

Bogotá, D.C. 26 de noviembre de 2019

CONCEJO DE BOGOTÁ 26-11-2019 09:55:50  
2019ER27629 O 1 Fol:1 Anex:20  
ORIGEN: CENTRAL DE COMUNICACION COMUNITARIA Y ALTERNATIVA/R  
DESTINO: COMISION 3ª PERM. DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO/SA  
ASUNTO: PROPUESTA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COMUNITARIA  
OBS: PROPUESTA AL PROY ACUERDO 382 DE 2019-DIRIGIDA A LO

Doctor  
Emel Rojas Castillo  
**Presidente**

## **COMISIÓN DE HACIENDA CONCEJO DE BOGOTÁ**

Doctor  
Álvaro José Argote  
**Primer vicepresidente**

Doctor  
Diego Fernando Devia  
**Segundo vicepresidente**

### **Ponentes:**

Álvaro José Argote, Jorge Durán Silva y Hollman Felipe Morris

### **Concejales de la Comisión:**

Yefer Yesid Vega, Álvaro José Argote, Emel Rojas Castillo, Diego Fernando Devia, María Fernanda Rojas, María Clara Name, Jorge Durán Silva, Armando Gutiérrez González, Jorge Lozada Valderrama, Hollman Felipe Morris, Pedro Julián López, Gloria Elsy Díaz, Rubén Darío Torrado, Julio César Acosta, y Venus Albeiro Silva

***Ref: Propuesta de los medios de Comunicación Comunitaria y Alternativa de Bogotá D.C. al Proyecto de Acuerdo “Por el cual se expide el Presupuesto Anual de Rentas e Ingresos y de Gastos e Inversiones de Bogotá, Distrito Capital, para la vigencia fiscal comprendida entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020 y se dictan otras disposiciones”***

Nuestro especial saludo y deseos de éxitos.

Con especial atención nos permitimos presentar la propuesta de modificación al artículo 44 del proyecto de Acuerdo de Presupuesto de Gastos e Inversiones de Bogotá para la vigencia del año 2020, la razón fundamental consiste en que dicha redacción que se repite de los dos años anteriores no ha permitido garantizar la democratización de los gastos de divulgación de la gestión pública ni tampoco el ejercicio de la libertad de expresión.

## PROPUESTA AL ACUERDO DE PRESUPUESTO DE GASTOS E INVERSIONES 2020:

### En el Capítulo VII: DISPOSICIONES VARIAS

**MODIFICACIÓN AL ARTÍCULO 44. MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS.** Los órganos y entidades que conforman el Presupuesto Anual del Distrito Capital, el Ente Autónomo Universitario, los Fondos de Desarrollo Local, las Empresas Industriales y Comerciales y las Subredes Integradas de Servicios de Salud –ESE, promoverán la democratización del acceso a los medios de comunicación comunitarios y alternativos, legalmente inscritos en el Instituto de la Participación y Acción Comunal –IDPAC, para sus programas, proyectos y planes de divulgación, comunicación y publicaciones.

#### **Propuesta aditiva:**

La administración Distrital deberá establecer un porcentaje justo y equitativo como criterio general de ejecución de los programas, proyectos y planes de divulgación, comunicación y publicaciones de las diferentes entidades y órganos del Distrito, para los medios de comunicación comunitarios y alternativos. (texto basado en la propuesta del concejal David Castellanos en el 2018 que en su oportunidad recibió el respaldo de la gran mayoría de los concejales, pero que no fue aceptado por la administración distrital, con el argumento que si estaba cumpliendo)

Además de los medios sonoros e impresos, serán integrados en dichos procesos todos los medios comunitarios audiovisuales y tic y demás que estando inscritos en la base de datos, han sido excluidos en los años anteriores; para dicho efecto se tendrán en cuenta criterios de calidad, cobertura y tiempo de antigüedad.

La Consejería de comunicaciones coordinará las actividades y mecanismos que permitan una participación significativa, equitativa y eficiente de los medios comunitarios y alternativos inscritos en la base de datos del Idpac. En igual sentido los Fondos de Desarrollo Local realizarán los ajustes necesarios pertinentes para asegurar su cumplimiento

Las agencias y entidades respetarán las tarifas acordadas para los medios comunitarios y alternativos en el lineamiento de tarifas del 2011 que se ajusta al IPC anual para Bogotá. En igual sentido no cobrarán por costos de intermediación.

## SUSTENTACIÓN DE LA PROPUESTA:

No obstante, el mandato legal de las normas que establecen la política pública de comunicación comunitaria, Acuerdo 292 de 2007 del Concejo de Bogotá y los dos decretos reglamentarios 149 y 150 de 2008 que determinan la participación en los gastos de divulgación de la gestión pública, así como lo establecido en los acuerdos del Concejo de Bogotá, de gastos e inversiones para Bogotá, vigencias de los años 2018 y 2019, se tiene la siguiente realidad:

1. Del total de los medios comunitarios inscritos en la Base de datos del Idpac de los cuales 270 están activos, solo han realizado los tramites documentales con la Central de medios de ETB, **80** medios comunitarios y alternativos, de los cuales no todos tienen contratación y los que sí, es por sumas menores, todos ellos medios sonoros o impresos que no son la totalidad de los existentes en la base de datos y todo ello con la exclusión de todos los medios clasificados como audiovisuales y medios tic. Solo hasta el 30 de noviembre de 2018 se inició el trámite de petición de documentos plena prueba de la exclusión ilegal por años.
2. La totalidad de los **61** medios comunitarios **audiovisuales** (tv comunitaria, canales streaming) y todos los medios **TIC** (al menos **70**), han sido excluidos de los procesos de contratación en especial de la Central de medios de ETB. Los medios comunitarios audiovisuales nunca han sido llamados a ninguna de las convocatorias realizada por la Consejería de Comunicaciones, los medios escritos (periódico y tic) en total 190 recibieron una simple invitación por correo pero ninguno de los medios TIC fueron convocados a presentar documentación alguna para contratar, es decir la invitación fue solo un sofisma de distracción, por cuanto el contrato marco suscrito entre la Secretaria General de la Alcaldía Mayor solo se realizó para medios sonoros y algunos medios escritos y solo decidieron hacerlo con algunos medios impresos comunitarios.
3. Las cifras acumuladas de la distribución de los gastos de divulgación se expresan en los siguientes términos:

PLANES DE DIVULGACIÓN DE BOGOTÁ D.C.				
	2016-2018	2019	TOTAL APROXIMADO	PORCENTAJE
MEDIOS COMERCIALES	\$ 238.000.000.000	\$ 90.000.000.000	\$ 328.000.000.000	93,17%
MEDIOS COMUNITARIOS			\$ 436.794.528	0,12%
CANAL CAPITAL	\$ 15.726.000.000	\$ 8.337.000.000	\$ 24.063.000.000	6,83%

(El presente cuadro se realiza con valores promedios con base en la información pública, los datos de medios comunitarios y canal capital es de fuente en derechos de petición y el mismo proyecto de acuerdo)

El total calculado para el periodo de gobierno está alrededor de los \$328.000 millones de pesos gastados en divulgación. El 93,17% de los gastos del Distrito en comunicaciones va a parar a manos de los medios masivos comerciales (El Tiempo, Rcn, Caracol, emisoras comerciales y otros) por contratación directa y a través de agencias de medios. Canal Capital participa con el 6,8% a partir de algunas

producciones y seriados conforme se puede observar de los anexos del mismo proyecto de acuerdo de presupuesto.

La participación en los gastos de divulgación para los medios comunitarios y alternativos es de solo 1 milésimas partes del total, lo que prueba un total incumplimiento con el espíritu de la norma lo cual justifica una necesaria decisión de fondo del Concejo de Bogotá modificando el artículo 44 propuesto por la administración distrital.

4. Adicionalmente se conoce que las agencias están solicitando entre el 35% al 50% de gastos de intermediación, suma que no se justifica por cuanto, no existe un trabajo de mercadeo de las agencias sino el cumplimiento de una norma a partir de la colocación de pauta a partir de la base de datos del IDPAC, con lo cual las entidades deberían asegurar que solo se pague el gasto administrativo y no de comisiones que se descuenta a los medios comunitarios. Se agrava esto si consideramos que algunos de los contratos que se suscriben con las agencias establecen un porcentaje de administración que se reconoce en forma directa.
5. El uso de los recursos de hacienda dedicados a la pauta oficial no puede asignarse en forma discrecional, restrictiva y con favoritismos, lo cual constituye frente a la OEA y demás organismos internacionales una clara violación a la libertad de expresión y censura.
6. Se hace necesario resolver los problemas esenciales. Es claro que no existe la voluntad política de los funcionarios para dar cumplimiento a las normas, todo ello, aunque el Concejo haya establecido los criterios generales que ahora solicitamos precisar por cuanto las normas de la política pública de comunicación comunitaria establece los mecanismos, lineamientos, planes, programas y proyectos que permiten desarrollar y aplicar diferentes derechos fundamentales, derechos colectivos y otros dentro de los cuales se encuentran:
  - a. El de la participación, La libertad de expresión y difusión
  - b. El acceso en los procesos de contratación de servicios de comunicación y divulgación adelantados por las entidades distritales.

## **LAS NORMAS EN BOGOTÁ SON EXPRESAS Y RECONOCEN LOS DERECHOS:**

1. El Concejo de Bogotá aprobó el **Acuerdo 292 del 21 de noviembre de 2007** "Por medio del cual se establecen lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá, se ordena implementar acciones de fortalecimiento de la misma y se dictan otras disposiciones".
2. **El Decreto 150 de 2008 sobre La Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria.**
3. **El Decreto 149 de 2008**"Por el cual se establece la conformación de la Mesa de Trabajo de la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria"
4. El **Plan Distrital de Desarrollo 2017-2020**, en sus bases estableció la importancia de la Comunicación comunitaria y alternativa y la necesidad de

contar con ellos para la democratización de la información.

### **LAS NORMAS A NIVEL NACIONAL:**

1. **El artículo 20 de la Constitución** Política consagra que “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. (...)”.
2. **La Sentencia C-371/00** de la Corte Constitucional, referencia: expediente P.E.010, M.P. Dr. Carlos Gaviria Díaz, del 29 de marzo del año 2000, estableció el alcance de las acciones afirmativas y la discriminación inversa o positiva, para la designación de políticas o medidas dirigidas a favorecer a determinadas personas o grupos, con el fin de eliminar o reducir las desigualdades de tipo social, cultural o económico que los afectan.
3. **La Resolución 415 de 2010**, del Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones “Por la cual se expide el Reglamento de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones”, establece en los artículos 86, 87, 88, 89 90, 91, 92 sobre el procedimiento para otorgar la concesión para el servicio de radiodifusión sonora comunitaria.
4. **La Ley 850 de 2003** reglamentó las Veedurías ciudadanas, el Acuerdo 142 de 2005 del Concejo de Bogotá adoptó los mecanismos e instancias para apoyar y promover en el ámbito distrital las Veedurías Ciudadanas la Ley 1474 de 2011 estableció los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.
5. **El Consejo Nacional de Comunicación Ciudadana y Comunitaria** en su sesión de 21 de noviembre de 2011 orientó la conformación de espacios de participación y la inclusión de programas de comunicación ciudadana, comunitaria y alternativa en los Planes de Desarrollo.
6. El Artículos 37 numeral 4 y 47 de la Ley 182 de 1995. Artículo 24 literal e) de la Ley 335 de 1996 establece la legislación marco. El Acuerdo 09 de la CNTV octubre 24 de 2006
7. La tutela que dió paso a la sentencia CC T 460 de 2006, sobre la obligación de promover la prestación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria.

### **LAS NORMAS INTERNACIONALES:**

El marco normativo internacional que establece el derecho a la libre expresión, la libertad de pensamiento y opinión y el derecho al desarrollo y a la participación activa.

1. Las orientaciones de la UNESCO entidad del sistema de la Organización de las Naciones Unidas, que frente a los gobiernos les pide reconocer a los medios comunitarios y alternativos, además de los medios institucionales-estatales y los medios comerciales, con el objetivo de promover la democracia y el desarrollo.
2. La Declaración Universal de los Derechos humanos en su artículo 19.
3. El Pacto Internacional De Derechos Civiles y Políticos en su artículo 19: Adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su

Resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966 Entrada en vigor: 23 de marzo de 1976, de conformidad con el artículo 49

4. La Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José) en su artículo 13: Adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su Resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966 Entrada en vigor: 23 de marzo de 1976, de conformidad con el artículo 49 (Pacto de San José) SUSCRITA EN LA CONFERENCIA ESPECIALIZADA INTERAMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS San José, Costa Rica 7 al 22 de noviembre de 1969

## EL USO DISCRECIONAL Y CON FAVORITISMOS, DE LOS RECURSOS DE LA HACIENDA PÚBLICA CONFIGURA UNA VIOLACIÓN AL DERECHO FUNDAMENTAL A LA LIBRE EXPRESIÓN SIENDO UN MECANISMO DE CENSURA:

La misma organización de Estados Americanos, en sus Antecedentes e Interpretación de la Declaración de Principios, y en respuesta al mandato encomendado con la creación de la Relatoría para la Libertad de Expresión, durante el año 2000, trabajó en la elaboración de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión.<sup>1</sup> Que se traducen en la forma como se debe interpretar el derecho a la libertad de expresión, el principio 13 afirma:

### **“Principio 13**

***La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión. (la negrilla fuera de texto)***

56. *El Estado debe abstenerse de utilizar su poder y los recursos de la hacienda pública con el objetivo de castigar, premiar o privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas. Su rol principal es el de facilitar el más amplio, plural y libre debate de ideas. Cualquier interferencia que implique restringir la libre circulación de ideas debe estar expresamente prohibida por la ley. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión.*

57. *La utilización del poder del Estado para imponer criterios de restricción puede ser empleado como mecanismos encubiertos de censura a la información que se considere crítica a las autoridades. Al analizar el alcance de la libertad de expresión dentro del contexto de los derechos protegidos bajo la Convención, la Corte Interamericana reconoció que la libertad de expresión es*

<sup>1</sup> <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=132&IID=2>

*indivisible al derecho de difusión del pensamiento y de la información. En este sentido, ésta tiene una dimensión individual y una dimensión social. La Corte expresó:*

*la libertad de expresión no se agota en el reconocimiento teórico del derecho de hablar o escribir, sino que comprende además, inseparablemente, el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir información y hacerla llegar al mayor número de destinatarios [...] Asimismo, es fundamental que los periodistas [...] gocen de la protección y de la independencia necesaria para realizar sus funciones a cabalidad, ya que son ellos los que mantienen informada a la sociedad, requisito indispensable para que ésta goce de una plena libertad. [66]*

*58. El Relator Especial destaca, asimismo, que al imponer presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales se obstruye el funcionamiento pleno de la democracia, puesto que la consolidación de la democracia en el hemisferio se encuentra íntimamente relacionada al intercambio libre de ideas, información y opiniones entre las personas.”*

La Organización de Estados Americanos y la Comisión de Derechos Humanos estableció **LOS PRINCIPIOS SOBRE REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL Y LIBERTAD DE EXPRESION** Relatoría Especial para la Libertad de Expresión Comisión Interamericana de Derechos Humanos <sup>2</sup>, así:

### **3. Criterios de distribución de la pauta estatal**

*46. Los Estados deben establecer, para la contratación y distribución de la publicidad oficial, procedimientos que reduzcan la discrecionalidad y eviten sospechas de favoritismos políticos en el reparto. Los recursos publicitarios deben asignarse según criterios preestablecidos, claros, transparentes y objetivos. La pauta estatal nunca debe ser asignada por los Estados para premiar o castigar los contenidos editoriales e informativos de los medios. Dicho uso debe encontrarse explícitamente sancionado. La responsabilidad por las decisiones sobre contratación y distribución de la pauta publicitaria no debería recaer únicamente en manos de funcionarios de origen político, sino que deberían participar asimismo funcionarios de carrera técnicos especializados en la materia.*

*47. Los recursos publicitarios nunca deben ser distribuidos discriminando, positiva o negativamente, de acuerdo a la línea editorial de los medios de comunicación. Cómo sostiene la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, en su principio 13, “la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial (...) con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atentan contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley”.*

*48. Del mismo modo, el Relator Especial de la ONU para la Libertad de Opinión y Expresión, el Representante de la Organización para la Seguridad y la Cooperación*

---

<sup>2</sup> OEA/Ser.L/V/II. CIDH/RELE/INF. 6/12 7 marzo 2011 Original: Español

<http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/PUBLICIDAD%20OFICIAL%202012%2005%2007.pdf>

*en Europa sobre la Libertad de los Medios de comunicación y el Relator Especial para la Libertad de Expresión de la OEA señalaron, en una declaración conjunta, que “los gobiernos y los órganos públicos nunca deben abusar de su custodia de las finanzas públicas para tratar de influir en el contenido de la información de los medios de prensa; el anuncio de publicidad debe basarse en razones de mercado”.*

## **5. Mecanismos de contratación**

*59. Los Estados deben asignar los recursos publicitarios a través de procedimientos abiertos, transparentes y no discriminatorios, atendiendo a las características de cada jurisdicción. Sólo excepcionalmente, y en casos de emergencia o imprevistos plenamente justificados, los Estados pueden recurrir a sistemas de contratación cerrados o directos.*

*60. Los Estados deben contratar espacios en los medios de comunicación a través de procedimientos preestablecidos que impidan decisiones arbitrarias. Todas las etapas implicadas en el circuito de contratación deben ser públicas, de manera que se permita el control procedimental por parte de los oferentes, la comunidad, los órganos de control y la propia Administración Pública. La transparencia en estos procesos de contratación es fundamental para que los mismos puedan ser cuestionados cuando se detectan irregularidades, para lo cual la ley que los regule debería prever recursos administrativos y judiciales, idóneos y efectivos.*

## **SOBRE LA DISTRIBUCIÓN INEQUITATIVA E ILEGAL DE LOS GASTOS DE DIVULGACIÓN:**

Durante el año 2016 y 2017 la administración distrital no realizó inversión o gasto alguno de gastos de divulgación con los medios comunitarios y alternativos de Bogotá. Solo aparece el contrato interadministrativo suscrito entre Canal Capital e IDPAC 587 de 2017, en donde se dio una participación poco significativa de \$12 millones.

Finalizando el año 2018 y en el 2019 se dio inicio a alguna poca participación nada significativa, muy inequitativa y excluyente.

La suma total de los gastos de divulgación y comunicaciones conforme a la respuesta del Secretario General de la Alcaldía mayor dada en la audiencia del 11 de septiembre de 2018 es de \$238.000 millones de pesos suma gastada desde el 2016 a esa fecha. Esos valores incluyen los gastos de pauta (gastos de divulgación) a través de agencias y centrales de medios, gastos de publicaciones y gastos de campañas por internet. Desde el 2016 a finales del año 2019 el gobierno de Bogotá se habrá gastado la suma de \$328.000.000.000 (Trescientos veintiocho mil millones de pesos).

Los pagos se han realizado a Caracol, Rcn, El tiempo, emisoras comerciales, La Cariñosa, Voz de Bogotá, ... y otras, para lo cual se instrumentan las agencias de medios incluida la central de medios de ETB y Canal Capital.

Nos estamos refiriendo a los ítems y valores de referencia de que trata el actual artículo 44



del presupuesto de Bogotá 2020 (artículo 45 del proyecto de acuerdo de presupuesto del 2019) que incluye la participación de gastos de “ programas, proyectos y planes de divulgación, comunicación y publicaciones”

Veamos a continuación el comportamiento de los gastos de divulgación en algunas entidades y la participación de los medios comunitarios, todo lo cual nos permite una información detallada de la violación a la norma expresa y mandato del Concejo de Bogotá:

<b>SECRETARIA GENERAL ALCALDÍA MAYOR</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1100100-491-2015 EJECUCIÓN 2016	2015	6.023.056.509	
1100100-563-2016	2016	11.200.912.610	
1100100-089-2016	2016	3.000.000.000	
1100100-093-2016	2016	1.560.000.000	
1100100-799-2016	2016	473.225.277	
1100100-430-2017	2017	1.141.785.365	
4220000-795-2017	2017	1.499.398.060	
1100100-479-2018	2017	8.658.899.323	
1100100-583-2018	2018	16.581.654.087	
1100100-609-2019	2019	12.930.000.000	
<b>TOTAL, CONTRATACIÓN</b>		<b>57.045.874.722</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		56.870.849.912	99,69%
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS		175.024.810	0,31%

<b>SECRETARIA DE EDUCACIÓN</b>		
	<b>CUANTÍAS 2016 A 2019</b>	<b>PORCENTAJE</b>
RCN, CARACOL	\$6.383.595.369	88,32%
CANAL CAPITAL	\$709.269.000	9,81%
EMISORAS COMERCIALES QUE ILEGALMENTE DENOMINAN ALTERNATIVOS	\$ 120.614.242	1,67%
MEDIOS COMUNITARIOS	\$ 14.108.553	0,20%
<b>TOTAL CONTRATACIÓN</b>	<b>\$7.227.587.164</b>	<b>100,00%</b>

<b>SECRETARÍA DE PLANEACIÓN</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>servimedios, Consorcio Byc y otros</b>	<b>2016</b>	\$ 511.559.601	
<b>Arkimax, servimedios y otras</b>	<b>2017</b>	\$ 542.988.274	
Maloka y UT-Alianza	2018	\$ 606.386.964	
UT-alianza con Arkimax	2019	\$ 1.196.002.243	
<b>CONTRATACIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 2.856.937.082</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 2.841.645.808	<b>99,46%</b>
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS	HASTA 2019	\$ 15.291.274	0,54%

<b>SECRETARÍA DE CULTURA</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Etb, Canal Capital, Carlos H Rivera: Caracol, Radio Uno Rcn y otros</b>	<b>2016</b>	\$ 986.185.279	
<b>ETB, CANAL CAPITAL, Información de medios sas</b>	<b>2017</b>	\$ 760.227.705	
servimedios	2018	\$ 981.716.308	
Canal Capital, Siglo Data Sas	2019	\$ 673.254.547	
<b>CONTRATACIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 3.401.383.839</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 3.401.383.839	<b>100,00%</b>
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS	HASTA 2019	\$ 0	0,00%

<b>TRANSMILENIO</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
335-2017 Agencia: IMPRENTA NACIONAL	2017-2019	\$ 11.995.838.850	
374-2017 Agencia: CANAL CAPITAL	2017-2019	\$ 7.500.000.000	
<b>TOTAL CONTRATACIÓN</b>		<b>\$ 19.495.838.850</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 19.437.403.076	99,70%
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS	HASTA 2019	\$ 58.435.774	0,30%

<b>SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN SOCIAL</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Imprenta Nacional 12293-2016(agencia)</b>	<b>2016</b>	\$ 730.700.196	
<b>ETB (Agencia) 7705-2017</b>	<b>2017</b>	\$ 6.243.588.172	
Century-Servimedios 7949-2018	2018	\$ 4.590.460.584	
	2019		
<b>CONTRATACIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 11.564.748.952</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 11.391.825.645	<b>98,50%</b>
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS		\$ 172.923.307	1,50%

<b>IDPAC</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Canal Capital 587 de 2017</b>	<b>2017</b>	\$ 74.767.655	
<b>Canal Capital 753 de 2018</b>	2018	\$ 192.400.000	
<b>Cristian Daniel Castiblanco</b>	2019	\$ 18.986.667	
<b>ETB 706 de 2019</b>	2019	\$ 403.666.667	
<b>CONTRATACIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 689.820.989</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 647.626.715	<b>93,88%</b>
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS		\$ 42.194.274	6,12%

<b>SECRETARIA DEL HABITAH</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Varios:Ivan Nicolas Botero, Carlos Antonio Botero, y otros	2016	\$ 825.103.960	
ETB-364-2017	2017	\$ 247.839.075	
Milenio Editores 395-2017, Competencia Plus 414-2017,	2017	\$ 1.422.462.740	
Century Media 492-2018	2018	\$ 508.879.815	
Varios: Quinta Generación 491-2018	2018	\$ 524.409.998	
ETB-503-2018	2018	\$ 627.251.125	
ut printer el Tiempo y otros contratos	2018	\$ 1.050.906.970	
UT Grupo Zea Habitah 457-2019	2019	\$ 1.060.464.582	
Contratos varios con personas para estrategias y diseños	2019	\$ 1.506.677.250	
<b>CONTRATACIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 7.773.995.515</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 7.740.151.745	<b>99,56%</b>
PAGO A MEDIOS COMUNITARIOS		\$ 33.843.770	0,44%

<b>SECRETARÍA DE MOVILIDAD</b>			
<b>CONTRATO</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>ETB (Agencia) 2016-798</b>	<b>2016</b>	\$ 5.131.809.647	
<b>ETB (Agencia) 2017-1659</b>	<b>2017</b>	\$ 6.647.485.092	
<b>ETB (Agencia) 2018-1541</b>	2018	\$ 6.140.000.000	
<b>ETB (Agencia) 2019-1341</b>	2019	\$ 8.285.233.000	
<b>CONTRATACIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 26.204.527.739</b>	
PAGO A MEDIOS COMERCIALES		\$ 26.203.516.929	<b>99,9961%</b>
PAGO A UN MEDIO COMUNITARIO		\$ 1.010.810	0,00386%

Como se puede observar se está imponiendo una forma de censura contra los medios comunitarios y alternativos a la luz del derecho internacional.

Observemos que las respuestas que han dado las entidades son similares, enunciamos por ser un prototipo la de la Secretaria de Movilidad, quienes afirman que supuestamente han cumplido con la normativa establecida por el Concejo de Bogotá al otorgar la suma de un millón de pesos, cuando se han gastado en divulgación la suma de **\$ 26.204.527.739** (veinte seis mil millones de pesos).

Como se ha probado las diferentes entidades violaron el derecho a la democratización de la pauta oficial denominada gastos de divulgación de la gestión pública, afectando los derechos que les asiste a los medios comunitarios y alternativos de Bogotá. Todo esto nos lleva a afirmar que el 99,9% de los gastos de divulgación de la gestión pública se ha adjudicado a los medios comerciales, lo cual requiere del Concejo de Bogotá en su facultad legal establecer los criterios básicos que salvaguarden los derechos.

Una Comisión a nombre de los medios comunitarios y alternativos, desea dialogar con Usted a objeto de poder ampliar la información y lograr concertar posibles soluciones.

A la espera de una respuesta,

Con especial atención,


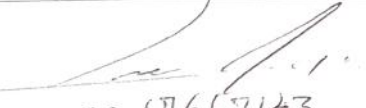

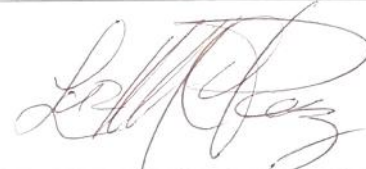


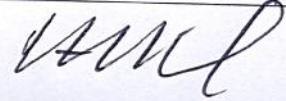
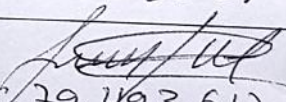
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ**

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
REVISTA LGBT / PERIÓDICO SOMOS MAYORES ROBERTO QUIROGA B.	Roberto Quiroga B. 19.268.047 Btz <sup>A</sup>
Canal Mecca Tv. Martha Esperanza Cañón Parra	Martha Cañón P. C.C. 23'494.682.
EMISORA Rait Comunicaciones SONIA CHAPARRO RODRIGUEZ	Sonia Chaparro Rodríguez C.C. 51.575.375
Emisora Ordimbre. Org. Maria Yomile León Suarez.	M. León S. C.C. 47.667.646.
Revista de género SKIND'S Niky Alexandra Piedrahita G.	Alexandra Piedrahita G. C.C. 1.010.229.469
Magazín Integración Jose Fco Gonzalez R.	Jose F. González R. C.C. 13807389
EMISORA PLANETERRA ALEX PIEDRAHITA	Alex Piedrahita 86043918
EMISORA CA 5° Jimmy COBRADO	Jimmy COBRADO 7981529

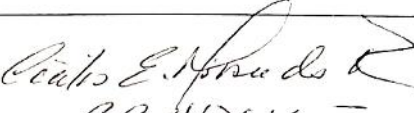

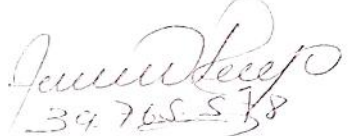

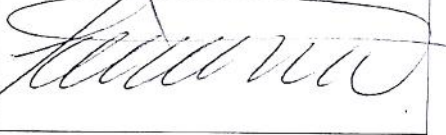

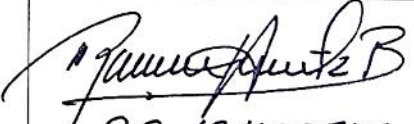
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ**

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
SXXI. NET MARIO SORIANO	 cc 200715
CLARIN de Colombia J. MANUEL ARANGO C.	 cc 17667143
Medios Surpuri Seando Saquero Ortega	
Periódico El Esfuerzo de la Salud. Luz Marina Cardenas	
24 HORAS. RADIO Javier Cardenas C.	
TELESAUD Y DERECHO ALFONSO RIFE RODRIGUEZ	
Periodico Tr24 horas de Usme Alvaro Martinez P.	 cc 14224067
Hola Coordinadora Jaivo Patarroyo Martinez	 c.c. 79.493.617

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
Cecilia Elena Miranda Rueda Medio: Conectarte Usaquén Revista Virtual P.	 C.C. 41764661
NELSON JULIÁN VILLAMIZAR Medio: PERIÓDICO PROCLAMA.	 C.C. 49 277238
Silvia Yohana Rayo Cortés Medio Block Juvenil	 39.768.578
María Alejandra Pérez Telemoroso Canal 55	 10123371569
George William Caicedo V Santel Radio & TV	
Periodico El Barrio Emilio Gaviria	 19318350
Bogotá Social Televisión y www.Bogotasocial.org Rodrigo H. Acosta B.	 C.C. 19.439.747



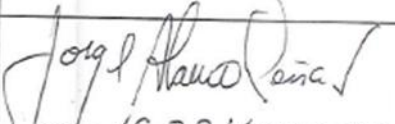
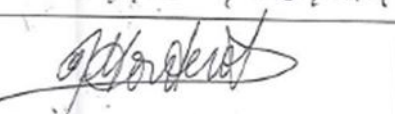
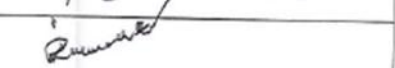
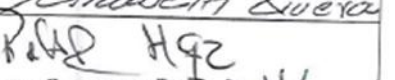
MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
<p>Luz Yolanda Bernal Comunicación Lybi</p>	<p>Luz Yolanda Bernal 41713293 Bogotá</p>
<p>GONZALO GERMÁN N. VALDERRAMA CRISTIANOS</p>	<p>[Firma] 19463942</p>
<p>Daniel Pérez S Creando Mundos Audiovisuales</p>	<p>[Firma] 80216563</p>
<p>Fredy Navarro tatagua.com</p>	<p>Fredy Navarro 74579275 B12</p>
<p>AntorchadePosts.com Hernanda Chibbolas Lagos</p>	<p>[Firma] 19410504</p>
<p>En El Medio Director Luis Ernesto Rodríguez</p>	<p>[Firma] 19237767 Bogotá</p>
<p>LITEMAR María Alicia Cortés Silva</p>	<p>[Firma] 20381368 Cacho</p>
<p>FRAYS FILM. FRAY RAYO GIRARDO</p>	<p>[Firma] 5878037. Tol</p>

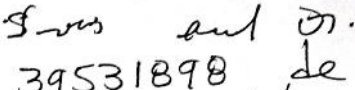


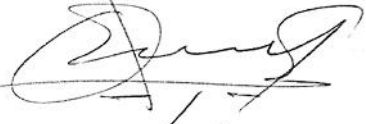


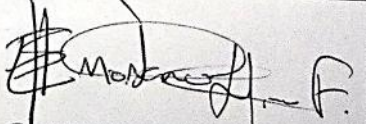

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

	NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
	Jorge Alvaro Peña Leon FUTBOL AFICIONADO Periódico	 CC 19234639 BTA
	OSCAR ALVARO MONTERO ARANA Periódico AVANCE	 C.C. 19057166 Bta
	MARTHA CEPEDA PEÑA Jorge E. Gil Connales Periódico San Victorino	PERIODICO San Victorino CCF 21.070.586
	Raul Mora Niño Colectivo radial lluvia de girasoles Periódico	 C.C. 79.337.667
	FIAN MARÍA ISMAEL 2274951236 Fundador-Productor @mudeboboti. @mudeboboti @mudeboboti	
	Gabriela González C.C. 79945428 REDNETA RADIO	Gabriela González
	Elizabeth Zuera Costañeda Periódico El Retator ciudad de Bogotá	41701943 Bogotá 3013323830 Elizabeth Zuera
	www.ReddesarrolloyPAZ.org RICARDO HENRIQUEZ ESTEBAN	 CC 51672214

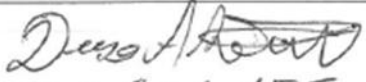



MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
EL USAQUE DORIS LEAL QUINYANA	 39531898 de Bogotá, D.C.
Tejiendo Cultura Vladimir Montero	 19.218.165
Revista Usaco - Electro Audiomática Ornelis Eduardo Cortés R.	 3.229.222
OSCAR SILVERA DE LOS REYES EMISORA COMUNITARIA LA NORTE FM 94.4	
CARLOS ANDRÉS VILLADIEGO PÉREZ	 3043682486
María Fernanda Sarmiento Pineda Revista +1 Una mujer	 3115728552
Jaime Esteban Montaña Castro. Periódico Voces Regionales Luis Jaime Montaña fernandez	 3057613542
ALFONSO RIPPE RODRÍGUEZ REVISTA RUMBO AL CAMBIO	 222228677

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA DE BOGOTÁ

(Firmas comunicación al Concejo de Bogotá)

	NOMBRE DEL MEDIO Y DEL DIRECTOR	FIRMA Y CÉDULA
	Canal Asoamigos television Diego. A. Llerano. P	 79.691.155 BTA
	 RADIO ALTERATIVA Ravimón Parra	 80235097
	LA OFERTA RADIO Lucio Guillermo Mora Mora C	PO/Lucio Guillermo Mora 13060735 fujerres. N.
	Helena Vianey Foscolón Meridiana 20	 1033080854 Bta