

## ◀ ¿PARTICIPACIÓN SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

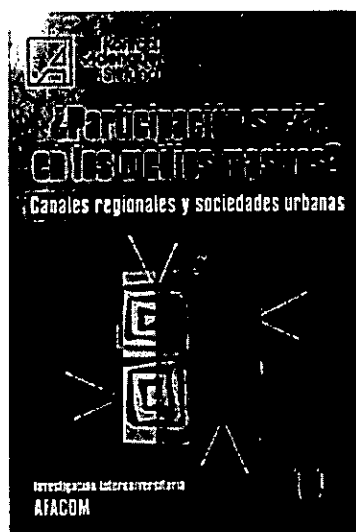
Varios. *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas. Investigación interuniversitaria - Konrad Adenauer-Stiftung. Medellín: Pontificia Universidad Bolivariana, 1998.*

Este texto es el resultado de una investigación realizada en 1997 y 1998 por cinco universidades colombianas: la Pontificia Bolivariana de Medellín, la Autónoma de Occidente de Cali, la del Norte de Barranquilla, la universidad de Manizales y la universidad Minuto de Dios de Santa Fe de Bogotá, con el patrocinio de la Fundación Konrad Adenauer.

El estudio interuniversitario, llevado a cabo por un equipo de profesores investigadores de las instituciones mencionadas, ha pretendido dilucidar el grado de participación de la sociedad colombiana en los medios masivos de comunicación, con el ánimo de buscar mecanismos para democratizar la información en el país.

El trabajo arroja datos reveladores sobre los hábitos y consumo informativo de medios masivos de los colombianos, a través de una significativa muestra de 4.350 personas de las principales capitales del país. Se analiza la situación de los canales regionales, cuyas sintonías son bajas y en las que por esa misma razón la participación de las comunidades urbanas es escasa.

Del estudio se desprende, entre otras cosas importantes, que la televisión y la radio siguen siendo los medios de mayor impacto en el país. Sin embargo, la participación social que la gente cree tener, es solo una participación "tipo espejo", es decir, no real en la toma efectiva de decisiones. No obstante, el 51% de los encuestados manifiesta querer participar más en los medios. La lectura de prensa es escasa en el país; y cuando se lee prensa, se prefiere la sección deportiva y de farándula. La mayoría de colombianos encuestados prefiere quedarse en



casa y ver de allí su película, antes que movilizarse a las salas de cine. La mayoría de entrevistados escucha la radio, la cual tiene mayor rango de sintonía en las horas de la mañana, por la información noticiosa. En cuanto a la televisión, las cifras revelan que sigue teniendo una gran acogida en el país. El fenómeno de las telenovelas ha empezado a declinar pese a su calidad y producción es de las mejores en Latinoamérica. Los noticieros de televisión y programas deportivos son los más sintonizados en una significativa proporción del 94%. Los resultados de las entrevistas indican que los canales nacionales son los más sintonizados por los colombianos y luego le siguen en su orden las parabólicas, los canales regionales, la televisión por cable y el canal de Señal Colombia.

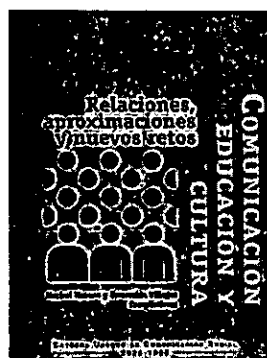
El soporte teórico del estudio se apoya en la interacción de conceptos como sociedad civil y participación en la información, tecnologías, información y sociedad, cultura popular y participación, participación social en procesos de información, todos ellos vistos y analizados desde la compleja realidad colombiana.

Este trabajo concluye con una serie de reflexiones y recomendaciones a sectores específicos de la sociedad colombiana: gubernamentales, privados, de medios informativos, académicos, y la sociedad civil en general.

Se subraya finalmente que, sin una participación real y efectiva de la sociedad civil en la información de interés público, que se genera y se divulga. No es posible llegar a consensos que favorezcan los intereses colectivos como compromiso de los ciudadanos, no delegable a los medios de información, los cuales se han atribuido implícitamente funciones que no les competen ante la pasividad de quienes deben actuar oportuna y eficazmente en defensa de las mayorías.

Se trata, pues, de un valioso aporte de la academia a la transformación del espacio informativo, comunicacional, democrático, cultural y político de los colombianos.

LUIS IGNACIO SIERRA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN



"¿Por qué no le apostamos a replantear nuestros procesos comunicativos en aras de construir una ciudadanía planetaria más arraigada lo local, más democrática y más participativa? Este es el reto de comunicadores y educadores comprometidos con la cultura".

Facultad de Comunicación y Lenguaje  
Pontificia Universidad Bolivariana

COMUNICACIÓN EDUCACIÓN Y CULTURA  
Relaciones, aproximaciones y nuevos retos

Memoria de la Cátedra Unesco de Comunicación Social  
1996-1998