

### Abrir nuevas convocatorias para la adjudicación de radio comunitaria

**PASO 1.** Identificar de manera precisa cuáles son las zonas geográficas más afectadas por el conflicto y aquellas en donde la ciudadanía tiene una mayor necesidad de acceder al espectro por vía de la radio comunitaria.

**PASO 2.** Identificar de manera precisa cuáles son las zonas geográficas donde solo existen las emisoras de la Fuerza Pública.

**PASO 3.** Derogar la normatividad que limita desproporcionadamente la potencia de la señal de las emisoras comunitarias.

**PASO 4.** Expedir una nueva Resolución que autorice el enlace de radios comunitarias bajo circunstancias específicas.

**PASO 5.** Avanzar en el proceso de digitalización de la radio.

**PASO 6.** Realizar un rediseño de los planes de condiciones de uso y manejo del espectro incorporando las recomendaciones de la UIT.

**PASO 7.** Abrir nuevas convocatorias para la adjudicación de radio comunitaria.

### Promover la capacitación técnica de trabajadores de medios comunitarios

**PASO 1.** Vincular a Universidades, organismos de cooperación internacional, entidades de apoyo, como la Corte Interamericana de Derechos Humanos y la Unesco y organizaciones de la sociedad civil en el proceso de capacitación.

**PASO 2.** Diseñar el contenido de la capacitación técnica que tenga que incluya las guías que aportan los estándares internacionales.

**PASO 3.** Diseñar un plan de capacitación que incluya los siguientes aspectos: contenidos, gestión y administración de los medios.

### Establecer 20 emisoras, asignadas a RTVC, cuyo contenido será coordinado por un Comité de Comunicaciones Conjunto, compuesto por gente de las FARC y del Gobierno

**PASO 1.** Diseñar un programa de capacitación exclusivo para las personas que harán parte de estos medios, que incorpore aspectos técnicos, de contenidos, formatos entretenidos, libertad de expresión, pluralismo interno y gestión financiera.

**PASO 2.** Asegurar el pluralismo interno. Estos medios deben responder por la posición de toda una comunidad, no de partidos ni actores específicos.

**PASO 3.** Traspaso de emisoras de la Fuerza Pública a manos de la sociedad civil.

### Financiar la producción y divulgación de contenidos que fomenten la cultura de paz

**PASO 1.** Realizar foros de reflexión en las regiones estratégicas para el post conflicto, para hablar de la independencia y del rol de los medios públicos en la construcción de un relato de nación.

**PASO 2.** Definir los mecanismos a través de los cuales se producirán los contenidos.

PASOS	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>ABRIR NUEVAS CONVOCATORIAS PARA LA ADJUDICACIÓN DE RADIO COMUNITARIA</b>											
<b>Paso 1</b> (Pág 17)											
<b>Paso 2</b> (Pág 18)											
<b>Paso 3</b> (Pág 18)											
<b>Paso 4</b> (Pág 18)											
<b>Paso 5</b> (Pág 19)											
<b>Paso 6</b> (Pág 19)											
<b>Paso 7</b>											
<b>PROMOVER LA CAPACITACIÓN TÉCNICA DE TRABAJADORES DE MEDIOS COMUNITARIOS</b>											
<b>Paso 1</b> (Pág 19)											
<b>Paso 2</b> (Pág 20)											
<b>Paso 3</b> (Pág 21)											
<b>ESTABLECER 20 EMISORAS, ASIGNADAS A RTVC, CUYO CONTENIDO SERÁ COORDINADO POR UN COMITÉ DE COMUNICACIONES CONJUNTO, COMPUESTO POR GENTE DE LAS FARC Y DEL GOBIERNO</b>											
<b>Paso 1</b> (Pág 21)											
<b>Paso 2</b> (Pág 22)											
<b>Paso 3</b> (Pág 22)											
<b>FINANCIAR LA PRODUCCIÓN Y DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS QUE FOMENTEN LA CULTURA DE PAZ</b>											
<b>Paso 1</b> (Pág 25)											
<b>Paso 2</b> (Pág 25)											



# AGENDA PARA LA PAZ



## RECOMENDACIONES PARA EL PLURALISMO Y LA DIVERSIDAD

### FRENTE A:

- I. Abrir nuevas convocatorias para la adjudicación de radio comunitaria.
- II. Promover la capacitación técnica de trabajadores de medios comunitarios.
- III. Establecer 20 emisoras, asignadas a RTVC, cuyo contenido será coordinado por un Comité de Comunicaciones Conjunto, compuesto por gente de las FARC y del Gobierno.
- V. Financiar la producción y divulgación de contenidos que fomenten la cultura de paz.



# AGENDA PARA LA PAZ



## RECOMENDACIONES PARA LA PUBLICIDAD OFICIAL

### FRENTE A:

Los ajustes a la normatividad para la asignación de la publicidad oficial



## RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE LA JUSTICIA EN CRÍMENES CONTRA LA PRENSA

PASOS	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
LOS AJUSTES A LA NORMATIVIDAD PARA LA ASIGNACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL											
<b>Paso 1</b> (Pág 30)											
<b>Paso 2</b> (Pág 30)											
<b>Paso 3</b> (Pág 30)											
<b>Paso 4</b> (Pág 31)											
<b>Paso 5</b> (Pág 31)											
<b>Paso 6</b> (Pág 31)											
<b>Paso 7</b> (Pág 32)											
<b>Paso 8</b> (Pág 32)											
<b>Paso 9</b> (Pág 32)											
<b>Paso 10</b> (Pág 33)											
<b>Paso 11</b> (Pág 33)											
<b>Paso 12</b> (Pág 33)											

**PASO 1.** Establecer que la información que se produce en la JEP debe ser tratada de manera diferenciada, eso significa deberá tener una mayor transparencia, que permita a periodistas y ciudadanos idóneos herramientas de acceso. **(Pág 41)**

**PASO 2.** Reconocer que la información que emana de las declaraciones y de los reconocimientos de responsabilidad es, en su mayoría, de interés público. **(Pág 42)**

**PASO 3.** Asegurar que la reglamentación de la justicia transicional incluya: 1) obligaciones de las entidades del SIVJNR para transparentar información de manera proactiva; 2) garantías y protocolos de acceso de periodistas y medios de comunicación a los escenarios de los procesos de la JEP; 3) garantías y herramientas para el acceso de los ciudadanos a la información que se produce en cada una de las instancias de la JEP. **(Pág 42)**

### Los ajustes a la normatividad para la asignación de la publicidad oficial

**PASO 1.** El gobierno, asesorado por organizaciones con experticia en este tema y académicos, deberá hacer una revisión de los vacíos que tiene la Ley 1474 de 2011 – Estatuto Anticorrupción. Deberá definir los principios de transparencia, efectividad y objetividad, así como el concepto y las prohibiciones de la publicidad oficial.

**PASO 2.** Establecer unos criterios para la selección de los contratistas en los contratos de publicidad oficial.

**PASO 3.** Reglamentar los mecanismos de selección de los contratistas.

**PASO 4.** Hacer efectiva la transparencia activa para sujetos obligados.

**PASO 5.** Asegurar la trazabilidad de los contratos de publicidad oficial.

**PASO 6.** Crear una Comisión Nacional para la Transparencia en la

Contratación de Publicidad Oficial, la cual deberá ser órgano de consulta para las entidades estatales y los contratistas de contratos de publicidad oficial.

**PASO 7.** Crear un Fondo para la Promoción de Medios de Comunicación como una cuenta especial sin personería jurídica administrada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

**PASO 8.** Asegurar controles efectivos a los contratos de publicidad oficial que ejerzan veeduría para que no existan interferencias contra la independencia editorial de los medios de comunicación o periodistas contratistas de publicidad oficial. Se propone realizar guías que den criterios específicos a los funcionarios de

Control Interno, de funciones disciplinarias de la Procuraduría y de las Personerías. Estas guías orientarían a dichos funcionarios en cómo identificar irregularidades en las etapas precontractual, contractual y de ejecución

en los contratos de publicidad oficial.

**PASO 9.** Establecer que el Defensor del Pueblo, en el marco de las atribuciones señaladas en la Constitución, debe realizar un informe periódico anual a la opinión pública que contraste la distribución de publicidad oficial con la garantía del derecho a la libertad de prensa.

**PASO 10.** Combinar la incorporación de estos ajustes al marco normativo con la promoción de una política pública que deberá contemplar, entre otras cosas, la eliminación del uso de la publicidad oficial como mecanismo de censura contra medios de comunicación o periodistas.

**PASO 11.** Exigencias al régimen de concesiones de frecuencias radiales.

**PASO 12.** El estado colombiano debe derogar la normatividad que restringe desproporcionadamente la posibilidad de la radio para recibir recursos de pauta relacionadas con la cantidad de tiempo al aire y con el tipo de contenido que pueden pautar.