restricciones legales, es un hecho que los espacios de opinión, reportería, y participación ciudadana son muy pocos.

Afirma Cesar Rueda, director del canal, que diariamente hay un lugar en la programación para que las personas muestren sus producciones audiovisuales y digan en estas lo que quieran, sin embargo este espacio no ha tenido mucha acogida a pesar de las frecuentes invitaciones que se le hacen a la comunidad para que lo aprovechen. Se podría afirmar, que las dificultades técnicas, quizás para grabar o editar un video, son la razón principal que inhibe a las personas a participar en este espacio.

### **3.2.3.3. EL TEMA DE LA POLÍTICA EN EL CANAL COMUNITARIO**

Debido al Acuerdo 24 de 1997 de la CNTV, en el canal comunitario está prohibido hacer proselitismo político, por lo cual, el tratamiento del tema político se ha hecho de la manera más objetiva posible. Por razones de falta de personal, el periodismo investigativo con que cuenta el canal es realmente poco, por lo cual ha tenido que servirse de las diferentes fuentes que los llaman o contactan en el sitio Web (en este momento está en construcción: [www.litechía.org](http://www.litechía.org)), para enterarse y cubrir hechos de esta índole.

En cuanto a temas específicos, habría que decir que el canal siempre está atento por cubrir las jornadas electorales, y avisar a los televidentes la fecha del día de votaciones y puntos de votación. Por otro lado, el tema del Proyecto Ciudad Parque Oasis, se ha presentado en el canal a través de la

transmisión de todas las socializaciones que el Alcalde ha hecho por los diferentes sectores del municipio, contando en qué consiste el proyecto. El tema de los casos de corrupción de la empresa Hydros ha sido tratado de forma similar pero un poco más en profundidad, pues el canal ha asistido a las diferentes asambleas en las que esta empresa muestra sus balances de gestión y sus balances financieros, también ha asistido a las audiencias públicas que se le han hecho en los juzgados de Zipaquirá, y han hablado con otros organismos que han seguido el tema como la CAR y la Comisión Sexta de la Cámara de Representantes. De igual manera como ocurre con la emisora, a Litechía tampoco le ha sido concedida ninguna entrevista con algún funcionario de Hydros.

#### **3.2.3.4. AUDIENCIA**

Actualmente hay un aproximado de 3580 afiliados a Litechía, y en cada hogar en el que hay suscripción existe un promedio de 3.7 personas<sup>171</sup>, esto quiere decir que el canal le llega a 13.246 habitantes, o sea un 9% de la población chiente<sup>172</sup>. De este porcentaje, en el canal no conocen oficialmente cuántos televidentes tienen, ya que no se ha realizado un estudio oficial de recepción, sin embargo, cuenta su director, que son muchas las personas en el municipio que lo identifican fácilmente a él y a su compañero, esto es un indicador que les garantiza que la gente, así sea en una baja proporción, ve el canal. Otra manera de identificar a la audiencia, ha sido a través de las constantes llamadas y comunicados vía Internet que reciben de los televidentes, para preguntar algo o para notificar sobre algún hecho noticioso que haya ocurrido en el municipio.

En canal Litechía son conscientes de que la audiencia no es muy alta, sin embargo han hecho lo posible por aumentarla y suplir las necesidades informativas de los habitantes, pues como afirma su director, en Chía es mucha la gente que se preocupa por conocer las noticias del municipio. Para poder realizar una mejor labor, en un par de ocasiones se han realizado encuestas a los afiliados en el momento que pagan su recibo, para conocer qué tipo de contenidos les gustaría ver en el canal, esto ha sido muy beneficioso pues ha servido para realizar producciones más acordes a los intereses de su público.

#### **3.2.3.5. APOYO DE REDES COMUNITARIAS Y ORGANISMOS ESTATALES**

Actualmente el canal no está unido oficialmente a ninguna red de canales comunitarios, sin embargo, intenta mantener diálogo y compartir experiencias con los diferentes canales de la región y de otros departamentos como Boyacá o Santander. En cuanto al apoyo por parte de la CNTV, en el canal se han beneficiado gracias a las diferentes convocatorias que lanza este organismo para capacitar y reunir

---

<sup>171</sup> DANE (2005) "Boletín, Censo General 2005: Chía Cundinamarca", [en línea] disponible en:

<http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/chia.pdf>, recuperado el: 29 de mayo de 2011

<sup>172</sup> Para este cálculo, se aproximó la población de Chía a 140.000 habitantes.

a los canales comunitarios de todo el país. Estas capacitaciones han ayudado mucho para lograr que el canal adquiriera una identidad comunitaria y características propias de un medio local.

### **3.2.3.6. FORTALEZAS, ASPECTOS POR MEJORAR Y DIFICULTADES**

La debilidad más grande con la que cuentan es la falta de presupuesto, la cual les permite tener únicamente dos personas trabajando en el canal. Debido a esta situación, cuenta su director que la producción de cinco horas y media semanales que les exige la CNTV<sup>173</sup> es muy difícil de cumplir, pues cuentan con muy poco tiempo para lograr la cantidad de trabajo que tienen que hacer, esto resulta bastante desfavorable para el canal y por consiguiente para sus televidentes, ya que los programas que se realizan, muchas veces no alcanzan a tener la calidad que se busca. En este sentido, pensar en ampliar la parrilla de programación, es prácticamente una meta casi que impensable.

Por otro lado, los programas pagos Alcaldía Responde y Noticiero Deportivo, le quitan mucha libertad de acción al canal, ya que por las medidas acordadas en los contratos, tanto el camarógrafo como el director, deben tener disponibilidad permanente para cubrir los eventos de estos entes; esta situación ha repercutido negativamente en el canal, ya que no les permite planear nuevos programas o cumplir con una agenda de actividades, pues en cualquier momento pueden ser llamados por el jefe de prensa de la alcaldía o del IMRD para que graben “aquí o allá”. Para el canal es clave contar con los ingresos que estas entidades proporcionan, por eso la producción de estos programas se realiza de manera muy especial, esto termina siendo perjudicial para los demás programas, ya que se realizan con menos tiempo. Habría que añadir que el canal procura no ser muy “crítico” con la administración municipal para cuidar que esta no vaya a retirar su programa.

En cuanto al aspecto tecnológico, el canal cuenta con buenos equipos, cámaras de última tecnología y un avanzado equipo de edición, sin embargo no se han podido adquirir más dispositivos porque desafortunadamente, fue víctima en el año 2010 de un robo en el cual perdieron dos de sus tres cámaras, por este motivo fue necesario reemplazarlas antes que comprar nueva indumentaria.

A pesar de toda esta serie de dificultades, en el canal sienten que desde el año 2007 se viene haciendo un muy buen trabajo, el cual ha sido reconocido de distintas maneras. En primer lugar está el agradecimiento de la gente cuando se presta el medio para promocionar o cubrir algún evento de tipo social; en segundo lugar, se encuentran los reconocimientos que les ha hecho el Concejo municipal,

---

<sup>173</sup> CNTV, Acuerdo 9 de 2006. Por el cual se reglamenta el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas. Artículo 17: *PRODUCCIÓN PROPIA*. Todo licenciario del servicio de Televisión Comunitaria Cerrada sin Ánimo de Lucro deberá emitir un mínimo de producción propia, de la siguiente manera: 2. Comunidades Organizadas con una cobertura mayor a 2.000 asociados y hasta 8.000 asociados, 2 horas semanales de producción propia y media hora semanal adicional por cada señal codificada que emita.

El canal actualmente cuenta con siete señales codificadas, por lo cual debe emitir un total de 5.5 horas semanalmente.

varias condecoraciones que les ha dado la Alcaldía, y palabras de felicitaciones por parte del IMRD y de colegas de otros medios comunitarios que han conocido en algunos seminarios sobre medios comunitarios, realizados en la Universidad Manuela Beltrán de Cajicá.

## CONCLUSIONES

- Es una realidad que los llamados medios de comunicación de masas, han sido desde siempre organizaciones regidas bajo la ley de la oferta y la demanda, esto ha originado la creación de diversos y numerosos canales de televisión, emisoras, sitios Web, periódicos, revistas y demás, en razón de que sean consumidos para generar ganancia, sin embargo, esta es tan solo una de las lecturas que se hacen sobre estas organizaciones o instituciones, como se les quiera llamar. Otra lectura de los medios, es menos apocalíptica, y si bien acepta que estos están sujetos a un respaldo económico, sugiere también que tienen otra razón de ser, y es, el prestar un servicio a la sociedad que va mucho más allá del simple entretenimiento.

Los medios cumplen una serie de funciones que ayudan a fortalecer los ideales democráticos, como la igualdad, la libertad, la solidaridad, el respeto, y la participación ciudadana, en tanto esto, los medios son una herramienta puesta al servicio de la gente, y a pesar de que existen muchos medios malintencionados que intentan manipular la opinión pública, y transmitir información sesgada y parcializada para suplir intereses particulares, existen también otros medios que sí están comprometidos a servir a la sociedad, con información veraz, objetiva, y de relevancia para la sociedad.

Por diversas razones, suele ocurrir que los medios más comprometidos a servir a la gente, son aquellos que cuentan con menos recursos y que tienen menos impacto, pues en su afán por ser independientes y no rendir cuentas a empresarios privados u organismos públicos, terminan por involucrarse con problemas de sostenimiento como es el caso de los medios comunitarios.

Puesto el escenario de esta manera, lo ideal para la sociedad y la democracia, sería lograr los siguientes cambios. En primer lugar, es necesario que a partir de las instituciones educativas, las organizaciones comunales, la familia y el Estado, se empiece a trabajar por crear una cultura política fuerte, en donde los ciudadanos aprendan a valorar sus derechos y reconozcan claramente el papel de los representantes e instituciones estatales. En tanto esto ocurra, los ciudadanos podrán ser conscientes de su injerencia política y social, y empezaran a estar más atentos de lo que se diga en los medios de comunicación respecto a estos temas; esto a su vez, conllevará a un consumo de medios más responsable, esto quiere decir, ciudadanos interesados por conocer a fondo la realidad de los asuntos públicos, cosa que los llevará a consultar diversas fuentes y cuestionarse sobre la veracidad de la información a la que están expuestos día a día. En tanto esto, es muy probable que se forme una tendencia por exigir a los medios una mejor labor, más comprometida en servir a la población civil y menos a los intereses particulares, cosa que por cierto terminará por fortalecer la democracia.

- Respecto a los medios comunitarios, es de vital importancia que las personas se apropien de estos y que los vean como algo suyo, que tiene determinados usos y que debe funcionar de determinada manera. Cuando las personas sienten la necesidad de tener un canal de televisión

o una emisora para la comunidad, hacen lo posible por enriquecer la programación, participar en la creación de los contenidos, velar por su buen funcionamiento, apoyarlo económicamente, y por supuesto consultarlo permanentemente; Por el contrario, si la comunidad, por ejemplo tiene un canal comunitario porque un organismo estatal lo obliga a tenerlo como un requerimiento para poder legalizar el uso de la televisión comunitaria, es decir, el conjunto de canales nacionales e internacionales, entonces el canal en este caso no servirá de mucho y tendrá otros usos que seguramente no aportarán a la comunidad.

- En cuanto al tema de libertad de expresión en los medios comunitarios del municipio de Chía, se encontró que esta, es un derecho que se respeta mucho a pesar de los inconvenientes que se describieron, sin embargo, vale anotar que estos medios tienen algo a su favor, y es el encontrarse en un contexto libre de conflicto armado, narcotráfico, sicariato y problemas de este tipo, esta situación ha favorecido mucho a que los medios puedan ejercer toda su funcionalidad social sin verse inhibidos.
- El caso colombiano es un claro ejemplo de que una cosa es la Ley y otra muy diferente es lo que ocurre en la realidad. A pesar de que en Colombia existen muchas garantías que protegen a los periodistas, y exigen a los medios unas especificaciones en cuanto a su función social, lo que ocurre en realidad es muy distinto pues en Colombia las agresiones contra los comunicadores sociales es muy alta, y la impunidad que existe es mucha. Resulta entristecedor que en Colombia no hayan movimientos fuertes, nacidos desde las mismas personas para protestar contra estos abusos.
- En el tercer capítulo del presente documento, cuando se habla sobre los medios comunitarios en Chía, se encontró que si bien, ambos tienen la intención de trabajar por la comunidad, y ser un ente de control de lo que ocurre en el municipio, estos cuentan con serios inconvenientes debido a que en parte, dependen económicamente de los dineros que provee la alcaldía, esto lastimosamente, le resta independencia a los medios y por consiguiente limita su libertad de acción, pues en caso de adquirir por ejemplo, una actitud de denuncia frente a la administración, correrán el riesgo de verse despojados de algunos ingresos que son vitales para su sostenimiento.
- Resulta de gran interés ver a qué se enfrentan los medios comunitarios cuando se encuentran en un municipio emergente como Chía, pues deben enfrentar una adecuación constante para poder ser incluyentes con los nuevos actores que entran a la ciudad, personas que no comparten la historia ni las costumbres, pero que también tienen unas necesidades informativas. Es muy importante que los medios comunitarios se den a conocer en este contexto, de tal suerte que puedan ayudar con sus contenidos, a los nuevos habitantes.
- Algo que se observó en el caso de Chía, fueron las diferencias existentes entre Luna Estéreo y Litechía. Se halló que la emisora tiene mucha más producción que el canal, cuenta con más

personal, y tiene mayor impacto pues su cubrimiento es mayor (todas las personas en el municipio la pueden escuchar, exceptuando a solo unas pocas), por su parte el canal, cuenta con una audiencia reducida pues llega solo al 9% de los residentes. Es de destacar también que la diferencia del impacto de ambos medios es notable debido a que Luna Estéreo, compite con un número de emisoras mucho menor, del que compite Litechía el cual se enfrenta a un gran número de canales de televisión, y a las distintas empresas de TV por cable y satélite.

- Se podría afirmar que tal y cómo se observó en el diagnóstico sobre televisión comunitaria *Señales de Humo*, los habitantes de Chía se han apropiado más de la radio comunitaria que del canal, esto quizás se pueda explicar debido a que esta fue gestionada por medio de un organismo propio de la comunidad, las Juntas de Acción Comunal, mientras que el canal, nació por gestión de la alcaldía, pasó luego a ser de una empresa privada, y por último terminó siendo parte de una organización comunitaria; este proceso que ha tenido el canal, ha mantenido a los habitantes a cierta distancia de este medio, y es por eso también que su participación en el mismo es reducida
- En relación al tema de la competencia mediática que enfrentan los medios comunitarios, se hace relevante nombrar el fuerte impacto que tiene la oficina de prensa de la Alcaldía, pues a través de su programa de televisión, sus programas radiales y su periódico (boletín institucional) del que se imprimen 70.000 ejemplares mensuales, se lleva a todo el municipio, una versión de lo que ocurre en Chía que muchas veces termina siendo la única que recibe parte de la ciudadanía. Este fuerte deseo por comunicar a los ciudadanos lo que ocurre es provechoso en parte, porque deja saber a los ciudadanos, las decisiones, planes, y obras se están llevando a cabo, sin embargo, también parece ser una estrategia contestataria a los opositores de la alcaldía que aparecen en los otros medios.
- Un detalle que vale resaltar es la falta de atención de los medios comunitario de Chía a las veredas Fusca y Yerbabuena, parece que su lejanía les ha costado a los habitantes de estas veredas, una fuerte desinformación de lo que ocurre en el municipio.
- Por último, habría que decir que para conocer más a fondo la situación de los medios de comunicación locales, habría que investigar también a El Periódico de Chía, al Kanal de la Sabana, y al periódico La Calle. Un estudio de recepción de medios locales, también serviría a comprender a fondo los hábitos de consumo mediático de la ciudadanía, y sería de gran ayuda para que los medios conozcan sus fortalezas, debilidades e identifiquen su público.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. (2009). *Medio informativo del Concejo de Chía* No. 46, Año 16.
2. Alcaldía de Chía. Sitio Oficial de Chía Cundinamarca, Colombia. [en línea] disponible en:  
[http://201.245.175.27/chia/hermesoft/portallG/home\\_1/recursos/01general/contenido/18122008/nm\\_infogeneral\\_economia.jsp](http://201.245.175.27/chia/hermesoft/portallG/home_1/recursos/01general/contenido/18122008/nm_infogeneral_economia.jsp) extraído el: 13 de mayo de 2011
3. Alcaldía de Chía.(2000)Plan de Ordenamiento Territorial Chía
4. Alcaldía Municipal de Chía. Gerencia para la Planeación y Evaluación Integral (2009).  
Diagnóstico Revisión de Ordenamiento Territorial, POT.
5. *Alcaldía Responde*. (2010, diciembre). Edición especial, rendición de cuentas 2010.
6. Álvarez Moreno, M.A. (2008) “El desafío de las radios comunitarias” en Anagramas –  
Universidad de Medellín [en línea] <http://www.udem.edu.co/NR/rdonlyres/B23B8A57-4283-4DA5-A6EC-62DC51E627A4/11561/Articulo04.pdf>, Vol 6, Num 2, p. 68. Recuperado: 5 de mayo de 2011
7. Álvarez Teijeiro, C. (2000). *Comunicación Democracia y Ciudadanía*. Ciccus. Buenos Aires
8. Banco de la República. Colombia. DANE. (2009). Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). p. 65. [en línea], disponible en:  
<http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ICER/cundinamarca/2009.pdf>, extraído el : 15 de mayo de 2011
9. Bobo Márquez, M. (2005) “La función social de los medios y la situación actual de la televisión en España”. [en línea] disponible en:  
<http://personal.us.es/mbmarquez/textos/huelva2005.pdf> , recuperado el: 15 de abril de 2011
10. Boladeras, M. (2001). “La Opinión Pública en Habermas”. *Anàlisi*. 26. P. 58. [en línea] disponible en: [.http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf](http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf) p.58 Recuperado 1 de abril de 2011
11. Bottome, R. “Grupo Cisneros, un caso (íngrimo) de éxito venezolano”, en Veneconomía [en línea] disponible en: [http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp597\\_342.pdf](http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp597_342.pdf)
12. Castells, M. (2009), *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial
13. Cisneros”. Infoamérica: el portal de la comunicación, [en línea] disponible en:  
[http://www.infoamerica.org/grupos/cisneros\\_1.htm](http://www.infoamerica.org/grupos/cisneros_1.htm) recuperado el: 19 de mayo de 2011
14. Citado en Vallejo Mejía, J. (1995). Impacto de los medios de comunicación en la política. Colombia. Konrad Adenauer Stiftung.

15. Colombia, Congreso Nacional de la República (2005, julio 24) Por el cual se expide el Código Penal. Artículos 220 al 228.
16. Colombia, Congreso Nacional de la República, (2010, 29 de diciembre) “Ley 1426 de 2010, Por la cual se modifica la Ley 599 de 2000, relativa a las conductas punibles que atentan contra los bienes jurídicamente protegidos de los defensores de derechos humanos y periodistas.” [en línea]  
<http://www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/LEYES/2010/1426.htm>, recuperado: 19 de marzo de 2011
17. Colombia, Corte Constitucional (1995, febrero), Sentencia C-053, M.P.: Cifuentes Muños, E. , Bogotá. [en línea] [www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/.../C-053-95.rtf](http://www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/.../C-053-95.rtf), recuperado: 9 de mayo de 2011
18. Colombia, Corte Constitucional, (1992, septiembre), Sentencia T-48 de 1993, M.P.: Morón Díaz, F, Bogotá [En línea] disponible en:  
<http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1993/T-048-93.htm>, recuperado el: 15 de marzo de 2011
19. Colombia, Corte Constitucional, sentencia T-1320, Diciembre 10 de 2001, M.P.: Alfredo Beltrán Sierra
20. Colombia, Corte Constitucional. Sala Quinta de Revisión. Sentencia T-097 del 3 de marzo de 1995
21. Colombia, Ministerio de Cultura, Dirección de comunicaciones, “Radios ciudadanas espacios para la democracia” [en línea], disponible en:  
<http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=1771> , recuperado el: 11 de mayo de 2011
22. Comisión Nacional de Televisión (CNTV), Exposición de motivos Ley 182 de 1995, [En línea] disponible en: [http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/basedoc/cntv/xp\\_exm\\_l0182\\_95.html](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/basedoc/cntv/xp_exm_l0182_95.html), recuperado: 3 de mayo de 2011
23. Constitución Política de Colombia.
24. Coronel Noguera, H. (2010, junio) “Industrias culturales: Alta concentración mediática en Colombia. Empresarios se quedan con el paquete de la publicidad oficial y el mercado se estrecha aún más” en Encuentros [en línea], disponible en:  
[http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art06.pdf) , recuperado el: 12 de mayo de 2011
25. Corte Constitucional, sentencia T-439, julio 7 de 2009, M. P. :Jorge Ignacio Pretelt Chaljub
26. D`Adamo, O. García Beaudoux, V. Freidenberg, F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. McGraw Hill. Madrid

27. DANE (2005) “Boletín, Censo General 2005: Chía Cundinamarca”, [en línea] disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/chia.pdf> , recuperado el: 29 de mayo de 2011
28. El acceso a la información pública en Colombia”, Corporación Transparencia por Colombia. [En línea], disponible en: <http://www.slideshare.net/CoalicionProAcceso/el-acceso-a-la-informacin-pblica-en-colombia-dificultades-y-perspectivas>. Recuperado: 18 de mayo de 2011
29. *El Periódico de Chía*, (2010, febrero).”Entrevista a la ex Ministra de Educación Cecilia María Vélez”. Chía. p. 3
30. El Tiempo.com “Procuraduría Preocupada Por Proyecto De 3.200 Viviendas En Chía”. [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-8655760> , recuperado el: 29 de mayo de 2011
31. Fajardo Rojas, et al. (2010). *La Radio Comunitaria Una Empresa Social Sustentable: Herramientas para la Gestión*. Colombia. Ministerios de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones, Ministerio de Cultura, Vive Digital Colombia. p. [en línea]. Disponible en: [http://redresander.files.wordpress.com/2011/04/libro\\_la\\_radio\\_comunitaria\\_empresa\\_social.pdf](http://redresander.files.wordpress.com/2011/04/libro_la_radio_comunitaria_empresa_social.pdf) , recuperado el: 22 de mayo de 2011
32. Fundación Para la Libertad de Prensa (FLIP), (2011, febrero) “El olvido de la justicia: informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia en 2010”, [En línea] [http://www.flip.org.co/alert\\_display/0/1851.html](http://www.flip.org.co/alert_display/0/1851.html), recuperado: 14 de marzo de 2011
33. Fundación para la libertad de prensa (FLIP), Injuria y Calumnia en Colombia: Democracia, Libertad de Información y Derecho penal. [En línea] disponible en: <http://www.flip.org.co/resources/documents/4659e8f65f506da83c1a1312dcec6906.pdf>, recuperado el: 29 de abril de 2011.
34. Giraldo, C.; Naranjo, S.; Tovar, E.; Córdoba, J.C. (2008). *Teorías de la comunicación*. Bogotá. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Humanas, Arte y Comunicación
35. Globo”, Infoamérica: el portal de la comunicación. [en línea] disponible en: [http://www.infoamerica.org/grupos/globo\\_1.htm](http://www.infoamerica.org/grupos/globo_1.htm)
36. Gobierno de España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Multiplex. [en línea] disponible en: <http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Glosario/MN%C3%91/Paginas/MN%C3%91.aspx> recuperado el: 8 de mayo de 2011
37. Gonzales Seara, (1968). L. *Opinión Pública y Comunicación de Masas*. Ediciones Ariel. Barcelona-Caracas.

38. Grupo Clarín. [en línea], disponible en: <http://www.grupoclarin.com/index.html> Recuperado el 6 de abril de 2011
39. Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona
40. Jiménez, R. & Díaz, J.(2010) Comunicados a la Opinión Pública . Veedurías de servicios públicos de Chía.
41. L. Lowell (1923). *Public Opinion in War and Peace*, Harvard University, Cambridge, Nueva York. Arno Press
42. Lajas, J. (2011, mayo) “10 formas de censura de Internet en regímenes sin libertades”, Periodismo Ciudadano [en línea] disponible en:<http://www.periodismociudadano.com/2011/05/08/10-formas-de-censura-de-internet-en-regimenes-sin-libertades/>
43. *Le Monde Diplomatique*. Ramonet, I. (2003, Octubre) “El Quinto Poder: Observatorio Internacional de medios de comunicación”, en [en línea] <http://www.lemondediplomatique.cl/El-quinto-poder.html> , recuperado el: 20 de mayo de 2011
44. Luna Estéreo 10 años (2009), [documental], [en línea] disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=iX3osfTFIX4> recuperado e: 30 de mayo de 2011
45. Mancera Carrero, M. V. (2007). *Historia de la Opinión Pública desde las perspectivas políticas a las perspectivas mediáticas*. [ tesis de maestría], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Magister en estudios políticos
46. Mastrini, G. Becerra, M. (2003, agosto), “50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado nacional, a la valorización en escala”. Año 5, Vol. 2. [en línea], disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art473.htm> , recuperado el: 12 de abril de 2011
47. McCombs, M (2004). “Setting the Agenda for Agenda Setting Research”, en *Journal of Mass Communication Studies*, 45, p. 171-181.
48. McQuil, Denis. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paídos. Barcelona, p.64. Citado en: Comunicación, Democracia y Ciudadanía
49. Molano, A. (2010, 11 de diciembre), “Mirando Llover, en El Espectador”. [en línea] <http://www.elespectador.com/columna-239857-mirando-llover> , recuperado el: 15 de abril de 2011
50. Monzón Arribas, Cándido. (1987). *La Opinión Pública: Teorías, concepto y métodos*. Editorial Tecnos. Madrid
51. Navarro Díaz, L. R. (2010). *Entre Esferas Públicas y Ciudadanía*. Ediciones Uninorte. Barranquilla

52. Navarro Díaz, L.R. (2010), “Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizadores de identidades y contraidentidades de los sujetos políticos en Colombia” en ENCUENTROS, Núm. 15. [en línea], disponible en:  
[http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf), recuperado el: 18 de mayo de 2011
53. Navarro Díaz, L.R. (2010), “Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizadores de identidades y contraidentidades de los sujetos políticos en Colombia” en ENCUENTROS, Núm. 15. [en línea], disponible en:  
[http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas\\_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf](http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art03.pdf), recuperado el: 18 de mayo de 2011
54. Norris, P. (2001), “Democracia y tecnología de la información: ¿oportunidad o amenaza?”, Noticias de Internacional IDEA, [en línea], disponible en:  
[http://archive.idea.int/newsletters/2001\\_03\\_esp/opinion.htm](http://archive.idea.int/newsletters/2001_03_esp/opinion.htm) , recuperado el: 16 de mayo de 2011
55. O'Brien, D. (2011, mayo), “Las 10 herramientas de los opresores de Internet”, Committee to Protect Journalists: Defending Journalists Worldwide. [en línea] disponible en:  
<http://www.cpj.org/es/2011/05/las-10-herramientas-de-los-opresores-de-internet.php> , recuperado el: 19 de mayo de 2011
56. Organización Ardila Lulle. [en línea] disponible en:  
<http://www.canalrcn.com/quienesSomos/oal/>, recuperado el: 5 de mayo de 2011
57. Organization of American States. CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS SUSCRITA EN LA CONFERENCIA ESPECIALIZADA INTERAMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS San José, Costa Rica 7 al 22 de noviembre de 1969 CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS (Pacto de San José)., [en línea], disponible en:  
<http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>, recuperado el 21 de marzo de 2011
58. Osses Rivera, S.L. (2002), Nuevos sentidos de lo comunitarios: La radio comunitaria en Colombia [Tesis de Maestría], México D.F. FLACSO. Maestría en Ciencias Sociales
59. Peña Barrera, C.R. (2010) Índice de urbanización municipal: una aplicación a Bogotá y su teórica “Área Metropolitana”, *Territorios*, 23, pp. 33-57
60. Pérez, D.A. (comp.), (1998), *Señales de Humo: Panorama de la Televisión Local y Comunitaria en Colombia*. Bogotá. Fundación Social
61. Qué es ComuTV” [en línea] disponible en:  
<http://www.comutv.org/php/contenido.php?clave=Que%20es%20Comutv&ciudad=1> , recuperado el: 7 de mayo de 2011

62. Ramírez, F. (2011), “¿Para qué los canales sin ánimo de lucro?”, *Al Aire*. Año 2, Núm. 03. P. 11
63. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión – Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2009. Una Agenda Hemisférica para la defensa de la libertad de expresión. Comisión Interamericana de derechos humanos
64. S. Ginger. (1975). *Historia del Pensamiento social*, Barcelona, Ariel S. Ginger. (1975). *Historia del Pensamiento social*, Barcelona, Ariel
65. Sancho Larrañaga, R. “Concentración de los medios de comunicación y orden global (parte II)”, en Vivo [en línea] disponible en: <http://www.envivo.icrt.cu/opinion/184-concentracion-de-los-medios-de-comunicacion-y-orden-global-parte-ii>. recuperado el: 10 de mayo de 2011
66. Sartori, G. (1994). *¿Qué es la democracia?*. Altamir ediciones. Bogotá, Colombia
67. Semana (2011, febrero), “En 2010 hubo 189 agresiones contra periodistas colombianos”, [en línea] <http://www.semana.com/noticias-nacion/2010-hubo-189-agresiones-contra-periodistascolombianos/151566.aspx>, recuperado: 15 de marzo de 2011
68. Televisa”. Infoamérica: el portal de la comunicación, [en línea] disponible en: [http://www.infoamerica.org/grupos/televisa\\_1.htm](http://www.infoamerica.org/grupos/televisa_1.htm) recuperado el: 19 de mayo de 2011
69. Téllez Garzón, M.P. (2005, 1er sem.), “La televisión comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía” en *Comunicação & Sociedade*, año 26, Núm. 43 p.150. [en línea] disponible en: [http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs\\_umesp/article/viewFile/199/157](http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/viewFile/199/157) , recuperado el: 10 de mayo de 2011
70. Thesing, J. (1999). *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Ciedla. Buenos Aires
71. Tobón Franco, N. & Varela Pezzano, E. (2010). Libertad de Expresión y Salvaguardia de Anonimato: Panorama jurisprudencial en Colombia. *Díkaion*, Vol 19, No. 1. [en línea] disponible en: <http://revistas.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/viewArticle/1705/2231> , recuperado el: 21 de Marzo de 2011
72. Tobón, Franco, N. (2009) Libertad de expresión y derechos de autor. Guía legal para periodistas. Editorial Universidad del Rosario
73. Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito. AMARC- Friedrich Ebert Stiftung. p. 222