



Vigilada Mineducación

La Asignación De Recursos A Los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín: Actores, Política Pública Y Tensión

Andrés Esteban Arboleda Gómez

Trabajo de grado

Asesor

Néstor Julián Restrepo

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE FINANZAS, ECONOMÍA Y GOBIERNO

MAESTRÍA EN GOBIERNO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

2022

Tabla de contenido

<i>Introducción</i>	3
<i>Planteamiento del problema</i>	4
<i>Revisión de literatura</i>	6
Asignación de recursos públicos: entre el Estado y la descentralización	6
Comunicación pública: ejercicio necesario en una democracia horizontal	7
Participación ciudadana: acciones y deliberaciones	10
Medios alternativos, ciudadanos y/o comunitarios: entre el concepto y la acción	12
Medellín: barrios comunicativos pero distintos.....	16
<i>Propuesta metodológica</i>	19
Diseño.....	19
Estrategia de recolección y análisis de información.....	20
Tabla metodológica.....	23
<i>Hallazgos y resultados</i>	24
Una Política Pública tardía: MAICC y Medellín	24
Actores en la Política Pública: Los MAIC en Medellín.....	24
La institucionalidad: interés en promover	25
Antecedentes de una política	26
Propuestas.....	27
Quién mira a quién: percepciones al interior de la política pública	28
Percepción de líderes:	28
Percepción de la Alcaldía.....	30
Comparación funcionarios y MAICC: entre lo legal y los intereses	32
<i>Discusión</i>	34
<i>Conclusiones</i>	35
<i>Anexos</i>	39

Introducción

La asignación de recursos públicos comprende buena parte de las esferas que componen el Estado y su relación con la ciudadanía. Al ser un Estado Social de Derecho, el Estado Colombiano, a partir de su soberanía, debe velar por el bienestar general de su población, determinando acciones que busquen mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. De ahí que, por ejemplo, los recursos públicos sean destinados para el desarrollo de la cultura, la infraestructura vial, la educación pública, y demás componentes que permitan fortalecer la vida en sociedad.

Uno de los componentes que sin duda fortalece la vida en sociedad, tanto por su importancia política como por su ejercicio de ciudadanía, son los medios alternativos de comunicación. El ejercicio de la opinión pública y la participación en el debate son garantías para que Colombia, que se declara como un Estado democrático, mantenga dicha convicción. Los medios alternativos, al nacer en contraposición a los tradicionales o hegemónicos, emergen de las periferias y sitios que necesitan informarse, incidir y movilizarse a partir del acto comunicativo. Por eso, generan estrategias y se organizan en torno a debatir los temas concretos de sus territorios, a denunciar cuestiones económicas o sociales que pueden cambiarse desde la institucionalidad. Así las cosas, los recursos públicos también son destinados al fortalecimiento de los medios alternativos y ciudadanos, que permiten la creación de ciudadanía activa en lugares apartados del establecimiento.

Los medios de comunicación alternativos y ciudadanos, entonces, pueden ubicarse al otro lado de la oficialidad, pero no necesariamente como contrarios. Hay que entender, primero, que la comunicación alternativa y ciudadana busca, como lo menciona la experta Clemencia Rodríguez (2009), que los ciudadanos, alejados de los centros de poder e institucionales, generen sus propios códigos a partir de sus propias necesidades comunicativas, lo cual permite la construcción de una ciudadanía activa. Muchas veces, como se verá en la revisión bibliográfica, los medios alternativos no cuentan con la infraestructura económica y/o política para llevar a buen término el acto comunicativo. Por ello, en vista de su importancia para el ejercicio democrático, la institucionalidad está en el deber de fortalecer el desarrollo de los medios alternativos y ciudadanos. Y es a partir de la política pública para medios alternativos como opera la institucionalidad.

Planteamiento del problema

En la ciudad de Medellín, a principios de la década pasada, emergió un intento de medios alternativos de la ciudad por crear, en conjunto con la institucionalidad, una Política Pública que enmarcara sus intereses. Es así que, a partir del año 2013, con el acuerdo 073, los medios alternativos y ciudadanos de la ciudad, junto con el Concejo de Medellín, dieron paso a dos estrategias específicas que abrieran el camino para la creación de la política para los medios alternativos: un diagnóstico hecho por la Universidad de Medellín (2015) y la Universidad EAFIT (2017), que dio como resultado los lineamientos luego de elaborar un proceso investigativo en torno a los medios alternativos y la política pública pertinente para ellos. Finalmente, en el en el 2019 se firma el decreto 2124, que junto con lo elaborado desde la academia, y varios encuentros de medios alternativos y comunitarios de la ciudad, da lugar a la Política Pública de Procesos y Medios Alternativos, independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC).

Dentro del ABC de la política de los MAICC, se menciona que está dirigida a fortalecer la democracia, incrementar la movilización social, proteger la identidad y la memoria de los medios alternativos, en respeto a su agenda común. Sin embargo, pese al intento por englobar los medios alternativos, debe reconocerse que no todos los medios, que hoy día se consideran alternativos y ciudadanos, están en las mismas condiciones ni tienen las mismas capacidades. Además, la asignación de los recursos todavía depende de un asunto formal, ligado a la institucionalidad, que genera tensiones al interior de la política y la forma en que se asignan los recursos.

Adentrarse a la asignación de recursos públicos como objeto de estudio, según lo analizado en la revisión bibliográfica, permite rastrear la forma en que la institucionalidad genera sus prioridades y se va decantando por ciertas aptitudes que permiten elegir o no el destino de los recursos. En el ámbito formal, cualquier política pública debe crear, a la hora de los concursos o las estrategias de asignación, ciertos valores y criterios que deben cumplir los destinatarios de los recursos. Existe, también, un componente político, que no es directamente proporcional a un clientelismo de los recursos, sino que hace parte de las dinámicas a observar. La intermediación que hace la institucionalidad, en este caso la Alcaldía de Medellín, debe partir de preceptos objetivos, puesto que los recursos públicos, que en parte salen de los impuestos de los contribuyentes, han de ser asignados de forma equitativa y transparente.

Tenemos, entonces, dos actores: los encargados de asignar el recurso y los medios alternativos y comunitarios, en el marco de la Política Pública de los MAICC. La interacción entre estos dos autores (MAICC y Alcaldía), en principio, se asume como tensionante, dada la carga política que tienen los medios alternativos, y, por supuesto, la intención política que guarda la institucionalidad. Además, dentro de la distribución de recursos públicos, tanto los criterios como la formulación de los resultados, hay que considerar el hecho de que los MAICC no son homogéneos ni parten de las mismas condiciones.

Los MAICC son un conjunto heterogéneo de medios, que pese a denominarse igual ante la ley, no contienen la misma historia, el mismo pasado, ni las mismas capacidades técnicas o informativas. Además, como se observará a continuación en la revisión bibliográfica, tienen intereses y particularidades según el territorio o la Comuna donde emergen, tanto a nivel de forma como de contenido; unos pueden priorizar la radio informativa, otros el reportaje de opinión, y unos cuantos la denuncia pública.

Teniendo como base el papel de los medios alternativos para la creación de una ciudadanía activa, como también la importancia de los criterios a la hora de asignar los recursos públicos y, por último, las particularidades de los MAICC, vale preguntarse ¿Qué factores intermedian en la asignación de los recursos estatales a los MAICC?

Para responder la anterior pregunta, se plantearon los siguientes objetivos específicos: analizar la política pública de los MAICC, a partir de sus etapas, actores y propuestas; comparar la percepción, tanto de los líderes de algunos MAICC como de los funcionarios públicos de la Alcaldía, en torno a cómo son asignados los recursos públicos; sistematizar los criterios de selección legal, la percepción de líderes de medios y los criterios de los funcionarios, en torno a la asignación de los recursos a los MAICC. Los anteriores objetivos específicos compondrán la sección de hallazgos y resultados.

Revisión de literatura

Investigar la asignación de recursos públicos a los MAICC comprendió ciertos retos. Por un lado, existe una extensa bibliografía que reflexiona sobre los recursos públicos, cuyos temas giran en torno al aparato estatal, clientelismo y ordenamiento jurídico. En cuanto a los MAICC, también existen estudios cercanos al monopolio de la información y el papel de los medios tradicionales. Sin embargo, no fue posible encontrar investigación alguna que intente relacionar los recursos públicos y su asignación a los MAICC. Con base a lo anterior, la revisión bibliográfica se centró en analizar ambos temas por separado, advirtiendo de antemano el vacío.

A continuación, se revisa, primero, el acercamiento a la bibliografía sobre los recursos públicos permite establecer un diálogo entre los autores que consideran, por ejemplo, la función del estado, el manejo de los recursos y la necesidad de la descentralización. En un segundo momento, la revisión de la bibliografía se centra sobre todo en los conceptos de comunicación pública y política, participación ciudadana y un recorrido por la importancia de los medios de comunicación alternativos e independientes y su impacto en el acceso a la información.

Asignación de recursos públicos: entre el Estado y la descentralización

Autores como Gómez (2003), en su tesis *La intermediación política de recursos públicos en Colombia*, priorizan el análisis de la asignación de recursos públicos como un problema político. Esto, a consideración de que, bien mirado, los recursos públicos deben ser asignados de forma objetiva, sin que los intereses políticos nublen la distribución de la sociedad entera. Por ello, desde la ciencia política, Gómez empieza, primero, a cuestionar la finalidad estatal. En rigor, el Estado es el encargado de velar por el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en general (p.9). Allí surge, para Gómez, la asignación presupuestal: las acciones y destinación de recursos debe soportarse sobre la base de ayudar al estado con su fin. No obstante, advierte el autor, el estudio de la asignación de recursos públicos acerca la mirada a los diferentes actores del medio político. No solo el Estado en pleno y el gobierno de turno son protagonistas en la distribución de los recursos. La intermediación, según Gómez (2003), es el concepto que atraviesa a los actores y el botín del Estado. Intermediación que, dicho sea de paso, es política.

La intermediación política, para Gómez, es la “acción de representar, ante una fuente o nivel superior, la solicitud y acceso de recursos para suplir las necesidades de un determinado

grupo regional o entidad territorial, bien sea representante o comunidad política” (p.11). Por ello, la asignación de recursos, si bien se presenta de forma objetiva, comprende dinámicas políticas que están, desde luego, asociada con ideologías y mecánicas políticas.

Con la mira en crear mecanismos que frenen la politización de los recursos, también hace su aporte el trabajo revisado de Zuluaga (2007), *El presupuesto público en Colombia: el presupuesto por resultados*. La autora, pone especial énfasis en el presupuesto por resultados, pues, para Zuluaga (2007), la asignación de recursos debe dejar de ser un apartado técnico de la política pública, para entrar en el ámbito de ser una herramienta que permita a los administradores y el Estado cumplir con las metas de su rol. Es frecuente, entonces, encontrar que los autores, a la hora de hablar sobre los recursos públicos, analizan también la función de los mismos y, de paso, la función estatal. Sin embargo, Zuluaga se diferencia de Gómez en un punto: la importancia de los impuestos y del papel ciudadano, no solo estatal. Para Zuluaga (2007), los impuestos dejan entrever no solo los actores inmersos en el proceso de asignación, sino cierto ciclo acordado. Los ciudadanos crean el Estado, que busca proveerlos de bienes y servicios; sin embargo, individualmente, “no están en capacidad de proveerse, ahí es cuando ejerce una opción de compra entregando a dicha institución unos impuestos con los que espera obtener una óptima combinación de esos bienes y servicios” (84).

Comunicación pública: ejercicio necesario en una democracia horizontal

Las sociedades democráticas entraron en una crisis a finales del siglo pasado. Dicha crisis, entre otras cosas, comprendía el hecho de que la democracia fue el sistema que salió vencedor de la Guerra fría, por lo cual debía ajustarse (Demers y Lavigne, 2007). Ya no debía se debía comprender la democracia desde la representatividad y el voto. Debía, eso sí, implementar estrategias que permitieran una mayor participación de todos los actores, sin importar las elecciones. Una de las estrategias utilizadas por el gobierno fue la comunicación pública, que contemplaba una variable nueva: la sociedad de las masas.

Hay que entender la democracia como la condición de posibilidad que permite el ejercicio de una comunicación pública. Dado lo explicado anteriormente, los procesos sociales a principios del siglo en curso se intensificaron, sobre todo en términos de garantías de grupos subalternos y grupos que habían quedado al margen del espectro político; esto, debido a que lo que buscan las sociedades democráticas es “garantizar la participación ciudadana desde estrategias que estimulen a las comunidades hacia la participación en los procesos de desarrollo

local” (Cuadros et al, 2015, 113). Palabras más palabras menos: las sociedades democráticas buscan integrar todos los actores con el objetivo común de atender sus reclamos. Con estos ajustes necesarios, empieza a emerger lo que Demers y Lavigne (2007) llaman Democracia de tercer tipo, que guarda una estrecha relación con la “vigilancia de la actividad mediática, lo mismo que la observación y el análisis de los contenidos de los medios de comunicación” (p. 73).

Es allí donde tiene lugar la importancia de la comunicación pública. Como objeto de estudio, la comunicación pública busca responder, según Demers y Lavigne (2007) ¿Cómo se realiza el debate público y sus temas? Ante esto, es pertinente reflexionar en torno a lo público, antes de adentrarse a la comunicación pública. Para Daniel Pecaute (2001), sociólogo francés radicado en Colombia, la noción de lo público está asociada a la semejanza de los miembros de cierta comunidad, que comparten un espacio inscrito en modelos estatales, y que ven pertinente visibilizar los debates por fuera de la política institucional. Es, ante todo, la búsqueda de un consenso de interés común, que intenta hacer de cada actor un agente social. En perspectiva, lo anterior guarda relación al concepto de comunicación, que viene del “latín *communicare*, que significa hacer común (Botero, 2006, 15). Por tal razón, puede llegar a decirse que existe una relación casi cómplice entre lo público y la comunicación.

Ahora bien, la comunicación pública tiene varias definiciones que sin embargo apuntan a lo mismo: la creación de condiciones de posibilidad para el debate democrático. Por ejemplo, una de las definiciones usadas por Cuadros, Arias y Valencia (2015), hablan de gestionar estratégicamente las participaciones democráticas, en proyectos de desarrollo de las diferentes comunidades “ya que esta permite conjugar los sentidos de la sociedad, gestionarlos en su diario vivir y ponerlos en común, en su dimensión social, con el fin de movilizar la sociedad hacia el logro de los propósitos colectivos” (p. 113). En ese orden, es posible agregar lo explicado por Demers y Lavigne (2007), quienes reflexionan sobre todo en el fin de la comunicación pública, cuyo aporte democrático es ayudar al debate público, preocupándose sobre todo por sus condiciones de existencia. Sumado a lo anterior, podríamos agregar la definición de Botero (2006), quien agrega la idea de la importancia de que la comunicación pública permite que los actores sociales expresen sus opiniones sobre lo político. El objetivo es desarrollar la “competencia y circulación de sentidos que la sociedad reconoce y tramita en su agenda” (Botero, 2006).

Con todo, las anteriores apreciaciones expuestas tienen algo en común: la intencionalidad de la comunicación pública es desarrollar las condiciones que permitan un debate amplio, que permita el diálogo entre actores y tramite los cambios que necesita la ciudadanía. Es, como bien sostiene Botero, la marcha de procesos de concertación a partir del consenso y el disenso, que tiene por objetivo propósitos colectivos. Sin embargo, dentro del ámbito de la comunicación pública, existen estrategias utilizadas, dado que, ante todo, es un proceso estratégico que busca generar puentes entre los gobernantes y los gobernados.

Una de las estrategias, explicada por Cuadros, Arias y Valencia (2015), es la comunicación macrointencionada, cuyo objetivo es, a partir de interpretaciones generalizadas, poner en el acto comunicativo elementos básicos como emisor, receptor y el proceso, con finalidades asertivas. Esto entra en cuestiones bilaterales, que son necesarias en un contexto democrático. La bidireccionalidad va muy de la mano con la macrointención, ya que se espera una “interacción fluida, con respecto a temas que tienen relevancia para la sociedad o que son de interés público. Para que se de esta bilateralidad productiva, Cuadros, Arias y Valencia (2015), proponen los siguientes pasos; identificación de la situación, identificación de los actores en cuestión; dialogar con gestores o encargados de la comunicación en ambos lados; trazar objetivos y definir alternativas posibles; y, por último, ejecutar (p. 116). Lo anterior es conjuntamente conocido como el modelo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar”, que es un modelo básico que busca orientar procesos de comunicación pública de manera estratégica.

Con todo, la cuestión de los actores parece tener mayor relevancia en la comunicación pública. Las organizaciones públicas, digamos, deben mantener una “comunicación continua con la sociedad, y en ese sentido es importante que desde estrategias como la rendición de cuentas se propicie el involucramiento de a la ciudadanía en la toma de decisiones” (Cuadros, Arias y Valencia, 2015, 116). Entender que el Estado es otro actor, hace parte de la intencionalidad de la comunicación pública. A su vez, el desarrollo de una comunicación horizontal y asertiva es uno de los objetivos, dado que, si no existen las condiciones de posibilidad y un respeto mutuo, es poco probable que se dé asertivamente.

Los procesos de comunicación pública revelan la necesidad de generar espacios de concertación entre distintos actores que permita un buen término del ambiente democrático. Por ello, existe un “proceso casual”, como lo denominan Cuadros, Arias y Valencia (2015, p. 112), entre comunicación pública y participación ciudadana. Es una relación triangular entre lo político, lo público y la comunicación. Por tal razón, entender el significado de participación

ciudadana, que se desarrolla a continuación, permite profundizar en la relación que tiene el Estado con distintos actores, a partir del acto comunicativo.

Participación ciudadana: acciones y deliberaciones

Dentro del ámbito democrático, la participación juega un papel central: todos los individuos, en los que recae la soberanía estatal, debe poder participar, como derecho, en las decisiones que afecten su bienestar. Sin embargo, con la democracia representativa, el acto de votar ha tomado la delantera en los procesos democráticos: se entiende, por momentos, que democracia es sufragar en las elecciones. Al respecto, autores como Cuadros, Arias y Valencia (2015), defienden la idea de que la participación ciudadana es el “involucramiento” de los ciudadanos en los procesos de “toma de decisiones, concertación, planeación, encuentro comunitario en temas relacionados con los derechos sociales, políticos, culturales y comunicacionales” (p. 114). El fin, como lo sostiene Mateos (s.f), es transformador, pues busca encaminar a la transformación de las condiciones o a exigir ciertos cambios. La votación tiene otro fin, dado que excluye otras formas de participación, como de desobediencia o las manifestaciones.

A pesar de lo anterior, las condiciones de la participación ciudadana deben darse en el marco de las garantías estatales. Como lo menciona Cuadros et al (2015), es importante que “las instituciones públicas generen y mantengan las condiciones para que se dé la participación a partir de la apertura de espacios y el tratamiento en igualdad de condiciones”. Respecto a lo anterior, existen autores como Narváez (2001) quien asegura que en todo Estado democrático existen privilegios de clase, es decir, existe el mito de la participación política en el papel. Las variables que pueden hacer más dificultoso el acceso al poder deliberativo son: “las coyunturas, los problemas acumulados, el interés económico y la posición social” (p. 71). Por tanto, hay que tener sobre la mesa que no todos los actores cuentan con el mismo poder de agencia, y es deber del Estado buscar estrategias para posicionarlos.

Es importante construir y criticar la democracia si se habla de participación ciudadana. El falso imaginario, como lo sostiene Borja et al (2017), de las condiciones democráticas iguales para todos, imposibilita que los ciudadanos puedan incidir en el curso de los

acontecimientos políticos. Por ello, la representatividad emerge de poderes centralizados que desconocen el accionar colectivo y reduce la ciudadanía a unos ciertos grupos o tiempos políticos (las votaciones, para no ir más lejos) (Borja et al, 2017).

Una vez expuesto lo anterior, es importante profundizar sobre los tipos de participación ciudadana. Por ejemplo, Rodríguez (2008) distingue tres dimensiones, a saber: la dimensión nominal, la relacional, y la real. La nominal, por su parte, se encarga de los ciudadanos y procesos de mecanismos de elección, que tienen lugar en un dialogo social temporal; la relacional, hace referencia a las instituciones públicas y su relación con las ciudadanías; la real refiere sobre todo a involucrar a los ciudadanos en la toma de decisiones y movilizar espacios de concertación. Superando el debate de lo representativo, es menester, a la par de la sistematización anterior, comprender otros tipos de participación que no son tenidos en cuenta por Rodríguez. Los autores Delfino y Zubieta (2010), exploran el tipo de participación política no convencional, cuyas expresiones son, ante todo, actos de desobediencia civil y manifestaciones ciudadanas; convencional, que está dentro del marco de la legalidad, y busca herramientas institucionales; y la directa pacífica, que son actos de hecho sin ningún quebrantamiento de la ley.

Hay que entender, por ejemplo, que los movimientos sociales son aquellos que muchas veces no marchan al ritmo de los tiempos políticos institucionales. Este actor, que es de gran trascendencia para la democracia que busca superar la democracia que se reduce a las votaciones, genera también procesos participativos que no necesariamente pasan por órdenes y controles institucionales. Lo anterior lo plantean Borja et al (2017) quienes afirman que “la participación de los sectores no normados, aunque esté enmarcada en un territorio nacional, no necesariamente atiende a regulaciones del Estado” (p. 259). En últimas, estos actores dinamizan el proceso democrático, ya que ponen en disputa y ayuda a pensarse dentro del acto democrático. Además, dentro de la comunicación, están relacionados con los medios alternativos, ya que no pertenecen, necesariamente, al ámbito institucional y, también, buscan procesos participativos alternos. Permiten dejar de circular el error de que la opinión pública que circula en los medios es la opinión pública de la democracia (Narváez, 2001). Y los medios alternativos son una parte imperativa de la democracia, dado su carácter alejado de lo tradicional, de lo monopólico.

Medios alternativos, ciudadanos y/o comunitarios: entre el concepto y la acción

Gracias a la revisión bibliográfica respecto a los medios de comunicación alternativos, emergió cierto problema terminológico: son alternativos, comunitarios, populares o de base. Varios autores, en sus escritos, se pronuncian sobre esta dificultad semántica, que sin embargo guarda una estrecha relación en cómo se conciben y desde qué punto se nombra. El lugar de enunciación suele importarle a varios autores consultados.

Por ejemplo, existe una tendencia a ciertos autores como Corrales y Hernández (2009), Chacón (2016) y Trujillo (2016) en referenciar el texto de Clemencia Rodríguez (2009), considerada como un clásico en cuanto a su concepto *Medios ciudadanos*, que intenta alejarse de lo comunitario, alternativo y de base. Por ello, el texto de Rodríguez permite un acercamiento riguroso, que integra preceptos de la ciencia política, para analizar el nacimiento de aquellos medios opuestos a lo tradicional, pero que no se explican a partir de dicha oposición. Rodríguez, al buscar cierta genealogía del término medios ciudadanos, expone el trasegar del final del siglo pasado, que bajo la orden de la UNESCO, quiso crear el Informe Mcbrude, que demostró, entre otras cosas, “que la mayor parte del tráfico mediático global estaba controlado por unas pocas corporaciones transnacionales de medios de comunicación en Estados Unidos, Europa Occidental y Japón” (15). Con todo, pese a no funcionar las recomendaciones y los acuerdos del informe, era inevitable que emergieran medios alternativos, sobre todo en América Latina, cuya desigualdad y monopolio de la información es imperante. Lo que se buscaba, de forma primigenia, es que los nuevos medios se alejaran del modelo vertical, dice Rodríguez (2009). Sin embargo, conforme avanzaban la proliferación de los medios, iba quedándose atrás la conceptualización de lo mismo. Atenta a este avance sin precedentes, Rodríguez busca cierta conceptualización en Chantal Mouffe, politóloga feminista que reflexiona, ante todo, de la democracia y la ciudadanía.

Lo que busca Rodríguez con el término medios ciudadanos es adaptar las reflexiones políticas de Mouffe a la dimensión comunicativa. Por ello, cuando Mouffe habla de ciudadanía, no se refiere específicamente al ámbito de las votaciones y la representación política, sino a partir de “su potencial para desencadenar procesos de cambio social” (p. 18). Es decir, una visión activa y potencialmente transformadora, y no pasiva y conforme a la institucionalidad establecida. Sin embargo, Rodríguez es clara: no es lo mismo el medio alternativo al medio ciudadano. Lo alternativo, muchas veces, que no todas, “define a los medios tanto lo que no son (...) en vez de hacerlo por lo que en efecto les es específico” cuando no lo posiciona en

un “estatus menor” (18). Por último, Rodríguez (2009) hace referencia a la importancia de las comunicaciones, ya que al ser ciudadanas y partir de las comunidades, las personas involucradas generan espacios con propios lenguajes “códigos, signos y símbolos, y adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos”.

Bien mirado, Rodríguez (2009) es un referente a la hora de conceptualizar los medios alternativos, comunitarios y ciudadanos. Además, analiza un punto que otros autores como Buitrago, Betancur y Zuluaga (2016) contemplan. En su artículo *Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social*, Buitrago (2016) llama la atención no solo en las fórmulas terminológicas, sino también en la propuesta política de los medios de comunicación alternativos y ciudadanos; propuesta que también va de la mano con Rodríguez al hablar de la creación de códigos y de una comunicación activa.

Situados en el contexto colombiano, Buitrago, Betancur y Zuluaga (2016), proponen los medios comunitarios y alternativos como actores indispensables en la construcción de ciudadanía, empoderamiento y participación social. Los autores parten del conflicto armado interno de Colombia para esbozar cómo, con tácticas propias de la guerra, la comunicación interna entre la población víctima se ha visto afectada. Por ello, sostienen que “la comunicación sobrepase a los medios, viéndolos no como fin, sino como proceso que trasciende lo técnico y lo tecnológico como herramienta” (88). Esto, debido a que el medio en sí mismo no funciona, por más inversión que lleve a costas. La misión de los medios comunitarios, para los autores, desborda el ámbito mecánico de informar. En una guerra irregular como la colombiana, la sociedad civil se ve golpeada a tal punto que el sentido de convivencia, entre las partes, pierde razón de ser: “el miedo reprime las iniciativas comunitarias, la acción política y hasta la defensa de los derechos propios” (p. 92). Los autores citan a Oviedo (2015), al referirse a la gente en comunidad, las cuales, mientras viven escenarios en conflicto, pierden su capacidad de socialización y, de paso, del habla, pues al no tener posibilidad de habitar ciertos espacios, se dedican y se recluyen en sus casas en silencio (p. 18). Esto, por supuesto, afecta el ámbito de las comunicaciones.

Buitrago, Betancur y Zuluaga (2016) no son ajenos al debate terminológico descrito en los primeros párrafos de este segmento. Saldan el problema de lo alternativo y/o ciudadano, cuando hablan que todo medio alternativo, indiscutiblemente es comunitario, pues parte de las necesidades locales y de la comunidad, en contraposición de lo establecido, pero no halla su razón de ser en esta oposición. Aluden, también, a la dificultad de hablar de medios ciudadanos,

siendo que el término de ciudadanía, muchas veces, guarda cierta connotación sensible: aquellos ciudadanos que no pertenecen a algún país, migrantes, extranjeros y que no buscan pertenecer al Estado, no entrarían en esta definición.

En la misma línea de la participación política en la comunicación alternativa, el artículo de Corrales y Hernández (2009), tiene una visión latinoamericana, muy de la mano con propuestas anteriores encaminadas a la participación activa. Los autores, saldan, primero, la búsqueda terminológica: no profundizan mucho en sí es comunitario o alternativo, sino que definen lo alternativo como “aquella (comunicación) no autoritaria que surge de la necesidad de comunicar la realidad de la vida social” (p. 5). En esa línea, conjuga la visión activa de la comunicación: la comunicación alternativa como forma de “exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico”(p.8). Además, menciona algo un poco alejado de las propuestas investigativas anteriores: América Latina como foco de comunicación alternativa, dada sus diferentes posiciones epistemológicas (teología de la liberación, pedagogía popular). No es casual, entonces, que América latina, sumando a lo anterior, viviera también una época donde la comunicación alternativa era la única opción ante las dictaduras y el autoritarismo. Es, como mencionan los autores, una forma de “abordarla como componente histórico enraizado en la cultura popular” (p. 11).

Corrales y Hernández (2009), pese a apostarle a la comunicación alternativa, también buscan sistematizar ciertas falencias y críticas sobre la comunicación no tradicional. Entre las más pertinentes, están, primero, falta de credibilidad, pues al ser medios creados por individuos ajenos a los medios tradicionales, suelen volverse dudosos y tendenciosos; segundo, el origen regional que muchas veces se ve politizado, por no decir con falta de crítica interna; y tercero, la contradicción desde el origen, puesto que a pesar de ser alternativos, buscan alcanzar una mayor audiencia, lo que los hace susceptibles al orden preexistente (p. 19).

Con todo, en la revisión bibliográfica también se hallaron casos particulares, los cuales permiten asentar un poco las reflexiones teóricas y conceptuales anteriores. El artículo de Juan Chacón (2015), *Características de los medios comunitarios y alternativos de Bogotá-Colombia*, busca investigar el periodismo en dos localidades de Bogotá, con el fin de elaborar un panorama de los medios y su relación comunitaria. A partir de un enfoque cualitativo y de estudio de caso, la investigación se centra en la localidad de Suba y Chapinero, cuyo territorio ocupa buena parte de la capital, además de contener medio tanto escritos como de onda larga.

En términos de línea conceptual y metodológica, el autor parte de los presupuestos de la comunicación activa propuesto por Rodríguez, esbosado en párrafos anteriores. Sin embargo, la ruta teórica está estrechamente ligada a lo contrahegemónico, “que buscan una transformación social, una comunicación para el desarrollo y el cambio social que contrarreste las posiciones unidimensionales de las problemáticas colombianas” (p. 67). Esto último, resulta una novedad conceptual respecto a autores anteriores, y hasta aterriza las conceptualizaciones de la comunicación ciudadana de Rodríguez.

Una de las conclusiones a las que llega Chacón (2015), es que los medios de comunicación alternativos buscan desarmar varios vicios de los medios tradicionales. Por ejemplo, “ese afán por el espectáculo, por hacer de un simple hecho un acontecimiento que otorgue ganancias” (72). Por ejemplo, ciertos acontecimientos, que al no tener mucho que ver con las comunidades, no tiene por qué entrar dentro del consumo comunicativo. Interesa, por ejemplo, lo que más cerca suceda, pues los afecta directamente. Ocuparse de problemas internos, como la delincuencia juvenil, la búsqueda de empleo, la escasez de los alimentos, suelen ser pertinentes para las comunidades de ambas localidades, y hasta es un incentivo para crear comunidad (73).

Otra de las conclusiones del trabajo de Chacón (2015), tiene que ver con los géneros que tienen mayor audiencia y que funcionan, en mayor medida, a los medios comunitarios. Por ejemplo, los segmentos de opinión y entrevista, buscan que a la comunidad genere empatía con lo que leen, y hasta que se vean en lo que cuenta un medio local permite, por un lado, acercar los vínculos y fortalecer la identidad con el territorio. Esto se ve, también, en los segmentos de crónica, que “matizada por un lenguaje coloquial y popular, con casos de la vida cotidiana que acercan a las comunidades” (79), sirven para crear una mesa común y dar debates al interior de la localidad.

En cuanto a la utilización de las TIC, el artículo de Chacón (2015) demuestra la importancia de las redes sociales como herramienta de alcance y de revisión constante. Sin embargo, estas generan retos, pues son “fronteras limitadas”, debido a que no todos cuentan con acceso a internet hoy día. Para esto, la radio sigue mostrándose como un medio mediante el cual se genera información que sirve para captar la “opinión pública, por lo cual su poder en el medio nacional es inmenso: las radios comunitarias son el canal de acceso a la información alternativa” (p. 80).

Medellín: barrios comunicativos pero distintos

La ciudad de Medellín, dada su particularidad histórica, ha sido investigada en torno a los medios alternativos, y el impacto de éstos en la relación gobierno-ciudadano. García (2018), en su artículo *Configuración de una ciudadanía comunicativa en Medellín, Colombia, 1990-2010*, elabora un diagnóstico que sirve como antesala al impacto político que tiene la comunicación en la ciudad de Medellín. Habla, primero, de la Política Pública de Medios alternativos independientes, comunitarios y ciudadanos, que nace en vía de fortalecer la democracia, incrementar la movilización social, proteger la identidad y “robustecer las redes y una agenda común” (p.135). La autora reconoce, por lo demás, que el desarrollo de dicha política da en el clavo tarde, pues los medios alternativos en Medellín tienen un amplio trasegar en la cultura comunicativa de la ciudad.

Los barrios, que son donde confluyen la acción comunicativa en Medellín, generan medios alternativos que buscan mejorar las condiciones de vida. Para García (2018), en vista de la política pública emergente, vale preguntarse por los hechos y las circunstancias que dieron pie a que, en su momento, “haya una discusión acerca de los procesos de comunicación en la urbe” (135). En su momento, la investigación realizada por la autora arrojó que fue gracias a la constitución del 91 que se dieron procesos de trabajo barrial desde organizaciones sin ánimo de lucro, a saber: ONG. La Carta Magna habilitó, en palabras de García, el escenario para que las ONG 's se visibilizaran en la esfera pública, pues buscaban un mejoramiento del tejido social, cuyo estado no era el mejor, por consecuencia del narcotráfico y la violencia política.

Con todo, fueron dos las ONG que empezaron a impulsar los movimientos barriales en torno a la triada paz-comunicación-ciudadanía. Por un lado, Fundación Social y por otro Corporación Región. Estas ONG, además de impulsar el sentido comunitario, también permitieron la acción comunicativa intencionada, un concepto clave en el artículo de García. La acción comunicativa intencionada, entre otras cosas, apuesta por los medios de comunicación en sí mismos, pues suelen ser “la posibilidad de expresión que brindan, contar su vida y ser vistos” (151). Lo anterior, en términos comunicativos, permite una horizontalidad del reconocimiento; y en términos políticos, permiten una apropiación de lo común al saberse identificado y tener voz. Otro de los puntos neurálgicos de las ONG , fue el desarrollo de procesos de investigación desde la memoria, dado el marco comunicacional que esto permite. Por un lado, el reconocimiento, el perdón y la reparación; por otro, la oportunidad de contar el relato (García, 2018).

El anterior artículo de García abre la oportunidad temática de la paz, una preocupación constante en la bibliografía consultada. Por ejemplo, el artículo de Castellano et al (2017), *Resolución de conflictos para el fomento de la cultura de paz: importancia de los medios de comunicación alternos en Colombia*, habla de la importancia del paradigma comunicativo en el manejo de los conflictos. En términos teóricos, el artículo apunta a la comunicación como vaso transformador de los comportamientos negativos, dado que los neutraliza. Por ejemplo, los autores trabajan con distintos ámbitos corporativos, entre ellos, las empresas y la importancia del diálogo en la mediación de los conflictos.

Una de las conclusiones del artículo anterior, es la importancia que tiene el poder jerárquico a la hora de solucionar los conflictos. A partir de un análisis estadístico y cuantitativo, los autores llegan a la conclusión de que “mientras más bajo sea el nivel de resolución de conflictos mostrado por los directivos, menor será el nivel de fomento de una cultura de paz desde la comunicación alternativa” (p. 63).

Otro artículo que guarda relación con Medellín y la comunicación como constructora de ciudadanía, es la tesis de Eddie Vélez (2018), titulada *Viabilidad y proyección de medios de comunicación alternativos juveniles en corregimientos de Medellín*, cuyo objetivo es evaluar la viabilidad y proyección de los medios comunicativos, a partir del carácter juvenil, la estructura administrativa y comunicacional, y la sostenibilidad a largo plazo. Con una visión crítica poco común en los artículos revisados, Vélez busca no enaltecer la calidad ni el valor social de los medios de comunicación alternativos, sino acercarse a ellos como necesarios, pero también como susceptibles a la crítica. Por ejemplo, habla de un asunto ya mencionado anteriormente, y es el tema de la calidad. Para Vélez (2018) “los medios alternativos han tenido que desarrollar técnicas que permiten la generación de contenidos periodísticos de alta calidad, y para ello han debido mostrar en los últimos años interés en la identificación de buenas prácticas y fórmulas para generar calidad democrática en los medios”. Sin embargo, el autor también habla que una de las facilidades en términos tecnológicos que hoy día contamos, es la importancia del consumo sin restricción, que no obstante, los medios hegemónicos y su factor económico, quedan cortos. Por ejemplo, el autor habla de lo especializado, y por lo mismo novedoso, que pueden llegar a ser los medios alternativos (Vélez, 14). El meollo, por supuesto, es la viabilidad económica, remata Vélez.

Dentro de la revisión bibliográfica, también fue de utilidad el artículo de Mónica Valle (2012), *Medios alternativos de Medellín: Recuento histórico (1987-2006)*, que busca analizar,

en dicho espacio temporal, la incidencia y la configuración de los medios no tradicionales en la ciudad de Medellín, Colombia. La metodología que usó la autora consta de dos cuestionarios, uno a los líderes de medios alternativos y otro a sus preceptores, que bajo la entrevista semiestructurada, grupos focales, buscó reconstruir la historia de los medios alternativos en la ciudad y su impacto en las comunidades.

Una de las conclusiones que permite apreciar la línea temporal realizada por Valle (2012), es que los primeros medios alternativos que aparecen en la ciudad son televisivos. Territorios como Robledo, San Antonio de Prado, Castilla, son pioneros en el ejercicio de la televisión comunitaria. Sin ánimo de recrear la línea temporal, valga aclarar los barrios que lideran la presencia de medios alternativos por comuna (hasta el año 2012) son, a saber: La Candelaria, con 27; Castilla, con 18; Laureles, con 10; Guayabal, con 9; y Popular y Aranjuez con 8.

La explicación que da la autora a este fenómeno y proliferación de medios alternativos responde a condiciones económicas específicas. Por ejemplo, el desarrollo comercial y de servicios de la comuna, es algo característico de la comuna 10, ubicada en el centro de la ciudad, goza de una ubicación estratégica y antecedente histórico de lugar de comercio es una condición de posibilidad. Por otro lado, Castilla, cuya participación comunitaria y movimiento social interno, es percibido como gran soporte para el impulso de medios comunitarios. En contraposición, las comunas 1, 2, 3 y 4, al igual que los corregimientos, presentan un desarrollo no mayor respecto a los medios comunitarios, dado su carácter periférico.

Otro artículo que permite profundizar un poco en la agenda de medios en Medellín, también es el análisis realizado por Mónica Valle (2020), y se titula *Medios alternativos en Medellín: tendencia de los temas en su agenda*. En este artículo, Valle elabora una especie de diagnóstico, posterior a la sistematización realizada en el anterior artículo citado de la autora. Asimismo, entre sus conclusiones, Valle aconseja, dada su amplia experiencia, a que los medios alternativos sigan en su búsqueda identitaria y de generación de vínculos, pero también elaboren “redacción, informes investigativos, denuncias” (p. 249), que sirven para visibilizar, ante el gobierno local, las dificultades locales. A su vez, llama la atención en el proceso de retroalimentación del medio, cuya virtud no la tienen los medios tradicionales: generar diálogo en torno a lo que se escribe y el lugar del medio resulta mucho más práctico cuando se realiza en un territorio específico.

Otro de los artículos de Mónica Valle (2012), que permite establecer un diagnóstico de los medios ciudadanos en Medellín, se titula *Medios Alternativos de Medellín*, y establece una relación politizada, dado que menciona la importancia del alcalde (Sergio Fajardo), quien buscó promover la convivencia ciudadana a partir de una estructuración de los medios alternativos de Medellín. Habla, en términos cuantitativos, de la ecuación de los perceptores, que permite establecer un análisis de los oficios que leen periódicos y quienes escriben los periódicos. Además, la distribución por género sigue siendo inequitativa pero cuya brecha no es tan descomunal como hace cinco décadas. Una de las conclusiones -de las pocas conclusiones- a las que llega la autora, es que los medios alternativos de Medellín son espacios de socialización de diferentes actores e ideologías, son espacios propicios para narrativas y estéticas diferentes a la de los medios masivos (Valle, 56)

Propuesta metodológica

Diseño

La investigación es un estudio cualitativo, a partir de un análisis de caso, por lo que no se recurrió a datos numéricos, ni se buscó un abordaje de tipo cuantitativo o económico. Por lo que en su mayoría serán datos extraídos de entrevistas y los documentos consultados serán de tipo legales o con criterios de selección, se descarta lo cuantitativo. Se escogió una técnica de investigación como lo es la entrevista para con el fin de encontrar respuestas amplias, que permitieran tensionarse con las posiciones, tanto de los líderes de los MAICC como de los funcionarios, quienes son los actores principales en el objeto de estudio del proyecto.

¿Por qué se escogió una entrevista a los MAIC y a los funcionarios? Dado el carácter cualitativo de la investigación, la percepción de cada actor dentro de la política pública permitirá conocer la forma en que ellos entienden la asignación de recursos, como también las tensiones al interior de cada actor o entre actores. Las entrevistas realizadas fueron, primero, a Ricardo Rojas (2021), representante de la plataforma SINCO (Sistema integral de comunicaciones); Alejandra Osorio (2022), directora de medios de la ciudad; Wilmar Osorio (2022) director de la emisora Radio 2 Comuna, que opera dentro de la Corporación Ciudad Activa de la Comuna 2. Por parte de los funcionarios, la entrevista a Mónica Orrego, directora técnica de la secretaría de comunicaciones para la actual administración

Estrategia de recolección y análisis de información

Los objetivos específicos fueron creados, a modo de estrategia, para alcanzar el objetivo general. De ahí que la investigación fue pensada por fases que permitieron el cumplimiento del objetivo general. A continuación, se dará un detalle en torno a la estrategia de recolección de datos, análisis de información y las técnicas utilizadas para cada uno de los objetivos específicos.

1. Analizar la Política Pública de los MAICC, a partir de sus actores, antecedentes y propuestas.

Para este caso, los datos que permitieron la realización del objetivo fueron explorados a partir de los documentos legales arrojados en la página de la Alcaldía de Medellín, como también las disposiciones que la misma institución ha hecho al respecto de la Política Pública de los MAICC, con videos, folletos y demás comunicados.

Además, se elaboró una revisión de convocatorias anteriores, para lograr observar criterios de selección antiguos y poder dar un análisis en comparación a los de hoy día.

También fue de gran ayuda la revisión bibliográfica de Medellín y su relación con los MAICC, que permitirá conocer los impactos y la forma en que se consolidó la propuesta.

Por otro lado, varios comunicados propios de los MAICC, arrojados en las páginas web de los medios, dado que, desde el anuncio de los decretos, fueron activos.

Entrevistas realizadas a los periodistas y líderes de los MAICC, que acompañaron el proceso del planteamiento de la política.

2. Comparar la percepción, tanto de los líderes de algunos MAICC, como de los funcionarios públicos de la Alcaldía, en torno a cómo se asignan los recursos públicos dentro de la Política Pública de los MAICC.

Para este objetivo, se elaboraron entrevistas semiestructuradas a miembros de la Administración encargada de otorgar los recursos y a líderes y trabajadores de los MAICC. Las preguntas que guiaron la entrevista fueron las siguientes:

Funcionarios:

- a) Cómo es la distribución de los recursos para los MAICC.
- b) Bajo qué criterios distribuyen el recurso.
- c) Existen algunos factores que inciden en la priorización de algún medio. Si es así, cuáles.
- d) Podría usted enumerar o describir ciertas cualidades que ponen en desventaja cierto medio respecto a otro.
- e) Según su experiencia, ¿la asignación de los recursos a los MAICC tiene un carácter programático? ¿Por qué?

Miembros de los MAICC

- a) ¿Ha sentido que los criterios de selección elaborados por los funcionarios a la hora de repartir el recurso son inequitativos?
- b) Cree usted que la Política Pública de los MAICC tienen en cuenta el carácter heterogéneo de los Medios Alternativos de la ciudad.
- c) Alguna vez, en las convocatorias que usted haya participado o haya sabido, ha notado preferencia hacia algunos medios? Si es así, puede decir por qué piensa usted que así fue
- d) ¿Qué criterios o factores, para usted, determinarían la asignación del recurso? ¿Historia, logros, viabilidad económica?

Una vez realizada las entrevistas, se procederá a transcribirlas, para posteriormente analizar ciertos temas y, de forma comparativa, proceder al análisis de los resultados.

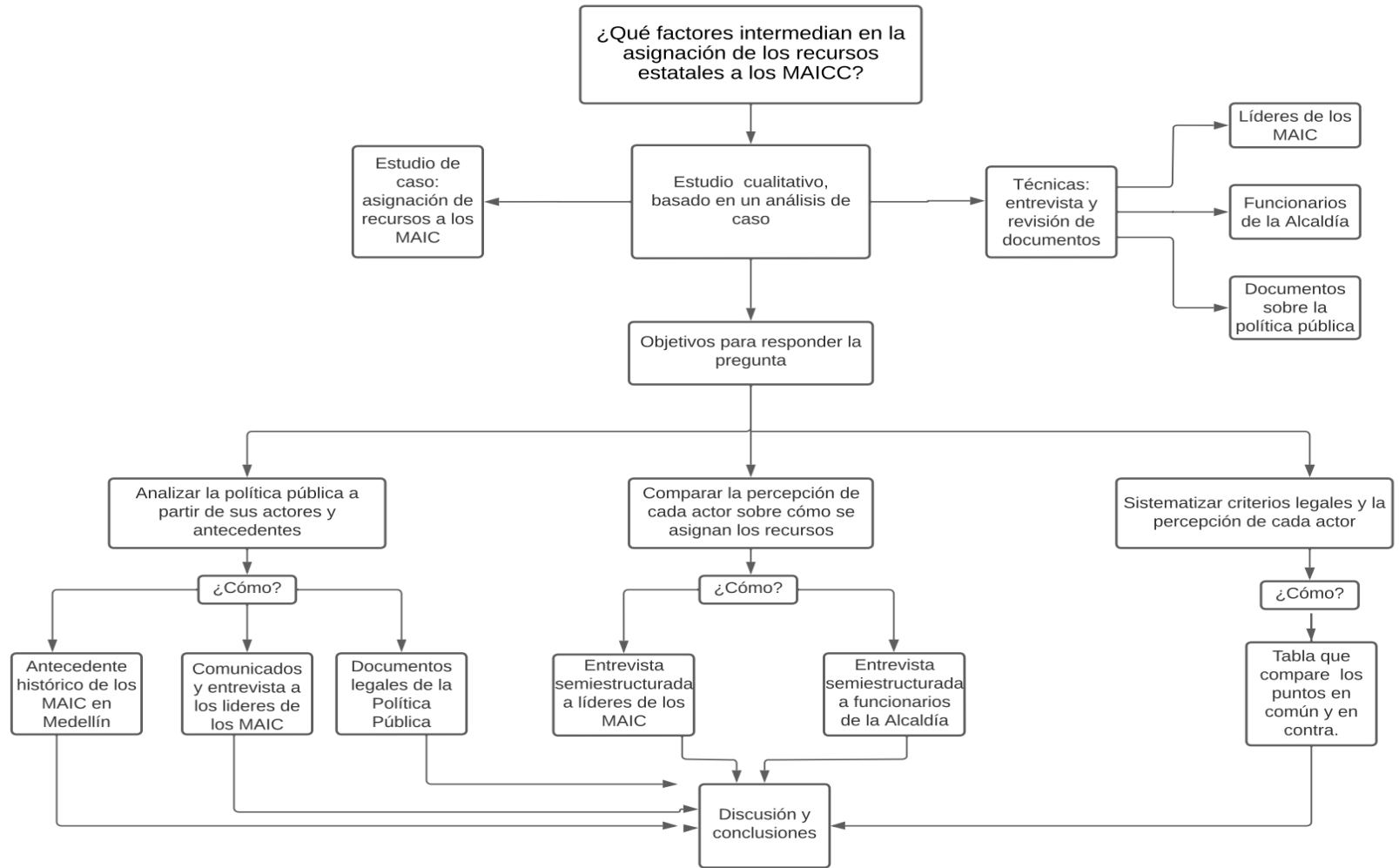
3. Sistematizar los criterios de selección legal, la percepción de los líderes de medios y los criterios de los funcionarios, en torno a la asignación de los recursos a los MAICC

En este objetivo, se buscó organizar, en un cuadro temático, con el fin de comparar tres actores: el recurso legal, las voces de los funcionarios y las voces de los MAICC.

	Disposición legal	Funcionarios	MAICC
Temas en común	Requisito	Percepción de funcionarios	Percepción de MAIC
Temas en contra	Requisito	Percepción de funcionario	Percepción de MAIC

Se procedió a revisar y analizar las entrevistas, así como tratar de categorizarlas según lo encontrado. Según el análisis, se consideró pertinente analizar puntos en común respecto a ciertos temas -economía, importancia en el territorio, valor histórico, etc.- Lo importante fue generar el contraste, ahora con lo que dispone la ley y bajo qué criterios se ha planteado en su ABC y los decretos que ha buscado defender.

Tabla metodológica



Hallazgos y resultados

En este capítulo se evidenciarán los hallazgos encontrados en cada punto, una vez fue desarrollada la propuesta metodológica. El título *Una política pública tardía*, consta del primer objetivo, cuyo fin es analizar la política pública, con los antecedentes y documentos legales; luego, el apartado de *Quién mira a quién: percepciones al interior de la política pública*, se responde el segundo objetivo, que busca encontrar la percepción tanto de los MAIC como de los funcionarios de la Alcaldía; por último, *Comparación funcionarios y MAICC: entre lo legal y los intereses*, refiere al último objetivo, que busca sistematizar lo encontrado y comparar las percepciones, tanto legales, como de intereses.

Una Política Pública tardía: MAICC y Medellín

Actores en la Política Pública: Los MAIC en Medellín

Los Medios Alternativos Independientes Comunitarios y Ciudadanos han tenido un trasegar importante en la construcción de ciudadanías en Medellín. En términos sociales, durante la revisión de literatura para este apartado, y gracias a las entrevistas realizadas, se da cuenta de que los MAICC existieron previamente al proceso de legalización, y por lo mismo han sido determinantes en el devenir de la ciudad.

En la entrevista realizada a Ricardo Rojas (representante de la plataforma Sistema Integral de Comunicaciones (SINCO), él da cuenta de los procesos previos a la institucionalización de los MAIC. Y hablamos de institucionalización porque hubo un intento por crear un aparato que coordinara, desde la Alcaldía, el proceso de los medios. Tan así, que como bien menciona Ricardo, fue realmente fácil llamarlos: lo difícil fue generar una coordinación dada la cantidad. Podemos completar lo anterior, con lo que expone García (2018) en su artículo *Configuración de una ciudadanía comunicativa en Medellín, Colombia, 1990-2010*, quien habla de una alta demanda de los medios para el año 2010. Ricardo habla, sobre todo, el momento político del 2018, con la gran alianza para los Medios, bajo la tutela del concejal Luis Alberto Zuluaga. Para entonces, como expone García, ya era algo tarde, dado el recorrido de los medios.

Sin embargo, vale aclarar que, si de actores se trata, hay que detenerse en cómo se ven a sí mismos los MAICC. Existe cierta complicidad entre el territorio como medio de disputa y las organizaciones comunicativas que se gestan en el mismo. Por ejemplo, al preguntar a los entrevistados sobre la importancia de los MAICC en la ciudad de Medellín, Wilmar Osorio (2022), director de la emisora Radio 2 Comuna, que opera dentro de la Corporación Ciudad Activa de la Comuna 2, habla de “la importancia de la información inmediata para que la gente estuviera actualizada, informada, de lo que estuviera sucediendo en la comuna y en la ciudad”. Esta necesidad de informar de forma descentralizada, dado el carácter tradicional que tienen los medios considerados grandes, cuyas noticias rigen en un ámbito más general, nace en contraposición con el contexto histórico en el que los medios comunitarios se empiezan a gestar.

La Medellín de finales del siglo pasado, fue la que más vio nacer a los medios comunitarios. Como lo aclara García (2018), es en los barrios donde confluye la mayor necesidad comunicativa, de ahí que, bajo la política nacional impulsada por la constitución del 91, los barrios y sectores marginales se vieran priorizados. Por ejemplo, distintas ONG, entre ellas Corporación Región y Fundación Social, en su momento trataron de impulsar la triada paz-comunicación-ciudadanía, que nace de la reflexión vital: “la posibilidad de expresión que brinda contar su vida y ser vistos” (151), ser vistos, por supuesto, en la ciudad bélica de los 90. Desde allí es que los medios comunitarios, bajo su propia perspectiva, son considerados necesarios para el tejido social, como lo menciona en la entrevista realizada a Alejandra Osorio (2022), directora de medios en la ciudad. Para ella, una de las prioridades es tejer puentes entre las comunas, pero también con las instituciones.

La institucionalidad: interés en promover

La institucionalidad juega un papel elemental en el desarrollo de la Política Pública, no solo como actor sino como gestora del recurso. La institucionalidad debe velar por la transparencia de los recursos, como también ser un intermediario objetivo. Si nos regimos bajo lo definido por Gómez (2013) entendemos que las instituciones son intermediarios que representan, con sus acciones políticas, al Estado. De ahí que la intermediación deba ser en beneficio de lo público, sin caer en clientelismo o en reproducir cierto poder hegemónico.

Frente a lo anterior, en la entrevista realizada a Mónica Orrego (2021), directora técnica de la Secretaría de Comunicaciones en Medellín, da cuenta de la importancia que tiene una alianza interinstitucional, que no solo descansa en un solo intermediario. Por ello, para

garantizar mayor credibilidad, se escogió en ciertas convocatorias de la Política Pública de los MAIC, a TeleMedellín, quien gestionaría la elección, como también la estrategia de entrega del recurso.

En perspectiva, analizando la entrevista a Mónica Orrego (2021), da cuenta de una voz institucional que ve a los MAICC como un aliado en la construcción de ciudadanía, mas no una visión clásica de tensión como si la tiene Wilmar Osorio (2022), director de medios comunitarios anteriormente mencionado. Para ella, los MAICC “Impactan en el fortalecimiento organizacional, administrativo, también en lo técnico porque nosotros hemos considerado la participación de los medios en este caso como ustedes los están denominando comunitarios, como un componente que se vuelve fundamental para una agenda de ciudad con actores que ustedes saben que al final del día son actores de primer nivel”. Son, al final del día, aliados que permiten construir democracia en Medellín: “actores fundamentales para el dialogo, entre los habitantes y las instituciones de gobierno”. Lo anterior va muy de la mano de las concepciones de ciudadanía activa que menciona Rodríguez, como la experiencia en cuanto a la apropiación de los simbólico -poder, cultura, economía- y es la interacción para mejorar las condiciones de existencia.

Antecedentes de una política

La decisión de preguntar a ambos actores sobre su percepción propia, como también las respuestas respecto a la percepción del otro, dieron cuenta de una relación política. Por ello, insertar los actores es pertinente si hablamos de los antecedentes de la política pública: la relación entre la institucionalidad y los medios comunitarios, por lo menos hasta el 2000, fue de ausencia. De ahí que uno de los antecedentes más recientes, mencionados tanto en la consulta a documentos, como en las entrevistas, es la alcaldía de Sergio Fajardo (2004-2007), en cuyo mandato tuvo lugar el Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo (PL y PP). Este programa, como lo menciona la entrevistada, Mónica Orrego (2021), de la secretaría de comunicaciones, “permitió invertir el 5% de los recursos municipales”.

Sin embargo, bastarían por lo menos 7 años más para que los MAICC tuvieran su propia política pública de medios. Sería en el 2013, con el acuerdo 073, que se dictan los lineamientos para la creación de la política pública. Dicho acuerdo hasta hoy resuena en el entendido de la política. Así lo afirma Mónica Orrego (2021), directora de la secretaría de comunicaciones,

para quien este acuerdo ha sido la hoja de ruta para las posteriores modificaciones: “pauta de programas, proyectos y campañas institucionales de medios comunitarios (...) en el entendido que ahí también queda incluido el acuerdo 073 de 2013”. Este acuerdo marcaría un derrotero de comunicación horizontal: si bien, como se observó anteriormente, los medios y la institucionalidad no tenían relación alguna, gracias al acuerdo empezarían una relación constructiva. El 073 propone conformar una mesa de trabajo conjunta, que será liderada por la Secretaría de comunicaciones, y otras secretarías no menores. Asimismo, propone contar con la participación de líderes comunitarios en medios. Algo que aún hoy día se mantiene.

Promulgado el acuerdo, en concordancia con el Concejo de Medellín, se dio paso a las respectivas investigaciones académicas, que sirvieron para crear un piso sólido de criterios políticos que servirían en la política. Sería la Universidad EAFIT la encargada de crear el documento base, cuyas tres estrategias giraron en torno a; primero, generar las herramientas, tanto conceptuales y prácticas, que permitan fortalecer los MAICC; segundo, más en la vía de la articulación institucional y ciudadana, promover espacios de desarrollo y actividades que permitan una comunidad comunicativa; y por último, visibilizar los MAICC, desde su incidencia en la ciudad. Con base en estas tres estrategias, que atravesarán la Política de los MAICC, se gestó en el 2019 la firma del decreto 2124, dando lugar a la Política Pública de los MAICC.

Propuestas

La Política Pública recoge, como se dijo en el punto anterior, las propuestas de decretos creados desde el acuerdo 073 de 2013. Además, gracias a la revisión bibliográfica, y a la percepción encontrada en las entrevistas, es posible decir que, de forma transversal, siempre ha estado presente una perspectiva de construcción conjunta. Por ejemplo, en la infografía de la página de la Alcaldía, puede apreciarse el papel que tienen los medios y la institucionalidad, como también el vacío y la necesidad de la Política Pública que al fin de cuentas se proyecta hacia un derecho. El derecho, desde luego, es el derecho a la comunicación y la información, que ocupa el primer lugar en las dimensiones a tratar de la Política; la segunda dimensión, va muy de la mano con promover ciudadanías comunicativas e informativas; el tercero, ya como una labor institucional, busca la incidencia de los medios y los procesos de comunicación; y el cuarto quiere velar por el sostenimiento, a largo plazo, de los MAICC.

Tal y como la Universidad EAFIT lo planteó, las estrategias fueron acogidas por la misma política pública. Por ejemplo, los objetivos específicos de la Política sugieren fomentar la producción, distribución y acceso a la información; brindar herramientas para la gestión del conocimiento; establecer los criterios que orienten la incidencia de los medios; y cuarto, apoyar la creación de más medios.

Quién mira a quién: percepciones al interior de la política pública

Durante la investigación, se optó por realizar tres entrevistas a personas involucradas con los MAICC, bien sea líderes de medio o funcionarios públicos de la Alcaldía. A continuación, se presentará los hallazgos en torno a las percepciones comunes o diferentes que tienen Ricardo Rojas (2021), representante de la plataforma SINCO (Sistema integral de comunicaciones); Alejandra Osorio (2022), directora de medios de la ciudad; Wilmar Osorio (2022) director de la emisora Radio 2 Comuna, que opera dentro de la Corporación Ciudad Activa de la Comuna 2. Por parte de los funcionarios, la entrevista a Mónica Orrego, directora técnica de la secretaría de comunicaciones para la actual administración.

Percepción de líderes:

Entre el concurso y el tiempo

Buena parte de los líderes consultados tienen una amplia preocupación por el criterio del tiempo y la experiencia, tan así que han sido capaces de proponer ciertos cambios que permita una condición más equitativa del recurso. Una de las ideas que logra articular, de forma quizá semántica, es el hecho de considerar fortalecimiento lo que en verdad es un concurso. Y aquí es donde empieza la tensión. En la entrevista, Ricardo Rojas (2021) manifestó su desagrado por el hecho de que la entrega de los recursos es inequitativa, si tenemos en cuenta el criterio de experiencia y calidad. Ponía el ejemplo, aunque jocoso, de una familia. “¿Por qué si es un fortalecimiento hay que competir contra otros medios?” se preguntó Rojas (2021), a lo que luego respondió: “cuando yo hablo de fortalecimiento, es cuando a su casa usted llega y tiene dos hijos, y cada uno tiene su respectiva pechuga. Eso es un fortalecimiento nutricional. Pero si yo llego con una pechuga y hay dos hijos y hago una rifa para ver quien se lo gana, es un concurso”, explica Ricardo Rojas (2021).

Respecto a la opinión anterior, Wilmar Osorio (2022) también encuentra cierta simpatía con esta idea. Durante la entrevista, quien es el director de medios en la Comuna 2, hablo de una percepción negativa respecto a el criterio de la experiencia. Para Osorio (2022);¿Cómo

puede competir un medio de dos meses contra uno de 5 años? ¿Por qué este medio nació de esta forma y por qué no se fortalece desde la alcaldía?”, pregunta Osorio (2022), en la misma línea del concurso, que deja a un lado a los que, por temas de tiempo o experiencia, han quedado fuera del concurso. La cuestión del tiempo, al parecer, parece ser un criterio que junto con la experiencia incomoda a los MAICC, lo cual hace sentir insuficientes los criterios.

Sin embargo, durante las entrevistas fue posible contrastar lo enunciado por Wilmar y Ricardo. Gracias a la entrevista realizada a Alejandra Osorio (2022), encontramos que existen, dentro de los parámetros del concurso, ciertas especificidades si el medio cuenta con menos años. Alejandra, directora de la mesa de medios, y quien más cercana está a la institucionalidad según pudo apreciarse, habló de una categorización de 1 a 5 años que establecen para un recurso estándar. Como también de 5 años en adelante. “Por ejemplo, en la convocatoria de Medellín Palpita, están dando 7 millones para un proyecto de un medio que tenga entre 1 y 5 años. Y están dando 25 millones para los que tengan de 5 años en adelante. Esto facilita estar categorizados y adquirir oportunidades”.

Infraestructura

Otra de las percepciones, que algunos entrevistados consideran perjudiciales a la hora de concursar, es la diferencia de infraestructura. El hecho de que la calidad sea una medición dentro de los parámetros del concurso tiene que ver, en parte, con la capacidad de infraestructura que demuestra en medio, como también en los colaboradores. Para Ricardo Rojas (2021), por ejemplo, es menester separar lo que es un medio de comunicación y un contratista de redes. “Yo le pregunto, ¿cuántos medios tienen más de cinco personas en su organización? Real, muchas veces, es solo una persona, entonces usted es un contratista más que un medio de comunicación”, aclara Rojas (2021), para quien debe existir una clara división de trabajo al interior de los medios, lo cual asegura calidad y experiencia.

No obstante, si comparamos la respuesta anterior con lo que permite apreciar Wilmar Osorio (2022), encontramos ciertas tensiones en torno a la percepción. Para Osorio, (2022) quien pertenece a un medio reducido, las convocatorias ponen muchas trabas, asegura, “que muchas veces nosotros los medios pequeños no podemos acceder a las convocatorias”. A la par, habla de la infraestructura, que parece ser un tema de alto calibre si de calidad se trata. Para Osorio (2022) existen medios que, incluso recién nacidos, nacen con experiencias altas dado a que nacen “fortalecidos, con cabinas y micrófonos para temas de transmisión”. Puede

verse, entonces, la importancia que tiene las capacidades de infraestructura a la hora de cumplir ciertos parámetros.

Transparencia

Algunos fragmentos de entrevistas a los líderes hacen hincapié en la necesidad de que el proceso de asignación de recursos sea transparente. No obstante, existe la sensación de que, pese a los criterios de selección anteriormente mencionadas, hay experiencias que indican cierto clientelismo. Por ejemplo, Wilmar Osorio (2022) asegura que en la Comuna 2 existe una hegemonía propia del territorio, que establece cuál será el ganador del concurso incluso antes de haber salido los resultados. Al respecto, comenta Osorio (2022) que en la Comuna 2 “siempre han tenido la pelea de entregar los contratos a dedo. Lo digo por lo que ha pasado con MICOMUNA. Ellos (la Alcaldía) entregaban a dedo los procesos de comunicación a MICOMUNA. Sí, han tenido experiencia y han ganado premio ¿Pero por qué no dar la oportunidad a otros medios que ejecuten esos proyectos? Abiertamente a dedo dicen yo se las voy a entregar a ellos.

Misma preocupación presenta Ricardo Rojas (2021), para quien el recurso debe darse dentro del ámbito de la responsabilidad social y transparente. No obstante, en las entrevistas realizadas, no mencionó ningún caso de corrupción o de nombramientos a dedo. Eso sí, contrario a Rojas (2021), advirtió que el recurso debe primar en términos de calidad e impacto, pero también “la antigüedad, el impacto, calidad, y de ahí tiene que salir esa destinación, porque no es fácil sostener un medio, pensarse todos los días un contenido nuevo y generar confianza”. Para Ricardo Rojas (2021), al parecer, más que la antigüedad, es aquellos que logren una mejor sostenibilidad a largo plazo. “No es dar la plata por darla, yo pienso que si se hace así se pierde la esencia y el fortalecimiento a los medios de comunicación”.

Percepción de la Alcaldía

La entrevista realizada a Mónica Orrego (2021) permitió evidenciar los intentos, tanto de criterios de selección como de proyecto político, que atraviesan la institucionalidad, en este caso, la Alcaldía. También, y más adelante se abordará el tema, la opinión propia en torno a los criterios de calidad y experiencia, que también están presentes en las inquietudes anteriormente mencionadas por los líderes de los MAICC.

Lo primero, en torno a la percepción, es darle un criterio de rigurosidad al proceso mismo. Por eso, Orrego (2021) asegura que la revisión de la trayectoria es casi tan importante como el impacto y la cobertura. Que los premios de periodismo comunitarios son importantes, sí, pero sobre todo las ideas y lo que proponen para hacer sostenible el recurso. Sin embargo, el recurso debe tenerse en cuenta términos de calidad también. Al respecto, menciona Orrego que “todavía me molesta un poco el tema de la calidad porque si bien hay unos parámetros de calidad importantes, solamente que existan fuentes contrastadas, que la información sea verás, que sea información clara. Ya sabemos que hay una técnica periodística que nos dice cómo debe ser el contenido que deben entregar los medios. Sin embargo, todavía se vuelve un poco subjetivo para hablar en términos de calidad”. Bajo este entendido, es posible generar un acercamiento a la percepción de un funcionario en términos de calidad.

Aquí también, tal y como sucedió en el acápite anterior, fue evidente la discusión en lo correspondiente a la trayectoria como medidora de experiencia. El tema de que un medio tenga más años de trayectoria que otro, genera el problema del tiempo y de la calidad. Por ello, desde los parámetros de la Alcaldía se ha venido generando cierta estrategia. Orrego (2021) habla de que lo importante no es la experiencia, sino “la estrategia que sirva para la movilización, por eso uno de los criterios es que en los tres últimos años hayan desarrollado una estrategia de movilización, porque vamos a entregar 17 millones en alguna categoría”.

Otra de las cuestiones en torno a los parámetros que menciona Orrego (2021) había sido tocada también por Rojas (2021). En lo referente a la infraestructura, Orrego (2021) también separa el hecho de las redes sociales o de un contratista, de un medio de comunicación real. “Para nosotros, las redes sociales no son consideradas medios de comunicación para nosotros son medios de apoyo, pero no un medio de comunicación como tal”. En ese mismo orden, es entendible que soliciten al medio constituido, tanto más de lo que mencionaba Rojas (2021) en el acápite anterior, en torno a la necesaria división del trabajo a la hora de ejecutar un plan de medio.

Por último, uno de los temas que mayor llamó la intención es el hecho de la propuesta de movilización, es decir, el criterio de la inventiva del medio. El objetivo es que el medio tenga suficiente claridad en lo que piensa hacer con el recurso. De ahí que uno de los criterios también verse sobre la capacidad de “explicar a través de acciones pedagogías con metodologías que sean diferentes e innovadoras”. Este apartado, por lo demás, demuestra una clara intención en promover a largo plazo el medio. O mejor: de asegurar que el recurso sea

utilizada en su mayor provecho. Por ello, al parecer, uno de los criterios es la capacidad de transmitir, de forma pedagógica, los proyectos a realizar. Una vez dicho esto, Orrego (2021) también aclara otro punto que mucho tiene que ver con el anterior: el enfoque social

Comparación funcionarios y MAICC: entre lo legal y los intereses

A continuación, y como parte del objetivo 3 “Sistematizar los criterios de selección legal, la percepción de los líderes de medios y los criterios de los funcionarios, en torno a la asignación de los recursos a los MAICC”, se propone la creación de una tabla con el fin de integrar los anteriores objetivos específicos, que emergieron durante de las entrevistas. Así, podrá compararse las percepciones, hallar lugares comunes o respuestas significativamente contrarias.

Disposición legal	Funcionarios	MAICC
Trayectoria	En las entrevistas realizadas, el criterio de trayectoria dentro de la institucionalidad lleva consigo un peso fuerte. Sobre todo, a la hora de cualificar los años, los procesos y el impacto. Como se vio anteriormente, existen varios dispositivos que permiten no excluir a aquellos medios que llevan poca trayectoria.	Ciertos miembros de los MAICC aseguran que el criterio de trayectoria trae consigo dificultades a la hora de acceder a un recurso. Además, existen medios que han nacido con mayor fuerza económica, lo cual posibilita una mejor trayectoria. Algunos entrevistados aseguran que existe una diferenciación de categorías. Uno de los entrevistados dice que no existe diferenciación.
Infraestructura física y personal	La infraestructura es un componente relevante al interior de los criterios. Por ejemplo, en el criterio para el año 2020, los participantes	La infraestructura física suele traer trabas para los MAICC. Algunos aseguran que existen medios que nacen con una fuerza

	<p>debían consignar las hojas de vida de sus integrantes. No obstante, dentro de la selección, no es marginal el hecho de poseer cabinas, imprenta, y hasta grabadoras de voz que facilitan el trabajo. Esto, pese a que no es pedido, genera mayor puntaje. Los puntajes, a su vez, pueden sumar si la hoja de vida del director demuestra gran calidad, como aseguro la entrevistada.</p>	<p>económica que facilita el pronto impacto que piden en los requerimientos de la Alcaldía. También, aleccionan a la hora de demostrar que incluso el formato puede presentar ciertas diferencias de impacto: la radio y la prensa no suelen ser, en algunos barrios, competidores iguales.</p>
Impacto		
Propuesta a largo plazo	<p>En la entrevista realizada a la funcionaria de la secretaría de medios, fue consecuente a la hora de hablar del impacto que tiene la propuesta de largo plazo. Que el medio sea capaz, a partir de la convocatoria, de expresar la forma en que gastará el recurso, como también la forma pedagógica que incidirá en que la población en general conozca por qué fueron seleccionados.</p>	<p>Ninguno de los medios hasta ahora entrevistados habló de la propuesta a largo plazo. Sus respuestas no tenían problema alguno en este punto.</p>

Discusión

Los MAIC han estado en Medellín desde principios de la década de los noventa del siglo pasado, gracias a dos componentes: la centralización que tenía la información y los procesos alternativos al Estado, sobre todo desde algunas ONG. Por tanto, una deuda histórica atesoraba la institución con estos grupos. Lo anterior, gracias a las entrevistas realizadas, es evidente por el número de MAIC existentes, cuya cifra, hoy día, no es estimable. Sin embargo, desde el principio del estudio de la política pública, como su remoto inicio con el Presupuesto Participativo de Fajardo, es evidente un interés de la Alcaldía en apreciar el papel de los medios y la necesidad de cobijarlos bajo un proyecto de interés social. De ahí que universidades como la EAFIT y Medellín, promuevan un diagnóstico, cuyo resultado es contundente: fomentar la distribución y el acceso a la información, que, si bien lo venían realizando los MAIC, necesitan una acompañamiento estatal que los fortalezca.

Si bien la política pública los tiene en cuenta para desarrollar los lineamientos, es, a fin de cuentas, una decisión plenamente institucional: no puede haber MAICC calificando a otros MAIC. Por tanto, la institucionalidad, en este caso la Alcaldía de Medellín, hace las veces de puente entre el Estado y los MAICC. Así lo considera los entrevistados de la alcaldía, para quienes la función de ellos, como ente que controla los recursos, viene a ser una intermediación lo más transparente posible.

No obstante, existen algunos medios que ven la entrega de los recursos de forma inequitativa, sobre todo en términos de transparencia. Buena parte de la institucionalidad entiende a los MAIC como una necesidad para crear ciudadanía; dado que impactan en el fortalecimiento organizacional, administrativo y en un componente de agenda de ciudad. Pese a esto, existen líderes que consideran una tensión permanente con la asignación de recursos.

No cabe duda de que las tensiones más evidentes halladas en las entrevistas y el proceso de investigación emergieron con los lineamientos de la asignación de recursos. El primer aspecto que más inquieta a los MAIC es el papel del concurso y los lineamientos que tienen que ver con el tiempo de duración, muchas veces inequitativo. Si se habla de un fortalecimiento, por qué parece más bien un concurso, por ejemplo, son algunas de las preguntas que arrojan los entrevistados. En ese mismo orden, el hecho de que un grupo esté apenas naciendo, lo deja inmediatamente al margen de poder acceder al recurso, dada que la trayectoria es mínimo. ¿Acaso, entonces, no es un fortalecimiento?

Sin embargo, los mismos funcionarios de la Alcaldía, al ser cuestionados sobre esto, son contundentes en responder que su función es brindar transparencia y hacer el recurso sea bien aprovechado. ¿Acaso no es mejor fortalecer un medio que tenga trayectoria y buscar otras opciones para el que recién empieza? Además, para la Alcaldía, existe otros factores no menos importantes que la trayectoria, en los cuales, muchas veces, los medios fallan. Cuestión como capacidad de movilizar gente, no depende mucho de la trayectoria; de hecho, en la proyección a largo plazo, tampoco la trayectoria juega un papel importante.

Por tanto, la alcaldía realiza una asignación programática, puesto que defiende los intereses que tienen por ley: garantizar el buen uso del recurso. No importa la trayectoria, pero está claro que debe tener un peso, una infraestructura que permite que los dineros públicos sean bien invertidos y proyecten un impacto.

Conclusiones

Los MAIC, al interior de la ciudad de Medellín, han jugado un papel importante en el desarrollo de una ciudadanía activa, no solo cuando fueron reconocidos por una política pública, sino incluso mucho antes: cuando emergieron como una necesidad de descentralizar la información e informar, en el menor tiempo posible, a los ciudadanos de las comunas. De ahí la proliferación de medios que se asociaron para proyectar una política pública que los cobijara. Esto, junto con la necesidad de transparencia que necesita la asignación de recursos públicos, no genera tensiones, sino necesidad de que el recurso sea aprovechable por el medio, sin importar su trayectoria o su infraestructura. Lo importante es que el medio plantee, a largo plazo, que el recurso generará un impacto.

Por tanto, buena parte del descontento de algunos MAIC está sin fundamentos. Dentro del análisis de la asignación de recursos públicos a los MAIC pudo evidenciarse que la entrega es programática, siguiendo los lineamientos de la política pública, concertada en relación con los medios y las instituciones pertinentes. El hecho de que existan parámetros de exigencia y calidad no necesariamente significa una obstrucción política para el acceso al recurso. Sin embargo, existen medios cuya percepción es tensionante respecto a dos temas: la trayectoria y la infraestructura.

La trayectoria, en perspectiva de los funcionarios, debe posibilitar el hecho de que el recurso permita desarrollar un medio, ya que vienen de los contribuyentes. Esto genera cierto

escozor en ciertos MAICC, pues aseguran que existen medios que nacen con una infraestructura la cual no es competitiva respecto a otros medios con menos ingresos al inicio. Además, el formato -prensa, radio o televisión- también genera ciertas diferencias en torno a la movilización de masas y a la recepción, que puede generar un puntaje bajo. No obstante, existen lineamientos que permiten acceder a los MAICC que inician, a cierta parte del recurso, logrando así no ser excluidos y poder presentarse después.

Como recomendaciones, es pertinente generar planes de acción que no sean por periodos tan largos, y que permitan la inclusión de los MAICC que no alcancen, por su trayectoria o infraestructura, a participar. Talleres, formaciones, actividades que los orienten en torno al tema, puede generar la diferencia. El hecho de que no sean considerados en la competitividad, no quiere decir que queden de una vez descalificados. Es pertinente que la Alcaldía desarrolle una política pública que no deje al margen los MAICC con poca trayectoria.

Bibliografía

- Zuluga, L. (2007). El presupuesto público en Colombia: hacia un modelo más eficiente de asignación de recursos, el presupuesto por resultados. Tesis para optar al título de Magister en Administración- Universidad de los Andes.
- Vélez, E. (2018). Viabilidad y proyección de medios de comunicación alternativos juveniles en corregimientos de Medellín. Tesis de grado para optar por el título de comunicador-periodista, Corporación Universitaria Lasallista.
- Valle, M. Medios alternativos de Medellín. Tendencia de los temas en su agenda. *Correspondencia y Análisis*, 12, 1-23.
- Valle, M. Medios alternativos de Medellín: Recuento Histórico (1987-2006). *Revista Luciérnaga* (7) 36-46.
- Valle, M. (2012). Medios Alternativos de Medellín. *Revista Luciérnaga*, 8, 51-57.
- Rojas, E. (1991). Descentralización y autonomía local en la asignación de recursos. *Revista EURE* (51), 7-21.
- Rodríguez, L. Maldonado, N. (2020). Las políticas distributivas en Colombia: de los auxilios parlamentarios a las partidas de inversión social regional o mermelada tósica. *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas* (50), 132, 1-28.
- Rodríguez, C. (2013). Comunicación ciudadana en Montes de María-Colombia. *Revista Luciérnaga*, 9, 99-115.
- Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Encyclopedia of Social Movement Media*. Newbury Park: Sage Publications. (pp. 13-25)
- Navarro, L. (2010). Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizados de identidades y contra identidades de los sujetos políticos en Colombia. *Encuentros*, Vol. 8, 15, 33-34.

- Narávez, Ancizar. (2001). Participación, comunicación y política. En: Comunicación y política, viejos conflicto, nuevos desafíos, (Bogotá: Universidad Javeriana), pp. 69-89.
- Mendoza, et al. (2018). La Asignación presupuestaria y su incidencia en la Administración Pública. *Revista Científica Dominio de las Ciencias* (4), 313-333.
- Lessa Guinmarães, M. do C. (2002). O debate sobre a descentralização de políticas públicas: Um balanço bibliográfico. *Organizações & Sociedade*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302002000100003>
- Leal, F. Dávila, A. Clientelismo. (1990). El sistema político y su expresión regional. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Ibarra, D. (2013). Política 2.0: la relación entre política y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, como una nueva generación en la forma de hacer política, el escenario colombiano durante la ola verde. Tesis de grado para optar por el título de politólogo, Universidad de Antioquia.
- Gómez, W. (2003). *La intermediación política para la asignación de recursos públicos en Colombia: Virtud, perversión o reconocimiento de una realidad que puede articularse al desarrollo social*. Tesis de Maestría en Ciencia Política- Universidad de los Andes.
- García, R. (2015). Representación política y democracia deliberativa ¿Qué puede significar hoy la participación política? En *Revista de Estudios Políticos*, (47) pp. 47-66.
- García, E. (2018). Configuración de una ciudadanía comunicativa en Medellín, Colombia, 1990-2010. *Contratexto*, 30; 133-155.
- Demers y Lavigne. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. En *Nueva época*, 7, pp. 65-87.
- Delfino, G. y Zubieta, E. (2010). Participación política: concepto y modalidades. . En *Anuario de Investigaciones*, 17, pp. 210-220.
- Cuadros, J., Arias, S. y Valencia A. (2015). La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. En *Encuentros*, 1, pp. 111-122.
- Chacón, J. (2016). Características de los medios comunitarios y alternativos de Bogotá-Colombia. *Revista Luciérnaga* (15) 63-83
- Castellano et al. (2017). Resolución de conflictos para el fomento de la cultura de paz: importancia de los medios de comunicación alternos en Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, Vol. 14; 56-65.
- Bustos, D. (2014). Gestión en la asignación de recursos para la inversión pública. Ensayo para optar al título de especialista en finanzas y administración pública-Universidad Militar Nueva Granada.
- Buitrago, H. Betancur, C. Zuluaga, E. (2016). Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social. *Comunicación* (34) 85-97.
- Botero, L. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. En *Revista Anagramas*, 5, (9) pp. 13-27.

Borja, E., Barrera D, y Insuasty, A. (2017). Participación política ¿Instituida o instituyente? Elementos para la reflexión. En Revista Ratio Juris, 12 (4), pp. 251-268

Alí, M. (2010). Medios de comunicación, asuntos étnicos e intercultural en Colombia. *Razón y palabra*, pp, 1-27.

Anexos

Entrevista realizada a Ricardo Rojas, representante de la plataforma SINCO (Sistema integral de comunicaciones) (2021)

1. ¿Cómo han accedido Los medios comunitarios de Medellín a los recursos públicos que la Alcaldía de Medellín ha destinado para el relacionamiento con ellos?

En el 2017, realmente conocemos ese proceso de política pública y nos acercamos a la construcción y conocimos un espacio de participación de medios, luego se autogestionó a través de ese mismo espacio con otros medios y otras plataformas y sistemas de la ciudad una comisión accidental en cabeza del Concejal Luis Alberto Zuluaga y ahí surge el primer fortalecimiento y apoyo a medios de comunicación. A principios del 2018 logramos un primer fortalecimiento, aprendí que los fortalecimientos se hacen con un proceso de concurso donde había que presentar una propuesta de proyecto con impacto, con recurso; era la primera vez que pasábamos una propuesta así, en ese año ejecutamos algunas propuestas. Más o menos lo que entendí, es que el Alcalde en ese momento Federico Gutiérrez aprobó el fortalecimiento a la secretaría de comunicaciones y para los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el 2018. En el 2019 continuamos el segundo proceso, era la continuidad del primero, también me pidieron otras propuestas, nos volvimos a presentar, en la primera vez una persona que estaba coordinando ese tema no nos creía y el recurso no fue muy aliciente para nosotros, pero en la segunda, logramos un recurso un poquito más fuerte y logramos consolidar un equipo de trabajo. Eso fue hasta la administración de

Federico Gutiérrez. El año pasado hubo otro concurso con esta nueva administración del señor Daniel Quintero ese concurso venía un remanente de un programa que se llamaba Medellín Palpita, nosotros nos logramos presentar, era un recurso de 900 millones, con los descuentos y eso no sé cuánto quedó pero muy poco recurso para una cantidad significativa de medios pero no pasamos y nunca supimos por qué no pasamos, la que ganó era más joven que nosotros, pero bueno. El tema del fortalecimiento se daba en la época de Federico, ahora hemos recibido una que otra pauta, pero el tema de las pautas ha sido porque manejamos una incidencia en el territorio con el tema de inclusión, con el tema de credibilidad, hemos logrado algo de pauta con algunas secretarías o entes descentralizados. Es más o menos lo que te puedo contar

2. ¿Desde Cinco como se clasifican, medios alternativos, independientes, comunitarios, ciudadanos?

Ricardo: internamente nos estamos haciendo esa pregunta ¿usted quién es?, nosotros sabemos que somos un medios que nació netamente digital porque fue un proyecto académico, un proyecto de estudio, de formación porque “comunicando” nació por concurso con una formación que nos ganamos con Ministerio de Comunicaciones y la Universidad abierta y a distancia y nos dimos cuenta que “Comunicando” que la comuna necesita un medio más digital por el uso de la conectividad y de estos dispositivos que usamos. Entonces ¿qué somos?, somos un canal comunitarios, digitales porque trabajamos para una hiperlocalidad trabajamos para un territorio. Muchas veces podemos ser alternativos e independientes, independiendo del objetivo que hacemos, pero realmente somos netamente comunitarios porque hay otra palabra “los procesos”, yo considero los procesos aquellos que hacen algún tipo formación, o que hacen algún tipo de movilización en el territorio, pero eso es lo que vamos a empezar a construir a partir del martes en la primera reunión de Política Pública en el comité de la Política Pública. Ojalá tuviéramos la plata para ser mucho más fuerte de lo que somos.

3. ¿Qué es Cinco?

Cinco es una juntanza de medios de comunicación, se llama SISTEMA DE COMUNICACIONES DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN, en estos momentos tenemos agremiados 24 medios de comunicación, nació porque realmente necesitábamos generar incidencia para todos los medios porque cuando uno habla no habla de manera particular cuando habla de medios y eso ha sido también muchas veces la problemática de muchas personas que quieren representar otros medios, pienso que al estar acá hay que hablar de todos,

es decir, de los digitales, independientes, de los de la Mesa, de los de Comunicacion, los de tal plataforma, ósea, es para todos, entonces Cinco es eso, Sistema de Comunicación

4. ¿Cómo es la ejecución de esos recursos económicos? (tiempos productos a entregar, aprobación y publicación de los productos...)

A nosotros nos ha ido muy bien, fue la primera vez que fuimos a ejecutar algo, no teníamos conocimiento de muchas cosas y fuimos lo que primero entregamos y bien entregado porque el equipo de trabajo, hay una persona que trabaja con Universidades y trabaja con todos estos planes educativos, para nosotros fue más fácil porque lo que hacíamos era guardar evidencia de todo lo que decíamos pero todo se guardaba, listas, fotos, vídeos y lo digitalizábamos para *entregarlo, Matilde Alvarado en ese entonces creo que lo revisaba con otros profesionales y se pasaba a Teledellín*. Todo este tiempo ha sido así, más se demora uno montando las evidencias que el mismo proyecto

5. ¿Cómo es la forma de contratación o la entrega del recurso económico correspondiente a los productos y servicios acordados con la Alcaldía?

Inicialmente, teníamos que presentar una documentación, bueno, primero el concurso, una vez salimos favorecidos para el fortalecimiento, entonces yo decía, eh, por qué es un fortalecimiento si hay que competir contra otros medios que es un concurso, cuando yo hablo de fortalecimiento, es cuando a su casa usted llega tiene dos hijos y cada uno le da una pechuga, eso es un fortalecimiento nutricional para sus hijos, pero si yo llego con un pechuga y hay dos hijos y yo hago una rifa para ver quién se lo gana, ya no habría un fortalecimiento si no concurso, y cómo hacíamos para eso, todo el tema de documentación, seguros, papelería, cámara de comercio, el tema de parafiscales, el tema de seguridad social, luego recoger evidencias, firme contrato, vuelva al contrato con Cristian Cartagena en ese tiempo, pero bien, la verdad fueron gajes del oficio como se dice a la hora de entregar la documentación pero no estuvo enredado para nosotros, está más enredado el tema de pauta porque... ¡ah!... la verdad, uno se desanima cuando llega una pauta con tan poquito para tanta gente

6. ¿Cómo se enteran los medios comunitarios de los procesos de convocatoria que hace la Alcaldía para la asignación de recursos económicos? ¿cada cuánto se hacen estas

Me fui acercando a la Secretaría, muy buena pregunta porque en estos meses he conocido medios que comunicación que no conocía y he tratado de acercarme y ayudarles también, entonces el algo un poquito álgido. Yo me acerqué al otro espacio de participación donde se agrupan medios y empecé a incluirme, empecé a aprender, casi muchos de los medios ni sé cuántos son profesionales de la comunicación, yo no soy profesional en comunicación, yo soy profesional en área administrativa, tengo mi especialización y maestría en cosas muy diferentes, pero acá, en estos cinco años me ha tocado aprender de todo, más en el tema administrativo pero también el tema de fotografía, diseño, manejo de consola, manejo de micrófono, bueno, pero el hecho de conocer a otro medio, yo pienso que a la administración le puede estar faltando un gran mapeo de medios, pero el problema podemos buscarlos, es decir...muy buena pregunta porque realmente llegar a los territorios no es fácil, no es fácil y más cuando te salen con páginas en Facebook y canales de YouTube, ósea, primero lo primero, ya el tema por la Política Pública la dieron y yo siempre he dicho que una política pública no se le da a nadie, Medellín tiene 54, 56 políticas públicas, pero nosotros mismos tenemos que ser, no los veedores, sino los que tenemos que dar la directriz de qué son los medios, qué es un medio en comunicación comunitario, alternativo, independiente y ciudadano y darlo a conocer porque también nos están pidiendo la forma de difusión de la Política Pública y en eso estamos trabajando también, pero más que eso pienso es eso, primero está el concepto, porque por ahí hay un concepto que se llama dizque medios ciudadanos, eso hay que entrar a definirlo porque si no lo entendemos que no lo hagan entender porque para mí eso es lo más importante y luego para que pase lo que tú me dices con esa pregunta, bueno, cómo reciben ustedes la información, nosotros porque tenemos una persona en redes que nos pasa la información y nos apoya y todos eso, pero el nuevo qué hace, pienso que también es a decisión propia de investigar y meterse en el cuento y necesitamos que la administración nos vea con buenos ojos para diferentes dinámicas y económicas.

7. ¿Por qué considera usted que la Alcaldía debe destinar recursos económicos para los medios comunitarios de la ciudad?

Primero, mirar si la administración de turno tiene la voluntad sociopolítica, cultural, todo lo que quieras colocarle, y apoyar a los medios de comunicación los MAAIC porque si no esa pregunta no saldría a la luz pública, pero si digamos si la administración quisiera se tendría que tener en cuenta varias variantes, el mismo recurso no se lo pueden dar igual no porque se tienen que mirar la antigüedad, el impacto, calidad, y de ahí tiene que salir esa destinación porque no es fácil sostener u medio, pensarse todos los días un contenido nuevo y generar confianza, yo

pienso que a la hora de asignar esos recursos se deben tener en cuenta esas variables, si es bueno, si tiene un impacto, una credibilidad, si tienen generación de contenido, si tiene un tema de comunicación, un comité de trabajo. No es dar plata por darla, yo pienso que si se hace así, ya se pierde la esencia y el fortalecimiento a los medios de comunicación

8. ¿Cuáles cree usted que han sido los requisitos o parámetros que la Alcaldía de Medellín ha priorizado para destinar recursos económicos a los medios de comunicación comunitarios?

Pienso que los parámetros que se necesitan deben ser serios, es decir, que quién tenga esa tarea de asignar tenga el criterio de otorgar el recurso porque realmente se lo merece, y los jurados que nos vayan a evaluar para acceder a ese fortalecimiento lo van a hacer de manera amañada, no le van a dar el recurso a medios que realmente lo necesitan y que están haciendo la tarea, entonces pienso que lo que se necesita es que cumplan los parámetros, usted puede poner los parámetros, calidad, impacto, capacidad instalada, porque esa es otra cosa, yo le pregunto cuántos medios tienen más de cinco personas en su organización, real, es solamente una persona, entonces usted es un contratista más que un medio de comunicación porque un medio de comunicación debe tener esa capacidad instalada, gracias a Dios en “Comunicando” malo, malo, la última reunión que tuve durante el Concejo, tengo cinco personas en la línea gráfica, 4 profesionales y un estudiante, ósea, esos cinco hacen parte de un conglomerado de 25 personas que hay, créame que no es fácil, pero eso es la capacidad instalada que la administración tiene que aportar. Para mí lo importante es que los parámetros se cumplan

9. ¿Bajo su criterio cuál sería el modelo o los parámetros que debería implementar la Alcaldía de Medellín para el relacionamiento con los medios?

Un modelo que esté basando en la ética por parte de los jurados de los concursos porque ya los modelos están hay que tener honestidad a la hora de calificar que no la he visto últimamente, ya usted ponga el criterio que quiera, impacto, calidad.

Entrevista realizada a Mónica Orrego, directora técnica de la secretaría de comunicaciones (2021)

1. Cómo es la asignación de recursos para los MAICC

Para el tema de asignación de recursos, ustedes saben que todo esto responde a un proceso de fortalecimiento que ha tenido la Alcaldía de Medellín, pero no solo el fortalecimiento entendido desde la Política Pública porque no solo se asignan recursos a los medios a través de procesos que estamos gestando con política pública, sino que hay uno puede partir y entender por ejemplo el tema de planeación local y presupuesto participativo que le permite invertir a la ciudadanía el 5% de esos recursos municipales incluyendo estos proyectos de fortalecimiento a los medios comunitarios, particularmente en el último año, en este momento la cifra exacta no la tengo, pero este año vamos a hacer una ejecución de 3.300 Millones de pesos que fueron priorizados por 7 comunas de la ciudad, y estos recursos van directamente invertidos a los medios porque son ejecutados por los medios, entonces ese es el primer punto donde la administración municipal invierte recursos a los medios. El tema de los proyectos asociados al Plan de Desarrollo, en el caso por ejemplo... había un programa se llamaba comunicación para la movilización, la participación y la cultura ciudadana que fue en el gobierno de Federico Gutiérrez 2016-2019 ahí también a través de ese programa se hacía inversión a los proyectos de medio comunitarios, y actualmente a través del programa de procesos de medios comunitarios, que es 2020-2023 Alcaldía de Daniel Quintero, y es lo que nosotros en este

momento venimos desarrollando a través de la Unidad para la Comunicación para la Movilización, y finalmente nosotros también tenemos una figura que es la de planes de medios que incluye pauta de programas, proyectos, campañas institucionales en medios comunitarios. Entonces esas son como las tres aristas para el tema de asignación de recursos, en el entendido que ahí también queda incluido el acuerdo 073 de 2013 que ustedes saben que es de donde se desprende todo el tema de la Política Pública. Hay otra cosa que sería valioso agregar es que estos recursos vienen con toda la ejecución de proyectos en el Plan de Desarrollo, se han asignado a través de estrategias de estímulos con los premios, formación y ustedes saben que todo cuenta con criterios técnicos, todos los documentos han sido levantados como para darle la rigurosidad que necesita el proceso a la hora de hacer la entrega de estos recursos, y para eso no hemos fijado en temas como trayectoria, la calidad, el impacto, la cobertura, y ahí nosotros podemos destacar acciones como el premio al periodismo comunitario, las estrategias para las convocatorias de movilización que en los dos últimos años ha llevado por nombre de Medellín Palpita desde sus Territorios también es importante mencionar que para esa asignación de los recursos hemos encontrado que en la formación que hemos venido desarrollando también se ha dado inversión a recursos y como les decía ahorita todo el tema de planes de medios

2. ¿Cuáles han sido los criterios para decidir quiénes acceden y quienes no a los recursos públicos?

Sí miren, como les dije pues ahorita en la respuesta que les estaba entregando, esa asignación de recursos por parte de la Alcaldía, en este caso a los medios comunitarios obedece entonces a un tema de criterios legales y también un tema de requisitos contractuales cierto, lo que nosotros estamos buscando es encontrar siempre una alineación entre el tema legal, entre el tema contractual y en este caso entre los criterios técnicos que esté relacionado con un tema de cómo están organizado el medio, tener identificado todo el tema de la trayectoria, la calidad de los productos, el impacto y la cobertura. Sin embargo ustedes saben que en el plan estratégico de la Política Pública que me imagino que ya tuvieron la oportunidad de acercarse a todo lo que nos indica la Política Pública. La resolución de la Política se dio el 30 de diciembre, ese documento creo que sería importante, no sé si Luz se los ha suministrado, pero en ese documento del plan estratégico está establecido o se contempla que va a haber un documento con los lineamientos y rutas para acceder a recursos estatales de publicidad oficial;

teniendo en cuenta que ese documento apenas está en etapa de formulación, nosotros por eso venimos realizando una propuesta valiéndonos de esos criterios que les decía ahora, un tema de trayectoria, calidad, el impacto, la cobertura e incidencia en el territorio y organización del medio. Esos han sido los criterios que nosotros en este punto estamos también desarrollando en esta propuesta para que también los medios puedan acceder a todo el tema de recursos estatales.

4. ¿Cuál es el tipo de relación existente entre la Alcaldía de Medellín y los medios comunitarios? (de poder, clientelar, benéfica)

La relación en este momento con los medios de comunicación y los medios comunitarios, al final del día es que nosotros los logremos reconocer como actores fundamentales para el dialogo, entre los habitantes y las instituciones del gobierno, los medios al final del día, se vuelven aliados para que podamos proponer la democracia, la participación ciudadana, la libre expresión con el derecho y el acceso a la información de forma, yo creo que equitativa, nosotros hemos intentado porque sabemos que la información muchas veces no puede llegar de la misma forma de un medio comercial a un medio comunitario. Lo que estamos haciendo es ver cómo día a día abrimos más las puertas a distintos procesos y ejercicios que sientan que pueden acceder a la información que tiene para entregar en este caso la Alcaldía de Medellín

5. ¿Por qué la Alcaldía de Medellín debe destinar recursos económicos para los medios comunitarios de la ciudad?

Yo creo que una de las principales razones no está mediada por parte presupuestal, porque hoy la Alcaldía de Medellín ejecuta formalmente la Política Pública de procesos y de medios a través de esta puesta en marcha de este plan estratégico entonces esa es como la primera razón que nosotros al final del día encontramos. Sin embargo, lo que hoy estamos buscando es lo que la Alcaldía quiere encontrar es cómo aportar en la sostenibilidad integral a partir de esos tres

ejes estratégicos que tiene la política pública, ustedes saben que no es asunto solamente mediado por el presupuesto, en el entendido que el recurso es fundamental sino también esta Política Pública lo que nos dice es mire, también hay que fortalecer temas de conocimiento, o hay que fortalecer esa gobernanza desde institucionalidad. Entonces a partir de eso es que nosotros desarrollamos otra serie de acciones que lo que permite es que desarrollemos otras series de acciones de forma integral a los medios, no solamente una acción mediada por temas presupuestales

6. ¿Cómo impacto la asignación de recursos públicos la labor que hacen los medios comunitarios?

Creemos que impacta en el fortalecimiento organizacional, administrativo, también en lo técnico porque nosotros hemos considerado la participación de los medios en este caso como ustedes los están denominando comunitarios, como un componente que se vuelve fundamental para una agenda de ciudad con actores que ustedes saben que al final del día son actores de primer nivel, porque nosotros a través del medio garantizamos la transparencia, obviamente estamos en el derecho de garantizar ese ejercicio de la publicidad de la gestión pública, más allá de un ejercicio de rendición de cuentas, sino que la comunicación pública es un instrumento fundamental para fortalecer la democracia y para promover el ejercicio de la participación ciudadana para propiciar acciones de cambio social, para propiciar discusiones que al final del día sabemos que cada sector, cada corregimiento es distinto y es lo que nos ayuda a tener termómetros de lo que empieza a suceder en la ciudad. Nos permite también empezar a generar una conciencia respecto a la corresponsabilidad que tienen esas comunidades participativas, yo creo que al final del día los medios se terminan convirtiendo en una caja de resonancia de lo que hacemos como administración, pero también de esa respuesta que también buscamos y encontramos a través de los medios y creo que vuelven actores fundamentales para el ejercicio de una comunicación autónoma y al final del día lo que estamos buscando también es que se de esa democratización de la información si bien las redes sociales nos han permitido acercarnos muchísimo más a la gente y les hablo de la convocatoria Medellín Palpita, que lo que busca es potenciar también las estrategias de movilización porque también lo que necesitamos es que tengamos ciudadanías mucho más activas y formadas por los actores del territorio, sabemos entonces que la ruralidad en este punto necesita muchísimo más de acciones

todavía como el voz a voz más que los medios tradicionales que diariamente conocemos y que se pueden hacer desde lo urbano

7. Bajo su criterio ¿cuál debería ser el modelo o los parámetros a implementar desde la Alcaldía de Medellín para ella asignación de recursos económicos a los medios de comunicación comunitarios?

Haber, yo no puedo hablar directamente del proceso que se venía manejando en años anteriores porque realmente en la administración anterior yo no estaba en la secretaría de comunicaciones, pero yo sí siento que lo que estamos intentando hacer en esta administración especialmente con los medios comunitarios es general una interacción que se transparente que podamos establecer unos criterios que den cuenta de cada una de las cosas que estamos haciendo para la asignación de los recursos se de en el marco de unos criterios que ya estén establecidos y sentimos que hoy la política pública encaja también porque nos da la línea de ruta de cómo debe ser el accionar en este caso de la secretaría para la asignación de estos recursos. Entonces como les decía en las primeras preguntas que revisamos, estamos en la formulación del documento de lineamientos para acceder a estos recursos de publicidad oficial y nosotros hemos considerado muy importante incluir criterios cómo: estructura organización del medio, trayectoria y cobertura e incidencia, a mí todavía me “raya” un poquito el tema de la calidad porque si bien hay unos parámetros de calidad importantes, solamente que hayan fuentes contrastadas, que la información sea verás, que sea una información clara, cierto, ósea, ya sabemos que hay una técnica periodística que nos dice cómo debe ser el contenido que deben entregar por medios. Sin embargo, todavía se vuelve un poco subjetivo para hablar en términos de calidad y por eso para nosotros es muy importante conocer la cobertura y cómo están organizados, sabemos que hay medios que son fluctuantes, que aparecen y desaparecen, entonces para nosotros todo ese tema de la trayectoria eso también se vuelve fundamental y que hoy la cobertura y la incidencia también se conviertan en un punto determinante, porque como les decía ahorita, nosotros de todas formas, no en el ejercicio de la rendición de cuentas tenemos ese interés, pero si entendemos que también es importante porque es de interés para toda la comunidad poderles divulgar todos los programas y proyectos, todas las ofertas que tenga en este caso la administración pública para que sea de muchísimo más acceso para los medios. Por ejemplo, sabemos que en este momento se viene todo el proceso de vacunación, si la alcaldía de Medellín ha intentado comunicarles por todos los medios a la comunidad por ejemplo que los mayores de 65 años ya se pueden vacunar, el Alcalde ha manifestado que ha estado en sectores donde hay personas que le dicen “Alcalde no me han llamado para ponerme

la vacuna, ¿qué hago?”. Entonces eso también lo que nos obliga pero también nos da la oportunidad con los medios de entender que como son actores que llegan a lo más profundo de una comunidad, nos pueden ayudar también a difundir, porque al final del día sabemos que esta no deja de ser a información más desde el servicio que apunta también al fortalecimiento de los social.

Mira, nosotros en este punto, yo no sé si fue en el año anterior que se usó la misma figura, en este caso se está haciendo a través de un contrato interadministrativo con Teledellín, nosotros como secretaría de comunicaciones tenemos la libertad de dar estos lineamientos técnicos para la elección de jurados tanto para los criterios de las personas que puedan o no puedan participar hemos también recogido parte de las sugerencias del año pasado para poder sacar unos lineamientos para poder abarcar muchos más medios, Sin embargo, para definirse a criterios que son más generales, por ejemplo de la convocatoria actual, está el tema de que se a un medio que tenga un año o más de trayectoria, entonces necesitamos medios que también tengan alguna acción con alguna estrategia que sirva para la movilización, por eso uno de los criterios es que en los tres últimos años hayan desarrollado una estrategia de movilización, por qué, porque vamos a entregar 17 millones en alguna categoría y tal vez es una organización que no haya tenido la posibilidad de haber hecho una estrategia entorno a ello, entonces en este momento lo que queremos es desarrollar estrategias que estén llevadas a través de la experiencia entonces por eso se nos vuelve dentro de los criterios, obviamente también está el criterio de que nosotros podamos encontrar a partir de la documentación que estamos solicitando que es un medio está constituido, que es un medio que no solo tiene una red social, porque ustedes saben que eso también pasa, para nosotros las redes sociales no son consideradas medios de comunicación para nosotros son medios de apoyo, pero no un medio de comunicación como tal. Entonces los criterios que hemos establecido y los invito a que los revisen, están ahí los términos y condiciones pero realmente son criterios que hemos mirado que le pueda dar toda la tranquilidad de que vamos a establecer un proceso y vamos a ser la inscripción de participantes que cumplan con todo lo que en este punto se necesita para que todos los participantes se les de la tranquilidad

Con el tema del puntaje, los puntajes se van volviendo puntajes bajitos, nosotros lo que hacemos es que los medios nos presenten la propuesta con la intención de participar, luego de que ellos nos hacen la presentación con lo que quieren participar, abrimos las inscripciones que

se hacen en dos fases, luego abrimos otro día para que los medios entreguen los documentos, este año lo que hicimos fue trabajar para que los archivos no tengan dificultad para subir y que suban también la propuesta técnica, esa propuesta nosotros no fijamos que sea una propuesta de movilización, esta estrategia es para el tema de movilización y se termina convirtiendo en el apoyo para difundir, pero lo que queremos es que ellos primero activen la creatividad y segundo tengan la posibilidad de contar y de explicar a través de acciones pedagógicas con metodologías que sean diferentes e innovadoras le cuenten a la comunidad otros relatos a partir de las ideas que se les ocurra, entonces es algo que ya hemos concedido, y nosotros en la verificación y revisión requisitos de participación ahí no hay puntaje, luego hay un segundo momento donde nosotros entramos a revisar el tema de las estrategias que han realizado, la trayectoria del medio, si el director tiene ciertas características entonces hacemos una asignación de puntos, el enfoque social de medio también hace una asignación de puntos, y en este segundo momento habrá una asignación de puntos de mínimo 25 puntos, nosotros en toda la propuesta técnica está como bien desglosada y también se las podemos compartir. Luego hay un tercer momento donde se evalúan las propuestas técnicas, aquí se hace una sumatoria y la suma les debe dar mínimo 70 puntos, y luego, las propuestas ya se les entregan a los jurados con la sumatoria del punto dos y el punto tres deben llegar a 95 puntos, y ya se les envía a los jurados para que hagan la respectiva elección. Básicamente así es que se va a hacer la asignación de puntajes.

Alejandra Osorio - Directora mesa de medios de la ciudad (2022)

1. ¿Como es la forma de la contratación o la entrega del recurso económico correspondiente a los recursos acordados?

Con la administración anterior no se sabía como era la distribución. Los medios se postulaban con un recurso, 100, 50, 30, 2. Millones. Era muy abierto a que cada uno tomara decisión frente a qué recurso se iba a lanzar pues a obtenerlo. Unos obtuvieron porque finalmente la administración anterior no hizo una socialización de como quedaron esos recursos. Entonces lo que hicimos con la administración anterior es categorizar los medios de comunicación de un año a 5 años y que estableciera pues un recurso estándar para estos medios. Y de 5 años en adelante también. Por ejemplo, en la convocatoria de Medellín palpita, están dan 7 millones

para un proyecto de un medio que tenga entre 1 y 5 años. Y están dando 25 para los que tengan de 5 años en adelante en constitución. Entonces en estos momentos facilita que todos estemos categorizados o estandarizados para adquirir las oportunidades, y pues también facilitan que los medios cumplan con esas características de realización en temas de calidad, buena participación, movilización a través de los contenidos y muchas cosas que facilitan que todos empecemos pues a medirnos y a tener presente qué es lo que tenemos que hacer+. Por ejemplo ahorita estandarizaron también los contenidos. Se van a hacer 6 o 7 estrategias en medios digitales. Entonces la estandarizar posibilitan también que no se enreden.

2. Bajo tu criterio cual sería el modelo o los parámetros para relacionarse con los medios. Vienen haciéndolo bien, El café con los MAICC, creo que ha sido una gran estrategia porque no solamente los han acercado, sino que han hecho más visible lo que venimos desarrollando en el territorio. Garantiza que si estamos hablando de niñez tengamos acercamiento con niñez, si medio ambiente con la secretaria de medio ambiente. Creo que los parámetros para el relacionamiento ya se están dando, ha sido una administración más cercana. Al menos se ha preocupado por las garantías de participación.

3. Por qué consideras que la alcaldía debe destinar recursos económicos para los MAICC

Es importante mencionar que los medios han estado para administración, para ser un puente, para tejer y estratégicamente llegar a los territorios. Con base en esto siento que es necesario generar esas garantías de sostenibilidad que permitan desde la administración esa posibilidad de que los medios puedan sostenerse, fortalecerse, no solo en temas económicos, sino otras estrategias que vienen sucediendo: secretarías, institucionalidad. No solo obedece a recursos, sino a alianzas

4. Como se enteran los medios de las convocatorias

A partir de la comisión accidental del 2016, que fue solicitada por diferentes medios de la ciudad a varios concejales. El proponente fue Carlos Zuluaga. A partir de esto se logró un

recurso para el 18 y el 19 ambos de 2000 millones de pesos. Fue a nivel de ciudad. Se enteraban a partir de la página de la alcaldía. También tenían diferentes estrategias con las bases de datos que ellos manejan. En su momento decían que er 182 medios, ahorita nos cuentan que va por 250 medios identificados. A partir de esas convocatorias empezó a pasar lo de las campañas. Antes, como he dicho, era diferente la realización. Con esta administración estandarizó y organizó.

Con Medellín palpita 2021, han hecho diferentes estrategias, las bases de datos, los gestores territoriales, a través de teledellin tuvieron una socialización en teledellin radio. Esas han sido las estrategias.

Wilmar Osorio, director de la emisora Radio 2 Comuna, que opera dentro de la Corporación Ciudad Activa de la Comuna 2

(2022)

1. ¿Como ha accedido a los recursos?

Los medios de comunicación no tienen apoyo económico de ninguna parte. Nosotros como medios en muchas comunas hemos accedido al tema de PP. Teniendo en cuenta que estos procesos se tienen que priorizar en una recolección de insumos y unas votaciones que la comunidad tiene. Si la gente no vota por estos procesos, no porque no los conozca, ni porque no sirvan, sino porque muchas veces no les interesa, entonces no habría medios económicos para subsistir. Es complicado.

En mesa de medios nos hemos dado a conocer a la Alcaldía y distintas empresas. Entidades públicas y privadas quienes son, por medio de esa mesa, se han conocido los medios y nosotros por ese lado hemos accedido a pequeños -pequeños- fortalecimientos. Pequeños: 100/200 por una pauta o por determinado tiempo. La mesa ha servido para esto. No solo la visibilizarían sino de la formación.

Directamente la secretaria de comunicación no llega a fortalecer, simplemente que, con mandar a un territorial, o mandando mensajes de texto, el pelado mandando mensajes de texto, y ya cree que está haciendo su trabajo. Se está perdiendo tema de recurso desde ese punto de vista.

2. Como es la ejecución de estos productos, tiempos y publicación

Cuando la alcaldía de Medellín o entidad, empresas varias por ejemplo que más nos ha colaborado, y busca el trabajo de nosotros, lo que hacemos es que por medio de las redes sociales -por ejemplo, la radio, con pautas pequeñas de publicidad y nuestras redes sociales que las movemos, ellos incentivan esa colaboración. Nosotros presentamos un informe con pantallazos en las redes sociales: si es por un mes, por un mes diario tenemos que presentar esas evidencias a unas horas pico para poder que nos tenga en cuenta a nosotros. Ellos ya nos dicen si está aprobado o no.

3. Como es la forma de contratación o entrega de recursos económicos acordados con la alcaldía.

La alcaldía directamente no hace un proceso con los medios de comunicación, en la comuna 2, siempre han tenido la pelea de entregar los contratos a dedo. Lo digo por lo que ha pasado con MICOMUNA. Como consejero de comunicación que renuncie en el 2020, ellos entregaban a dedo los procesos de comunicación a MICOMUNA. Sí, han tenido experiencia y han ganado premios ¿Pero por qué no dar la oportunidad a otros medios que ejecuten esos proyectos? Abiertamente a dedo dicen YO se los voy a entregar a ellos. Ejemplo: pasó con medio ambiente. Medioambiente me llama y me dice Wilmar vamos a hacer un plan de trabajo de

comunicaciones, te vamos a tener en cuenta a ti. Yo le dije a la chica, bueno, citemos a los medios. Excelente, se montó. Cuando de repente me dicen: No. No lo vamos a hacer contigo, lo vamos a hacer con MICOMUNA, se lo vamos a entregar a ellos. Porque desde la secretaria de comunicación dijeron que ellos tenían la experiencia. No es transparente. EN estos momentos Comuna 2 va a ejecutar proceso de comunicación en la comuna. Oh sorpresa: MICOMUNA 2 nunca parece en los procesos de priorización o en los procesos de votación. Y oh sorpresa, apareció en el momento de la convocatoria. Cuando hablamos del tema de la contratación, te soy sincero directamente la secretaria de comunicación no hace eso y se hace la entrega de los productos, si hay un producto se entrega de acuerdo con los lineamientos que ellos den.

4. Como se enteran los medios de los procesos de convocatoria.

Los medios de comunicación no los muestran directamente. Son las redes sociales: Twitter, Instagram, Facebook, página de la alcaldía. El medio x no se enteró porque no podría hacerlo. Pero se han hecho convocatorias. Pero son convocatorias que les ponen una cantidad de trabas y de requisitos que muchas veces nosotros los medios pequeños no podemos acceder a esas convocatorias que en realidad es tan complicado. Se dificulta: ser protagonista de esa convocatoria como tal. Cada año se hacen las convocatorias. Premios de periodismo, o premios comunitarios. Cada año. Cuando hay digámoslo así cada año el proceso pues, se hace. Algo que sí podría comentarte es el tema del presupuesto participativo, que en estos momentos como este año comuna 2 no priorizo plata para temas de comunicación, y como siempre Wilmar ha dicho y ha puesto la voz en alto de que los medios de comunicación son transversales de todos los procesos de la secretaria de Medellín. Pero ellos lo ejecutan, no ejecutan directamente con los medios comunitarios. Ahora la nueva concejera ha ido en lineamiento con ese tema. Y ha exigido que todos procesos comunitarios sean transversales con el tema de comunicación.

5. ¿Por qué considera usted que la alcaldía debe destinar recursos?

Cuando iniciamos nosotros procesos de Radio nos dimos cuenta que era necesario por el tema de la información inmediata. Nos dimos en la tarea de crear este medio de comunicación, para que la gente estuviera actualizada, informada, de lo que estuviera sucediendo en la comuna y en la ciudad. Por eso hemos dicho que la alcaldía de Medellín debe destinar recursos para que los medios de comunicación puedan mostrar que está sucediendo en la ciudad. No solamente en la Alcaldía . Y muchas veces nos han dicho que retuiteemos lo que dice la alcaldía, pero hay cosas que no. Entonces sí es importante que la alcaldía destine esos recursos para que la gente este informada, para que la gente sepa lo que esta sucediendo. Para que los chicos se integran y el proceso se fortalezca, para que internamente se fortalezcan. Muchos medios se están muriendo en el tiempo porque no hay cómo sostenerlos. Entonces

6. ¿Cuales cree usted que ha sido los requisitos o parámetros que la secretaria de Medellín?

Muchas veces esos requisitos son obstáculos para que los medios de comunicación no accedan a ese recurso. Pero ese recurso es mínimo, para tantos medios que se puedan presentar pa' una convocatoria. Requisitos lo que hacen es que ese medio pueda fortalecerse. Entonces para yo decirte directamente un parámetro, no lo tendría. Puede ser: la experiencia, un parámetro. Que tenga experiencia, pero si apenas llevan 2 meses, 3. Meses, si otros van a tener experiencia más alta, y ese medio necesita fortalecerse. O medios que nacen fortalecidos, con cabinas y micrófonos para temas de transmisión. ¿Por qué este medio nació de esta forma y por qué no se fortalece? Y es necesario que la alcaldía priorice esos recursos

7. ¿Bajo su criterio cual serían los criterios?

Siempre hemos dicho que el relacionamiento que debe tener con medios de comunicación directos. Ir a los territorios que fortaleces o debilidades tienen estos medios, en cualificar las personas que estas dentro de los medios. El darles ese criterio y esa posibilidad de que los medios sean conocidos a nivel nacional y local. Se que se han hecho algunos programas en la secretaria. Pero también hay que mirar que muchos medios de la comuna no quieren pertenecer

a medios comunitarios por diferencias. La Alcaldía tendría que implementar esos modelos, esos parámetros. Venga ayudemos, hagamos programas con es medio, ese medio sale tal día creemos programas con eso. Que todos los funcionarios de comunicación se vengan para x o y medios o diga vamos a hace runa radio ton, vamos a estar en tal emisora y estar al aire todo el día, hablándote varios temas. Sería muy bueno que se implementen esas acciones dentro de los procesos comunitarios.

8. Como ha establecido la alcaldía los parámetros.

Yo directamente técnicamente no los tendría. Per vuelvo y te lo repito, es simplemente mirar que falencias tiene esos medios para poder destinar ese recurso: si es privado, si es comunitario, a que corporación pertenece, si pertenece a una acción comunal, Es mirar, pero venga miremos, fortalezcamos. Ese es. Es mirar esas necesidades que ese medio de comunicación tiene dentro de la comuna para ser fortalecido y sea reconocido en su barrio, sector comuna y ciudad como medio comunitario que apenas esta naciendo, o lleva tantos años o que no se le ha visibilizado el parámetro. No podría decir los parámetros, pero sí cómo deberían ser.