



Vigilada Mineducación

ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, CIUDADANOS Y COMUNITARIOS DE MEDELLÍN DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS BENEFICIARIOS

PERCEPTION ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF THE PUBLIC POLICY OF ALTERNATIVE, INDEPENDENT, CITIZEN AND COMMUNITY MEDIA AND COMMUNICATION PROCESSES OF MEDELLÍN FROM THE PERSPECTIVE OF ITS BENEFICIARIES

ANA ISABEL RIVERA POSADA

Tesis de Maestría

Asesor

Juan Gonzalo Betancur B.

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE HUMANIDADES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA
MEDELLÍN
2023

CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
Comunicación local temprana	7
En planes e instancias.....	9
Una idea de política pública	9
Incidencia, poca	10
ASPECTOS METODOLÓGICOS	12
CAPÍTULO 1	15
DESARROLLO DE LOS MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, CIUDADANOS Y COMUNITARIOS DE MEDELLÍN.....	15
Panorama actual de los medios y procesos de comunicación en la ciudad	27
CAPÍTULO 2.....	30
MOMENTOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, CIUDADANOS Y COMUNITARIOS DE MEDELLÍN.	30
El Acuerdo que dio vida a la Política Pública	32
Fomento al derecho a la información y a la libre expresión	32
Fomento a la participación ciudadana	32
Identificación.....	33
Inclusión.....	33
Articulación	33

Autonomía	33
Coordinación y corresponsabilidad	34
Seguimiento y evaluación	34
El camino a la formulación de la Política Pública	35
Resumen de la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para Medellín.....	39
¿CÓMO FUE ESE PROCESO DE CREACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA? ..	39
Puesta en marcha de la Política Pública	42
La Política Pública en el Plan de Desarrollo Medellín Futuro 2020-2023.....	44
Acciones posteriores a la creación de la Política Pública.....	47
Acciones del Plan Estratégico del mediano y largo plazo que están pendientes	48
Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de la Política Pública.....	49
CAPÍTULO 3	50
PERCEPCIONES DE ALGUNOS REPRESENTANTES DE LOS MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN	50
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	74
Para la Alcaldía	74
Para los MAICC.....	77
Para el Concejo de Medellín	78
Conclusión final	79
REFERENCIAS	81

LISTA DE FIGURAS

<i>Ilustración 1 Formulario compartido con periodistas para aplicar la encuesta.</i>	<i>13</i>
<i>Ilustración 2 Diagnóstico de medios alternativos de comunicación entre 2005 y 2017 en Medellín</i>	<i>30</i>
<i>Ilustración 3 Crecimiento de medios alternativos, independientes comunitarios y alternativos de Medellín entre 1990 y 2015</i>	<i>31</i>
<i>:Ilustración 4 Dimensiones estimadas dentro de la Política Pública Eafit 2017</i>	<i>36</i>
<i>Ilustración 5 Indicadores de producto en el Plan de Desarrollo 2020 – 2023</i>	<i>45</i>
<i>Ilustración 6 Infografía de la Política Pública de MCAICC</i>	<i>46</i>
<i>Ilustración 7 Comuna o Corregimiento de Medellín donde se desarrolla su proceso comunicativo</i>	<i>51</i>
<i>Ilustración 8 Fortalecimiento de los MAICC con la P.P.</i>	<i>53</i>
<i>Ilustración 9 Acceso a la información pública o institucional para los MAICC.</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 10 Autonomía de los MAICC implementación de la P.P.</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 11 Incidencia de los MAICC a partir de la implementación de la Política Pública</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 12 Corresponsabilidad de los MAICC en la implementación de la Política Pública</i>	<i>64</i>

RESUMEN

Las políticas públicas tienen como objeto resolver diferentes tipos de problemas públicos que afectan a un sector determinado. La Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios de Medellín, que entró en vigencia en 2019, pretende aportar al fortalecimiento de todos los actores involucrados en el sector y garantizar el derecho a la comunicación en la ciudad, además de apoyar la sostenibilidad tanto económica como social y jurídica. Aunque es aún incipiente el desarrollo de esta política y se encuentra en sus primeras etapas, este trabajo pretende abordar un análisis inicial sobre cómo ha sido su implementación y cuáles son los principales retos para las fases siguientes. Es así como este texto presenta la revisión de algunas categorías enmarcadas en el derecho a la comunicación y qué tanto la política pública ha favorecido el fortalecimiento de los medios y procesos de comunicación y a partir de su cualificación, su incidencia en la esfera pública.

Palabras claves: Comunicación ciudadana y comunitaria, Derecho a la comunicación, Medios de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios, MAICC, Incidencia, Gobernanza, Fortalecimiento, Sostenibilidad económica, Sostenibilidad social, Sostenibilidad jurídica

ABSTRACT

Public policies aim to address various types of public issues that affect a specific sector. The Public Policy for Alternative, Independent, Citizen, and Community Media and Communication Processes in Medellín, which came into effect in 2019, seeks to contribute to the strengthening of all stakeholders in the sector and ensure the right to communication in the city. Additionally, it aims to support economic, social, and legal sustainability. Although the development of this policy is still in its early stages, this work intends to provide an initial analysis of its implementation and the main challenges for subsequent phases. Thus, this text presents a review of some categories framed within the right to communication and how much the public policy has favored the strengthening of media and communication processes and, through its qualification, its impact on the public sphere.

Keywords: Citizen and Community Communication, Right to Communication, Alternative, Independent, Citizen, and Community Media, AICCM" (Alternative, Independent, Citizen, and Community Media) in English, Impact, Governance, Strengthening. Economic Sustainability, Social Sustainability, Legal Sustainability,

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos 35 años de la historia de Medellín, por lo menos, los medios de comunicación locales han estado presentes acompañando las luchas en los barrios y rincones de la ciudad, además de ser las voces de las comunidades que no tenían otras maneras de expresarse.

En esos vaivenes han nacido, muerto y renacido muchos procesos de comunicación y otros se han transformado también, pasando de sistemas análogos a digitales. La ciudad ha llegado, en diferentes épocas, a contar hasta con 250 medios distribuidos en las 16 comunas y los cinco corregimientos. Muchos perduran hasta hoy, a pesar de las dificultades para la sostenibilidad económica, la pandemia por Covid-19 que menguó a varios y el vertiginoso avance de la tecnología hacia nuevos formatos comunicacionales digitales, transformación que también ha hecho que algunos desaparezcan al no ser capaces sus representantes o artífices de adaptarse a los cambios y aprender. No había en Medellín una Política Pública para este tipo de medios, hasta 2019, cuando luego de un largo proceso, la Alcaldía la creó mediante decreto.

COMUNICACIÓN LOCAL TEMPRANA

Desde comienzos de los años 80, la fiebre de comunicar en Medellín se instalaba en zonas como la Noroccidental, donde nació, en el Barrio Kennedy, la Corporación Educativa y Cultural Simón Bolívar, que realizaba procesos de comunicación y formación. En 1987 se funda la Corporación Antena Parabólica El Salvador (Corapsal) y en 1990 nacen el periódico impreso Vivir en El Poblado (el decano de los medios locales de Medellín, que aún sobrevive) y la Televisión de San Cayetano, en Aranjuez.

A partir de entonces se dio una oleada de creación de medios comunitarios y locales en la ciudad y se multiplicaron de manera vertiginosa en las siguientes dos décadas. A pesar de esto y de su considerable incidencia en procesos de ciudad, el accionar

de los medios no despertó el interés de ningún alcalde, menos aún pensar en incluir una línea o componente específico en los planes de desarrollo al iniciar los gobiernos, lo cual sólo se materializa hasta la alcaldía de Sergio Fajardo, en 2004. Esos primeros medios, que no eran aún tan visibles para la ciudad, se ocupaban de las vivencias de las comunidades, de sus principales luchas por lograr mejores condiciones de vida y muy especialmente de las dinámicas cotidianas en sus barrios y veredas.

Volviendo a los 90, Medellín se mostraba como una ciudad que requería periodismo y comunicación locales, sectorizados, más allá de lo que ofrecían (y ofrecen) los grandes medios regionales que no miraban los territorios desde adentro (hoy un poco más). Se recuerdan ejercicios interesantes de aquella época como los recorridos barriales que realizaba *El Colombiano* y publicaba diariamente. También la serie *Derribemos el Muro*, de unos 30 informes, creada para generar comprensión sobre la situación de las zonas Nororiental y Noroccidental, en momentos en que los jóvenes de estas comunas eran estigmatizados y mal vistos en el resto de la ciudad. Dicha serie fue de tal impacto que resultó ganadora de un Premio de Periodismo Simón Bolívar. Así mismo, un suplemento diario que publicaba el Periódico *El Mundo (La Metro)* y proyectos que perduran en la memoria como *Arriba mi Barrio*, creado por la Consejería Presidencia para Medellín y el Área Metropolitana en 1991, además de la serie para televisión *Muchachos a lo Bien*, producida por la Corporación Región y la Fundación Social. Todos estos esfuerzos comunicativos, generados desde las organizaciones sociales y culturales, con apoyo estatal o institucional, confluían alrededor de la crisis que vivía Medellín para la época, propiciada por el apogeo del narcotráfico y la afectación, principalmente, a los más jóvenes de la ciudad.

Esas ganas de contar la ciudad, siempre, en todas las épocas, buenas o no, es, tal vez, la principal razón por la cual y a pesar de las dificultades, las circunstancias y

la falta de condiciones de sostenibilidad, en la ciudad siguen creándose medios de comunicación locales, hoy ya en diversos formatos.

EN PLANES E INSTANCIAS

En 2004, con la llegada de Sergio Fajardo Valderrama a la Alcaldía de Medellín, la comunicación ingresa por primera vez en la ciudad al Plan de Desarrollo y empiezan a considerarse importantes los medios de comunicación locales como motores para el desarrollo de los territorios y a asignárseles recursos. De ahí en adelante, los gobiernos han considerado importante incluirlos, también como una posibilidad para la propaganda gubernamental, pues son una posicionada herramienta en territorio para hacer eco de los programas institucionales en cada una de las comunas y corregimientos.

Para comienzos de la década del 2010 ya los representantes de los medios de comunicación locales tenían un asiento como sector en el Consejo Municipal de Cultura y en esa representación pudieron participar de la formulación del Plan de Desarrollo Cultural 2011-2020 *Medellín, una ciudad que se piensa y se construye desde la cultura*.

Sin embargo, estar presentes y de manera explícita en los planes de desarrollo no les daba a los medios de comunicación comunitarios y alternativos una posibilidad real de fortalecerse, consolidarse o recibir recursos para su sostenibilidad. Continuaba siendo un sector importante en barrios y veredas, pero con serias dificultades para sostenerse y permanecer en el tiempo.

UNA IDEA DE POLÍTICA PÚBLICA

En ese escenario y por la insistencia de muchos de los medios, especialmente de los independientes (concesionarios de radio con espacios alquilados en emisoras comerciales), surge la idea por parte del entonces concejal Carlos Alberto Zuluaga

Díaz de crear mediante acuerdo una Política Pública para los medios de comunicación comunitarios, que más adelante tendrían más apellidos.

Es así como en 2013 el Concejo aprueba la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Locales y empieza el camino del sector hacia su organización y fortalecimiento.

Sin embargo, seis años más tuvieron que pasar, hasta finales de 2019, para que el gobierno de Federico Gutiérrez Zuluaga, al final de su período, se decidiera a reglamentar el acuerdo del Concejo y formulara la política pública que no alcanzó a poner en marcha. Posteriormente, el desconocimiento frente al tema evitó que la comunicación comunitaria y la política pública estuvieran incluidas en el programa de gobierno de Daniel Quintero antes de ser elegido alcalde, en 2019. Al llegar el nuevo gabinete, en 2020, gracias a la insistencia de colectivos y organizaciones sociales de la ciudad que defienden el derecho a la comunicación, la Secretaría de Comunicaciones asumió la implementación de la Política Pública. Apenas va a cumplir cuatro años, por lo que aún no ha sido evaluada en impacto y resultados. Justo ahí nace este trabajo de grado que, a propósito de la reciente puesta en marcha de la política pública, con un sector aún desunido, dividido, poco fortalecido y con baja incidencia en las instancias de participación de la ciudad, requiere empezar a mirarse con ojos de evaluación para revisar qué se ha hecho, si ha sido efectiva o si necesita acciones diferentes para generar un verdadero fortalecimiento del sector de los medios y procesos de comunicación locales en la ciudad.

INCIDENCIA, POCA

Aunque en los años 90 y 2000 los medios de comunicación locales tuvieron alta incidencia en los procesos de Medellín y, tal vez por la necesidad explícita de la ciudad en su recuperación – reconstrucción- del fenómeno del narcotráfico, entre otras problemáticas que tenía la capital antioqueña, para la siguiente década y en la actualidad, esa incidencia no es tan visible ni determinante. Muchos de estos

medios y procesos se han dedicado a reproducir textualmente los contenidos que la institucionalidad les comparte, han dejado de hacer productos propios y, peor aún, han perdido conexión con esas audiencias y comunidades que fueron la razón de ser de su creación. Otros, más comprometidos con sus territorios, luchan contra viento y marea por permanecer y continuar sus labores, en medio de inequidad, falta de recursos, estigmatización por sus posiciones editoriales y censura.

Por eso hoy es fundamental preguntarse, de acuerdo con el ánimo con el que se creó, si la política pública ha ayudado a fortalecer dicha incidencia y si ha permitido al sector de los medios y procesos de comunicación locales entender su papel preponderante en el desarrollo de la ciudad y de cada uno de sus territorios para materializarlo con responsabilidad y sentido de pertenencia.

Es justamente ahí donde este trabajo espera hacer su aporte para lo que sigue en la implementación de la política pública y es analizar cómo se está ejecutando la *“Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para Medellín”*, según la percepción que tienen los beneficiarios de esta política gubernamental del Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín.

En esa medida, se espera conocer las percepciones que tienen los beneficiarios de la Política Pública en relación con la forma cómo la Alcaldía Distrital de Medellín ha desarrollado hasta ahora su puesta en marcha; revisar, a la luz de las categorías de Derecho a la Comunicación, Incidencia de la ciudadanía en la agenda pública y Gobernanza los temas en que ha avanzado la Política Pública, cuáles han tenido un desarrollo medio y en cuáles no hay avances y, muy especialmente, proponer recomendaciones que puedan ser tenidas en cuenta por el próximo gobierno para realizar acciones de mejora e introducir correctivos para la continuación del desarrollo de la Política Pública.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Además de la revisión documental y bibliográfica de los documentos previos para la formulación de la política pública y de diagnósticos anteriores contratados por la Alcaldía de Medellín, para este trabajo se realizaron cinco (5) entrevistas semiestructuradas con representantes de medios y procesos de comunicación de la ciudad. De ellos, dos (2), quienes cuentan con amplia experiencia y adscritos a medios de comunicación consolidados, con más de 10 años de trayectoria y que hacen parte del Comité de la Política Pública y los tres (3) restantes corresponden a personas que han sido críticas frente a los procesos de puesta en marcha de la política y también hacen parte de organizaciones con más de 15 años de funcionamiento. Fueron dos hombres y tres mujeres. Serán nombrados en este documento con códigos, para evitar que sean estigmatizados o señalados por sus posiciones o pronunciamientos. Se sabe que esto ya ha ocurrido en el pasado con otros colegas, entonces se quiere evitar que esto suceda y en aras de que este documento, con un principio académico, si es leído por alguien de la administración distrital o por representantes de otros medios y procesos de comunicación, no pueda identificarse a quienes participaron, salvo a la autora de este trabajo académico. Lo importante es que, dada la trayectoria de los participantes, es posible afirmar que son profesionales idóneos para emitir su opinión en relación con las preguntas que se les hicieron.

Estas fueron las preguntas que se les solicitó responder y con ese encabezado: Teniendo en cuenta el problema público que dio origen a la Política Pública (PP) de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC), definida como “Débiles capacidades del Estado, la sociedad civil y los procesos y medios de comunicación alternativos, independientes,

comunitarios y ciudadanos para cumplir con el fin último de la comunicación: informar, incidir y movilizar”, responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cree que los MAICC se han fortalecido con la puesta en marcha de la PP? Explique.
2. ¿Con la entrada en vigencia de la PP se garantiza el acceso equitativo a la información para los MAICC? Explique.
3. ¿Considera que se ha favorecido la autonomía de los MAICC con la puesta en marcha de la PP? Explique.
4. ¿Cree que la PP ha propiciado y fortalecido los niveles de incidencia de los MAICC en los territorios y en la ciudad? Explique.
5. ¿Cuál es su opinión sobre la corresponsabilidad de los MAICC en la puesta en marcha y desarrollo de la PP?
6. ¿Cuáles considera que han sido las falencias de la puesta en marcha de la PP?
7. ¿Qué recomendaciones haría para la ejecución de las etapas del mediano y largo plazo de la PP?

De igual manera, se envió un formulario de Google, dirigido a representantes de medios y procesos de comunicación en la ciudad de Medellín, que contenía algunas preguntas cerradas, pero también la posibilidad de dejar comentarios y recomendaciones. El enlace del formato fue este:

<https://forms.gle/W26jgED8d7s6niKUA>

A pesar de que el formato estuvo abierto entre el 8 y el 30 de mayo, se reiteró invitación a participar y replicar en repetidas ocasiones a diferentes colegas. A este llamado respondieron 12 personas, de las cuales nueve (9) son hombres y tres (3) mujeres.

Ilustración 1 Formulario compartido con periodistas para aplicar la encuesta.



MAESTRÍA EN
COMUNICACIÓN
POLÍTICA

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA. Resolución 1056 del 2019. Vigencia por 7 años. 3 Semestres

Encuesta para elaboración de tesis de grado de la Maestría en Comunicación Política de Eafit

Este formato pretende generar insumos para la tesis de grado de la **Comunicadora Social - Periodista Ana Isabel Rivera Posada**, para optar por el título de Magíster en Comunicación Política de EAFIT.

El tema de la tesis es **Percepción de la implementación de la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para Medellín (MAICC), desde la perspectiva de sus beneficiarios** (es decir, los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín).

Por ser un trabajo académico, los datos aquí consignados solamente serán utilizados para labores académicas y no serán revelados, respetando los principios de la Ley de Habeas Data. Responder este formato le puede tomar entre cinco y 10 minutos.

GRACIAS POR LA DISPOSICIÓN.

Fuente: elaboración propia

Los resultados de ambos instrumentos estarán en un capítulo especial más adelante. Sí se puede mencionar que la gran conclusión de estas conversaciones es que la implementación de la política pública presenta desafíos pendientes. A pesar de los esfuerzos parciales que se han hecho hasta ahora y de la puesta en marcha en el corto plazo, la política pública no ha logrado fortalecer plenamente a los medios y procesos de comunicación ni aumentar su impacto en los territorios. Esto, en parte, debido a la falta de voluntad política, dificultades en el acceso a la información, limitaciones en la autonomía de los medios y una corresponsabilidad insuficiente. Se plantean recomendaciones como reflexionar sobre la génesis y relevancia de los medios comunitarios, fortalecer su acceso a la información,

promover la autonomía y fomentar una verdadera participación ciudadana, entre otros aspectos.

CAPÍTULO 1

DESARROLLO DE LOS MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, CIUDADANOS Y COMUNITARIOS DE MEDELLÍN

Hay algunos acontecimientos que marcan la línea de tiempo del surgimiento de los medios y procesos de comunicación en la ciudad y la formulación de la Política Pública. Se destacan los siguientes hechos registrados en el Documento Base del Fortalecimiento del Proceso de la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios (EAFIT, 2017) y en otros documentos del histórico del camino de estos actores en la ciudad:

1958, se crean las Juntas de Acción Comunal, JAC, como organizaciones comunales cuyo objetivo era ayudar a la construcción y mantenimiento de la infraestructura en barrios y veredas. Este asunto es importante porque algunos medios de comunicación locales fueron creados o están en manos de estas organizaciones.

1970 – 1980, primeras configuraciones de los territorios con apoyo de colectivos obreros, movimientos sindicales e iglesia católica. Al final de la década de los 80 empiezan a crearse los primeros medios y colectivos de comunicación en los barrios para apoyar las luchas por las necesidades básicas.

Década de 1980, aparición del narcotráfico y la conformación de milicias populares o grupos armados ilegales conformados por muchachos especialmente de las comunas de las zonas Nororiental y Noroccidental de

Medellín. Fue la época del “No Nacimos pa’ Semilla”, “Incremento de procesos organizativos locales”. Nacimiento de los primeros medios alternativos en forma de canales barriales de televisión y antenas parabólicas. (EAFIT, 2017, p. 10)

En 1991, Medellín tenía la tasa más alta de homicidios del mundo (375 homicidios por cada 100 mil habitantes). Para ese año la ciudad contaba con el periódico Vivir en El Poblado, que terminaría convirtiéndose en el decano de los medios alternativos impresos en Medellín.

Para ese mismo año se aprueba en Colombia una nueva Constitución Política mediante el proceso de Asamblea Nacional Constituyente.

Se crea la Consejería Presidencial para Medellín y su Área Metropolitana, como la salida para el fortalecimiento de las capacidades del gobierno local, la planeación participativa, el Programa Integral de Mejoramiento de Barrios Subnormales de Medellín (PRIMED) y el impulso a la participación de jóvenes vulnerables y afectados por el conflicto armado, con acciones que incluían estrategias comunicativas.

Se recuerda con gratitud la experiencia de la Consejería Presidencial para Medellín y su Área Metropolitana porque sus estrategias de comunicación y el acompañamiento a los jóvenes en las comunas evitaron muchas muertes al reconvertir a estos muchachos con alta vulnerabilidad y posibles peones del narcotráfico en líderes de sus comunidades y en exitosos gestores sociales que todavía inciden en sus barrios y comunas.

En 1992, la Corporación Región, Comfama y la organización Gente Nueva crean el Seminario de Periodismo Juvenil. Este hito es crucial como génesis de algunos medios locales y también para la cualificación de jóvenes que entonces decidieron

estudiar Comunicación Social o periodismo y hoy son directores o artífices de procesos comunicacionales en Medellín.

En 1996, se crea el Sistema Municipal de Planeación, mediante el Acuerdo 043 de 1996 que “es la base para la creación posterior de la presupuestación participativa definición de las obras y los proyectos desde las comunidades” (EAFIT, 2017, p. 11)

En 2004, el tema de Comunicaciones es incluido por primera vez en un Plan de Desarrollo Municipal 2004-2007 -Medellín, compromiso de toda la ciudadanía, Estaba en la *Línea 1, Medellín gobernable y participativa, Componente Organización y participación ciudadana, Programa Comunicación pública para la convivencia y la participación ciudadana*. Se expresaba en dicho plan que buscaba ...garantizar a la ciudadanía el acceso a una información legible, oportuna, suficiente y veraz para promover la movilización y participación en la concertación de propuestas que mejoren la convivencia ciudadana, mediante programas que favorezcan la inclusión de los ciudadanos y las ciudadanas, el reconocimiento y la valoración de la diversidad de saberes, de conocimientos y formas de relacionarse”. Aquí es cuando empieza a hablarse de la creación de la primera Red de Medios Alternativos de Medellín (Redecom) como un indicador de ese plan de desarrollo. (Alcaldía de Medellín, 2004, p. 31)

También nace el Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo (PL y PP), que apoya el fortalecimiento y creación de muchos medios de comunicación locales en Medellín. El Presupuesto Participativo sigue siendo muy importante, porque, todavía hoy, hay procesos que se financian y se sostienen con estos recursos económicos aprobados por las comunidades. El Presupuesto Participativo corresponde al 5% del presupuesto total del Distrito de Medellín, que se distribuye entre las 16 comunas y los cinco corregimientos, según un techo presupuestal que define el Departamento Administrativo de Planeación (DAP), de acuerdo con el

Índice Multidimensional de Condiciones de Vida (IMCV) y el número de habitantes. A mayores necesidades básicas insatisfechas, el techo presupuestal es más alto y viceversa. Una vez conocido el presupuesto asignado a cada comuna y corregimiento, las comunidades deciden en qué proyectos de su Plan de Desarrollo Local se va a invertir. De esta manera nacieron, crecieron, se consolidaron y se sostienen muchos medios y procesos de comunicación locales. Por falta de este presupuesto, otros desaparecieron.

En 2005, la Alcaldía de Medellín contrata una consultoría con Comfama para realizar el Diagnóstico de Medios, cuyo objeto era “brindar elementos técnicos y estratégicos para la estructuración de una Red de Medios Alternativos y Comunitarios para la ciudad de Medellín”. (EAFIT, 2017, p. 12). Según investigaciones realizadas para este contrato por los comunicadores Mónica María Valle Flórez y Luis Carlos Hincapié Muñoz (Alcaldía de Medellín y Comfama, 2005), había en la ciudad de Medellín 129 medios de comunicación, de los cuales 60 eran impresos. Se hablaba entonces también de la Red de Medios Alternativos de Comunicación para la Convivencia Ciudadana, inscrita como un indicador dentro del Plan de Desarrollo Municipal 2004-2007 (Sergio Fajardo Valderrama). Para dicho proceso, la Alcaldía de Medellín contrató con Comfama la “Consultoría para la estructuración de una Red de Comunicación Orientada a la Convivencia Ciudadana a partir de la identificación, cualificación y concurso de medios alternativos en Medellín.” (2005)

En 2006, se crea la Red de Medios Alternativos y Comunitarios de Medellín – Redecom que nació con la participación de 27 medios, aunque inició actividades con 68. Se creó con el objetivo de “Articular los Medios y Procesos de Comunicación Alternativos y Comunitarios de la Ciudad de Medellín, a través del intercambio de experiencias y la defensa del Derecho a la Información, contribuyendo al desarrollo social y la convivencia ciudadana”. Cuentan algunos participantes de aquella juntanza, que Redecom fue polémica en su conformación y en su disolución. En los

inicios se hicieron talleres, capacitaciones y reuniones durante un poco más de un año, con acompañamiento de la Alcaldía de Medellín, el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria (Dansocial) y la Federación Antioqueña de ONG's, para hacer diagnóstico del sector y definir un plan estratégico con acciones encaminadas a la consolidación y oficialización de la red, desde lo legal.

Cuentan estos voceros que hubo varias reuniones para la protocolización de la red, en 2007 y algunas de las partes no llegaban, lo cual fue generando desgaste y desconfianza entre los integrantes. También señalan los documentos oficiales que, entre las dificultades, estaban que los primeros acercamientos de la entidad de empresarismo social (Dansocial) fueron improvisados; no hubo claridad en el objetivo del proyecto ni en la transmisión de los contenidos, lo que generó confusión interna y retraso en los tiempos del proyecto; la información suministrada por parte de las entidades aliadas no fue satisfactoria para las expectativas de los participantes y hubo intereses en contraposición. afirma el documento de sistematización de la experiencia de la Redecom (FAONG – Dansocial:

Por un lado, Dansocial y Empresarismo, procurando fortalecer empresas de carácter social sin el conocimiento de las necesidades y expectativas de los miembros de la organización; por otro lado, La Redecom, queriendo impulsar el trabajo en red y sin consolidar aún su estructura organizativa. En este sentido, el proyecto es asumido como una imposición que debe llevarse a cabo en un tiempo estipulado, y no como una propuesta de fortalecimiento para consolidar efectivamente la organización. (2008, p.41).

Algunos de los principales aspectos por los cuales se fue acabando la organización, según un integrante de la época, es que muchos de los medios participantes no se habían formalizado y eso les impidió participar de la legalización en Cámara de Comercio; varios líderes claves se fueron alejando para retomar el trabajo en sus

comunas y corregimientos, que consideraron más importante que apoyar una red con poco futuro; la conformación de una organización de segundo nivel (con la protocolización ante Cámara de Comercio) que era difícil mantener mientras los medios participantes no tuvieran garantizada su sostenibilidad; un gobierno de mucho apoyo (el de Sergio Fajardo Valderrama), durante el cual se creó la red y el siguiente gobierno, de desconocimiento e invisibilización de la organización (Alonso Salazar).

Por último, el ruido y desconfianza, resultados de un contrato que se hizo con una agremiación local, que tuvo presuntos malos manejos y originó señalamientos a la junta directiva de Redecom por supuesta malversación de fondos. Posterior a esto, la red fue muriendo por desconfianza, deserción de sus miembros y se diluyó, hasta ser cancelada su constitución. (Entrevista antiguo miembro de Redecom, 2023).

Para 2008 se incluye el tema de comunicaciones en el Plan de Desarrollo 2008-2011 Medellín ES Solidaria y Competitiva (Alonso Salazar Jaramillo). Estaba en la *Línea 6: Institucionalidad democrática y participación ciudadana, 6.2. Componente: Transparencia y gestión orientada a resultados, 6.2.2. Programa Comunicación pública para fortalecer la democracia, 6.2.2.3 Proyecto Fortalecer y articular red de canales y emisoras comunitarias, locales e independientes de las comunas y los corregimientos.* (Alcaldía de Medellín, 2008, p. 134).

En 2012, se incluye en el Plan de Desarrollo 2012-2015 Medellín un hogar para la vida (Aníbal Gaviria Correa) el tema de comunicaciones en la *Línea 5. Legalidad, legitimidad e institucionalidad para la vida y la equidad, Componente 2 Sociedad Participante, Programa: Comunicación Política y Democracia.* (Alcaldía de Medellín, 2012, p. 314).

En el primer año de gobierno se crea la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, mediante Decreto 1364 de 2012, artículo 76, como la “dependencia encargada de definir las políticas de comunicaciones y la “planeación, coordinación,

ejecución y evaluación de estrategias de carácter informativo, corporativo, institucional y de movilización de la Administración Municipal.” (EAFIT, 2017, p. 12). Este hecho fue fundamental para el acompañamiento y desarrollo de los medios y procesos de comunicación locales porque, no sólo aumentó el presupuesto para la dependencia, sino que al ser una secretaría y no una dirección (que antes dependía de la Secretaría General) ya era autónoma para plantear sus propios programas, proyectos, metas e indicadores.

En 2013, el Concejo de Medellín aprueba el Acuerdo 073, que da los lineamientos para la formulación de la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín. Este es un hito importante porque es el acuerdo que le da nacimiento a la política pública.

En 2015, la Alcaldía de Medellín contrata una Consultoría con la Universidad de Medellín para realizar el Diagnóstico para la formulación de la Política Pública. En ese estudio la Universidad de Medellín encontró que se identificaron alrededor de 120 medios de comunicación en la ciudad, de los cuales 24 estaban en la Comuna 10-La Candelaria; adicionalmente, 41% eran impresos, 14% radio, 10% televisiones y productoras audiovisuales y 15% medios virtuales vinculados a Internet. El 20% restante eran formatos combinados o colectivos de comunicaciones. Aunque este diagnóstico ahondó con una encuesta a los representantes de los medios sobre la sostenibilidad económica, recursos, estructura interna y estratégica, imagen organizacional, plan de negocios, públicos objetivo y temáticas que tratan, entre otros, el documento final no profundiza en las problemáticas pues se queda en la cifra. Es un diagnóstico cuantitativo, más lo cualitativo, que hubiera podido aportar a los retos y desafíos para superar, en la política pública se diluyó en un documento con muchos porcentajes. Por esto fue que posteriormente, en el siguiente gobierno, algunos representantes del sector consideraron que ese diagnóstico estaba incompleto, no había sido incluyente con todos los medios y procesos de

comunicación de la ciudad y debía ajustarse, antes de ser la base para la formulación de la política pública.

Para 2016, se incluye la comunicación comunitaria como parte de los indicadores del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 Medellín Cuenta con Vos (Federico Gutiérrez Zuluaga). Aparecía en *1.2 Reto Medellín Participativa, 1.2.1 Programa: Promoción de la organización, la movilización y la formación para la participación, 1.2.1.6 Proyecto: Medios Ciudadanos para la interacción y la movilización social*. Expresaba dicho plan que

Reconocemos los medios comunitarios como herramientas fundamentales para la democracia, la libre expresión ciudadana y el derecho de acceso a la información. Por eso mediante este proyecto definiremos acciones estratégicas para el fortalecimiento de sus procesos con miras al diálogo ciudadano-gobierno y la movilización social. Estas acciones estarán acompañadas de la implementación de la política pública para medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos contenida en el Acuerdo Municipal 073 de 2013, con lo que se busca promover y fortalecer los procesos de comunicación en los territorios como canales fundamentales para la participación. (Alcaldía de Medellín, 2016, p. 124).

En 2017, la Alcaldía de Medellín contrata a la Universidad EAFIT para la segunda fase para la estructuración de la Política Pública y de acuerdo con las recomendaciones de algunos miembros del sector, en relación con el diagnóstico anterior, ejecutado por la Universidad de Medellín. El trabajo de EAFIT, que fue juicioso y con rigor a lo largo de casi dos años, fue la base para la reglamentación del Acuerdo 073 que creó la Política Pública y para su formulación, que finalmente vio la luz en 2019.

En 2019, se expide el Decreto 2124 que crea la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios para Medellín.

Como parte de ese listado de medios y procesos que nacieron antes de finalizar el siglo XX en Medellín están:

- Corporación Educativa y Cultural Simón Bolívar: creada en 1980, que empezó con procesos de comunicación y formación en el Barrio Kennedy, de la zona Noroccidental de Medellín. Además de realizar formación a nuevos comunicadores populares, tiene a su cargo la operación de la emisora Zona Radio 88.4 FM, una de las tres emisoras comunitarias aprobadas por el Ministerio de las Tic en 2009.
- Corporación Antena Parabólica El Salvador (Corapsal), 1987 (Televisión)
- Generación (medio de la Fundación para el Bienestar Humano), 1987 (Impreso)
- Vivir en El Poblado, 1990 (Impreso)
- TV San Cayetano, 1990 (Televisión)
- Solar Producciones, 1990 (Productora audiovisual)
- Corporación Convivamos, 1990 (Organización social y Colectivo de Comunicación)
- La Hoja, 1992 (Impreso)
- Antena Parabólica Castilla, 1992 (Televisión)
- Antena Parabólica Doce de Octubre, 1992 (Televisión)
- Antena Parabólica López de Mesa, 1992 (Televisión)
- Coproken, 1992 (Televisión)
- Signos desde la 13, 1999 (Impreso)
- Ciudad Rural, 1999 (Impreso)
- Viviendo Santa Elena, 1999 (Impreso)

- Corporación Picacho con Futuro, 2000 (Organización social y Colectivo de Comunicación)
- Revista El Titiritero, 2000 (Impreso)
- ViBelén, 2000 (Impreso)

Otros medios nacidos en los primeros años de la década de los 2000:

- El Nororiental, 2002 (Impreso)
- Ciudad Mota, 2002 (Impreso)
- Centrópolis, 2003 (Impreso)
- Revista Historias Contadas, 2003 (Impreso)
- Periódico El Sol, 2003 (Impreso)
- La Ventana, 2003 (Impreso)

Para el año 2006, gracias al Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo (PL y PP), en varias de las comunas y corregimientos de Medellín se priorizaron recursos para fortalecimiento y creación de nuevos medios de comunicación en zonas donde no existían y fueron en su mayoría impresos. Así nacieron, por ejemplo:

- Periódico La 1 (Impreso)
- El Megáfono (Impreso)
- Mi Comuna 2 (Impreso)
- Tinta Tres (Impreso)
- La Pupila (Impreso)
- Sexto Sentido (Impreso)
- Habitante 7 (Impreso)
- Visión 8 (impreso)
- Voces de la 8 (Radio)

- Epicentro (Impreso)
- La Once Radio (Radio)
- Presencia 15 (Impreso)
- Periódico El Taller (Impreso)
- Periódico La Nota (Impreso)
- Conexión (Impreso)
- Altavista Somos (Impreso)

Esta inyección de capital con el Presupuesto Participativo (PL y PP), cercana a los 500 millones de pesos para la vigencia 2006, hizo que muchos de los medios de comunicación locales se acomodaran en la posición de producir contenidos sólo contando con los recursos de Presupuesto Participativo y llevó a que varios de ellos se convirtieran en lo que en la ciudad se conoce como “PP-dependientes”.

Por la falta de autogestión, muchos de estos medios y procesos desaparecieron y varios también perduran, pues han encontrado diversas formas de gestionar la sostenibilidad económica, como las alianzas, las convocatorias, la cooperación internacional o la incursión en otras líneas de trabajo. Sin embargo, el tema de la sostenibilidad siempre ha sido uno de los más críticos en la cadena de valor del sector de los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, ciudadanos y comunitarios. (Reflexión personal, como interventora para la Dirección de Comunicaciones de los procesos de comunicación de P.P. en comunas y corregimientos, Alcaldía de Medellín, 2006).

Hay que mencionar también otros aportes, aunque del Departamento de Antioquia, como Comvite, proyecto para el fortalecimiento de los medios locales de comunicación por la equidad y la vida en Antioquia, realizado en 2005, por la Gobernación de Antioquia y su Gerencia de Comunicación Pública, el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA), la Universidad de Antioquia (Departamento de Servicios Audiovisuales, la Facultad de Comunicaciones y la Emisora Cultural) y

Comfenalco. Apoyaron también la iniciativa Asencultura, el Canal Universitario de Antioquia, el Consejo Departamental de Medios Ciudadanos y Comunitarios, el Consejo Municipal de Cultura de Medellín y su área de Medios de Comunicación, Ministerio de Cultura, Plan Estratégico de Antioquia (PLANEA), Programa Desarrollo para la Paz (Prodepaz), la Universidad de Medellín y Teleantioquia.

El proyecto buscaba adelantar un proceso para “fortalecer sus capacidades conceptuales, administrativas, técnicas, de producción, de cooperación y de trabajo en equipo para que sus mensajes impacten y convoquen realmente a las poblaciones sobre las cuales inciden alrededor de propósitos colectivos”. (Comfama, 2006, p.33). Según el Diagnóstico de los Medios Alternativos y Comunitarios de Medellín 2005/2006, ese proyecto Comvite señalaba la existencia de 308 medios en Antioquia, de los cuales 134 eran emisoras, 120 canales de televisión y 54 impresos. De estos, en Medellín estaban 129 de esos medios, 60 de los cuales eran impresos. (Comfama, 2006, p.37).

También es importante destacar el nacimiento en la ciudad de colectivos de comunicaciones preocupados por los derechos y las dinámicas y sostenibilidad de los medios y procesos de comunicación locales. Están *Comunicracia (2011)*, que integra cinco (5) medios de comunicación locales, un proceso de comunicación y a dos (2) comunicadores docentes, en la defensa por el Derecho a la Comunicación. También la *Mesa de Medios de Medellín (2012)*, que reúne 75 medios y 18 procesos de comunicación (según dice en la web del colectivo) y que algunos consideran la heredera de Redecom, porque varios de sus socios fundadores hacen parte de la Mesa. Hoy funciona como agencia de noticias y como agencia de publicidad para contratar pauta. También está *SINCO (2020) (Sistema Integral de Comunicaciones)*, organización que no está activa.

Sobre los medios emergentes, los formatos desarrollados a través de redes sociales y/o digitales, los documentos oficiales previos a la promulgación de la Política

Pública no los mencionan de manera categórica. Es apenas, incluso impulsados muchos por la pandemia, que apenas estamos empezando a ver ese auge.

Según una información publicada por un periodista del diario La República en el portal DPN news, en 2021, en Colombia hay alrededor de 640 medios de comunicación digitales, muchos de los cuales nacieron en la última década (2011-2021). De esos 640, 306 nacieron directamente para Internet y redes sociales y no producen sus contenidos para otros formatos sino únicamente para los digitales, como una forma de responder a las necesidades de los nuevos consumidores. También menciona la nota, la migración de varios medios análogos a estas tipologías virtuales. Sin embargo, el artículo se refiere a los medios de comunicación regionales y a las grandes cadenas comunicativas, no a los medios de comunicación locales. (DPN News, 2021, nota de prensa en web).

De acuerdo con las cifras entregadas por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín en febrero de 2023, en la ciudad existen hoy 57 medios en formato digital, siendo los más numerosos, seguidos de los audiovisuales (33), los radiales (30) y los impresos (22), entre otros.

PANORAMA ACTUAL DE LOS MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD

Según información suministrada por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación, a través de respuesta a un Derecho de Petición, el 10 de febrero de 2023, este es el número de medios y procesos de comunicación existentes por comuna y corregimiento, en la ciudad:

Comuna/corregimiento	Número de procesos o medios
-----------------------------	------------------------------------

Comuna 1 – Popular	7
Comuna 2 - Santa Cruz	6
Comuna 3 – Manrique	10
Comuna 4 – Aranjuez	5
Comuna 5 – Castilla	12
Comuna 6 - Doce de Octubre	11
Comuna 7 – Robledo	8
Comuna 8 - Villa Hermosa	6
Comuna 9 - Buenos Aires	10
Comuna 10 - La Candelaria	17
Comuna 11 - Laureles-Estadio	16
Comuna 12 - La América	4
Comuna 13 - San Javier	11
Comuna 14 - El Poblado	3
Comuna 15 – Guayabal	7
Comuna 16 – Belén	9
Comuna 50 - Corregimiento San Sebastián de Palmitas	2
Comuna 60 - Corregimiento San Cristóbal	4
Comuna 70 - Corregimiento Altavista	3
Comuna 80 - Corregimiento San Antonio de Prado	13
Comuna 90 - Corregimiento Santa Elena	9
Total:	173

De acuerdo con los formatos y tipología, están discriminados así:

Audiovisuales: 33

Digitales: 57

Impresos: 22

Radiales: 30

Podcasts: 1

Procesos de comunicación: 4

Varios formatos: 25

CAPÍTULO 2

MOMENTOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, CIUDADANOS Y COMUNITARIOS DE MEDELLÍN.

La Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para Medellín tiene sus orígenes en los movimientos sociales de ciudad que le dieron nacimiento a la comunicación local o comunitaria en Medellín, en la década de los 80 y como maneras diversas de difundir los contenidos que los medios regionales en ese momento no registraban.

Hay tres momentos importantes de la Política Pública, en los cuales se hicieron diagnósticos sobre la situación de los medios y procesos de comunicación en la ciudad: el documento de Comfama, en 2006; el proceso realizado por la Universidad de Medellín, en 2015 y la ejecución efectuada por EAFIT en 2017. En períodos intermedios entre estas fechas no hubo ejercicios de diagnóstico en la ciudad, por lo cual no hay datos de la situación o panorama del sector y sus representantes cuando nació la Política Pública, a través del Acuerdo 073 de 2013. Lo único que da cuenta de cuántos medios (cifra aproximada) había en la ciudad para entonces son estos dos cuadros del documento de EAFIT (EAFIT, 2017, p.12).

Ilustración 2 Diagnóstico de medios alternativos de comunicación entre 2005 y 2017 en Medellín

TEMPORALIDAD	SITUACIÓN	CONSIDERACIONES
2005	Diagnóstico COMFAMA	Consultoría para la Alcaldía de Medellín, cuyo objeto era brindar elementos técnicos y estratégicos para la estructuración de una Red de Medios Alternativos y Comunitarios para la ciudad de Medellín.
2006	Red de Medios	Escenario de articulación para fortalecer las relaciones solidarias y condiciones de convivencia ciudadana en la sociedad local.
2012	Creación de la Secretaría de Comunicaciones	Decreto 1364 de 2012, artículo 76. Dependencia encargada de definir las políticas de comunicaciones y la "planeación, coordinación, ejecución y evaluación de estrategias de carácter informativo, corporativo, institucional y de movilización de la Administración Municipal."
2013	Acuerdo 073	Definición de lineamientos para la construcción de una Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de la ciudad de Medellín – MAICC.
2015	Diagnóstico Universidad de Medellín	Consultoría para Secretaría de Comunicaciones Alcaldía de Medellín (Gobierno Aníbal Gaviria Correa, 2012 – 2015).
2017	Segunda Fase PP MAICC	Consultoría Universidad EAFIT para Secretaría de Comunicaciones Alcaldía de Medellín (Gobierno Federico Gutiérrez, 2016 – 2019)

Fuente: Universidad EAFIT, 2017

Fuente: Universidad EAFIT, 2017

Ilustración 3 Crecimiento de medios alternativos, independientes comunitarios y alternativos de Medellín entre 1990 y 2015

Tabla 6 Crecimiento de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín entre los años 1980 y 2015.

Temporalidad	Cantidad	Crecimiento %	Crecimiento Cantidad
Antes 1980	3		
1980-1985	5	-3	2
1985-1990	10	150	5
1990-1995	19	80	9
1995-2000	31	33	12
2000-2005	52	75	21
2005-2010	75	10	23
2010-2015	108	43	33



Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos

Fuente: Universidad EAFIT, 2017

EL ACUERDO QUE DIO VIDA A LA POLÍTICA PÚBLICA

Para el 2013, año en que comienza a hablarse de la Política Pública, los medios de comunicación locales de Medellín presentaban dificultades comunes, las cuales podían resumirse en baja calidad, censura, participación, ausencia de normatividad y problemas para generar recursos y garantizar su sostenibilidad.

Fue entonces cuando, por la insistencia del entonces concejal Carlos Alberto Zuluaga Díaz, el Concejo de Medellín aprobó el Acuerdo 073 del 5 de diciembre de 2013, “Por medio del cual se dictan los lineamientos para la creación de una Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para el Municipio de Medellín”.

El Acuerdo señala en su Artículo 1° que la Política Pública estará dirigida a “promover y fortalecer los procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos como expresión de la participación, la cultura ciudadana y la divulgación democrática de opiniones” (Concejo de Medellín, 2013).

Sobre los principios que regirán dicha Política Pública, el Artículo 3° del mismo Acuerdo expresa que estará orientada por:

Fomento al derecho a la información y a la libre expresión

Esta política pública será diseñada bajo la premisa de que crear y gestionar medios y procesos de comunicación son derechos humanos fundamentales inherentes a todos los seres humanos, por ende, es obligación garantizar el acceso democrático e ilimitado a la información.

Fomento a la participación ciudadana

Los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos del Municipio de Medellín serán entendidos como canales de promoción y fortalecimiento de la

democracia y la participación ciudadana, por ende deben abrirse espacios para su inclusión en los procesos comunicativos que desde la Administración Municipal se inicien.

Identificación

Se tendrá la base de datos actualizada de manera permanente de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín que se encuentren legalmente constituidos, para hacer oportuna la divulgación de la información relacionada con la política pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín.

Inclusión

La política pública será construida teniendo en cuenta el acceso eficiente a la utilización de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, en condiciones de igualdad y equidad sin ningún tipo de discriminación por razones de edad, clase, raza, sexo, religión, etnia, orientación sexual, condiciones físicas, y de tal forma, propiciar que la comunidad se apropie y pueda hacer uso de estos espacios de participación y divulgación de opiniones que enriquecen el ejercicio sano de una democracia.

Articulación

Se fortalecerá el trabajo en redes articuladas de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, barriales, comunales y zonales; fomentando el apoyo mutuo entre estos, y buscando el bienestar de la población y la construcción de una ciudad más incluyente, participativa y democrática.

Autonomía

A los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos se les respetará la independencia y autonomía a sus colectivos, redes y a los procesos

comunicativos que desarrollan; debido a que como medios independientes y pluralistas, estimulan autonomía transmitiendo información y diferentes puntos de vista que fortalecen la participación de los ciudadanos.

Coordinación y corresponsabilidad

Se propenderá por una articulación y un equilibrio de responsabilidades entre los colectivos y redes de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos y la Administración Municipal en la formulación de la Política Pública a la que hace referencia el presente acuerdo.

Seguimiento y evaluación

Con el objetivo de lograr el cumplimiento de la Política Pública a la que hace referencia el presente acuerdo, se realizará seguimiento de los objetivos e indicadores para medir el impacto de la misma y se realizarán revisiones periódicas de su cumplimiento”. (Concejo de Medellín, 2013).

El acuerdo también incluye, en su Artículo 4°, las líneas estratégicas que orientarían la estructuración de la Política Pública:

Apoyo a la creación y fortalecimiento de las redes de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos.

Capacitación de los miembros de los colectivos y redes de comunicación comunitaria y alternativa.

Visibilización y sensibilización de los actores sociales sobre la importancia del papel de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos en los procesos sociales, políticos y culturales.

Promover la participación y el acceso de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos en los espacios institucionales con los cuales cuenta el Municipio de Medellín.

Parágrafo: Se tendrán en cuenta las líneas estratégicas que se decidan de manera concertada en la mesa de trabajo a la que hace referencia el artículo segundo del presente acuerdo municipal”. (Concejo de Medellín, 2013).

EL CAMINO A LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

La formulación de la Política Pública estuvo inmersa en dos procesos de diagnóstico: uno realizado por la Universidad de Medellín en 2015, que quedó incompleto y fue cuestionado por varios de los actores del sector por falta de profundidad, además porque no incluyó a todos los medios y procesos de comunicación en las reuniones para los aportes ni en la encuesta y el segundo realizado por la Universidad EAFIT, en 2017, por encargo de la Alcaldía de Medellín.

Como insumos para la formulación, la municipalidad entregó a EAFIT los siguientes documentos:

- Planes de Desarrollo Local de comunas y corregimientos.
- Sistematizaciones de experiencias como *Comvite* (Proyecto para el fortalecimiento de los medios locales de comunicación por la equidad y la vida en Antioquia)
- Diagnóstico del sector realizado en 2005-2006 en la consultoría realizada por Comfama.
- Sistematización de la experiencia de Red de Comunicación Orientada a la Convivencia Ciudadana – Redecom.
- Acuerdo 073 de 2013.
- Correspondencia de diferentes secretarías de la Alcaldía de Medellín como parte de los aportes cuando se aprobó el Acuerdo 073 de 2013.
- Documento de Diagnóstico de Medios, elaborado por la Universidad de Medellín, 2015.

La Universidad EAFIT revisó todos los documentos entregados y categorizó las problemáticas de acuerdo con unas dimensiones, las cuales se representan en la siguiente tabla

:Ilustración 4 Dimensiones estimadas dentro de la Política Pública Eafit 2017

Tabla 11 Ajuste dimensiones y enunciados problemáticos

DIMENSIÓN AJUSTADA Y VALIDADA	ASUNTOS AJUSTADOS Y VALIDADOS
Derecho a la comunicación y la información	Censura
	Autocensura
	Ausencia de voces de la sociedad civil en los medios
	Dificultad para crear medios de comunicación
	Dificultad para obtener licencias de radio y tv
	Desconocimiento del uso de herramientas para hacer medios
	Monopolio de la información pública por parte de los medios del Estado
	Desigualdad en el acceso a la información
Ciudadanías comunicativas e informadas	Débiles mecanismos para rendición de cuentas por parte de los medios
	Ausencia de manuales de estilo.
	Confusión en la razón de ser del medio (comunitario, alternativo, independiente, ciudadano).
	Medios con comités o consejos editoriales excluyentes.
	Medios y procesos de comunicación de baja calidad.
	Desconocimiento o incumplimiento de buenas prácticas periodísticas.
	Desconocimiento de audiencia: ¿a quién le habla el medio?
	Predominio de medios comerciales y/o baja valoración de medios alternativos
Incidencia de los medios de comunicación	Contenidos que no reflejan intereses de la comunidad.
	Insuficientes o débiles espacios de participación.
	Desconfianza de la comunidad en los medios.
	Bajo interés de la comunidad por los medios alternativos
	Los medios descuidan su función social.
	Medios comunitarios con débiles procesos sociales.
	Falta de articulación entre los medios, rivalidades, envidias, enemistades.
	Baja incidencia de los medios en la agenda gubernamental.
Fortalecimiento del modelo de sostenibilidad de los medios	Bajo impacto de los medios alternativos en la agenda de la ciudad.
	Distribución inequitativa de la pauta estatal.
	Distribución inequitativa de recursos.
	Competencia inequitativa por recursos.
	Débil o ausente modelo de negocios en los medios.
	Dependencia de recursos públicos o/y solidarios para la gestión de los medios.
	Escasez de personal interno.
	Insuficientes recursos para iniciar medios o procesos de comunicación.
Corta permanencia del medio.	
Proyecto o propósito comunicativo débil o inexistente.	

Fuente: Universidad EAFIT, 2017

Fuete; Universidad EAFIT, 2017

El problema público por resolver fue identificado, bajo la orientación de EAFIT, con la participación de representantes del sector de medios y procesos de comunicación de la ciudad. Explica el documento base que, teniendo en cuenta que:

La formulación de toda política pública parte de un problema o conjunto de problemas públicos que merecen la atención del Estado a modo de soluciones. Para la Política Pública de Comunicación Alternativa, Independiente, Comunitaria y Ciudadana se identifica que, en la ciudad de Medellín, el mercado no produce información plural en clave de comunidad. Se privilegian contenidos comerciales, que no siempre generan ciudadanías de calidad. Además, los medios comunitarios y alternativos no tienen su sostenibilidad garantizada bajo parámetros de calidad y pluralidad.

En este contexto existe inequidad en la producción, distribución y acceso a la información, que también incide en la pluralidad y veracidad de la misma. De ahí que algunos sectores de la población no cuenten con la información necesaria, para actuar en clave de su derecho a la ciudad, ni para narrarla desde sus propias perspectivas.

Esta realidad afecta el derecho a la comunicación y la información, genera censura y autocensura en la creación de contenidos de los medios, y afecta sus parámetros de calidad, lo cual no deja espacio para mejorar la participación e incidencia de las ciudadanías. (EAFIT, 2017, p 23)

Posteriormente, se priorizaron las problemáticas y se encontró que éstas eran las principales:

Censura y autocensura en la producción de contenidos: esto por presiones de diversos actores (grupos armados, instituciones, pautantes) y no se distingue cuando es impuesta o cuando es decisión propia del medio o proceso.

Distancia de voces ciudadanas en los medios y relaciones débiles de los mismos con actores ciudadanos e institucionales: se evidenció que muchos

medios no cuentan con el componente social, es decir, agendas construidas en asocio con las poblaciones de comunas y corregimientos, lo que limita la realización de sus tareas y la valoración de sus comunidades hacia su trabajo. Eso se refleja en “bajo reconocimiento” que afecta, a su vez, el derecho ciudadano a contar con información que le permita tomar decisiones y participar.

Bajo impacto de los medios en las agendas públicas: estos son los temas de los que habla la gente o en los que se requiere que participen los usuarios o seguidores de los medios y que es deber del medio o proceso compartirles para que se dé esa incidencia.

Débiles garantías para la sostenibilidad integral de los medios y su equidad: ésta se refiere a la posibilidad de los medios de contar con mecanismos y estrategias para permanecer en el tiempo desde lo social, lo público, lo participativo, lo político y lo económico. Se trata de todo lo necesario para el funcionamiento del medio o proceso así como para el cumplimiento de su rol en la sociedad. (EAFIT. 2017. p 23)

Un diagnóstico realizado por la Universidad de Medellín en 2015, identificó que

De los 120 medios que hicieron parte del diagnóstico (sólo 108 contaban con información completa sobre las fechas de constitución). Dentro de los hallazgos aparece que 15 medios ya estaban constituidos para el primer momento de los antecedentes locales (1980 – 1990); que para el periodo comprendido entre 1990 y 2003 se contaba con aproximadamente 33 nuevos medios, y que para 2004 a 2017 (teniendo en cuenta que sólo se cuenta información hasta el 2015) hubo un incremento de 65 medios. Esto significa que el aumento de medios en el último periodo es significativo lo cual está

directamente relacionado con el fortalecimiento del Estado local y de sus respectivas dependencias. (EAFIT. 2017. p.12)

RESUMEN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS PARA MEDELLÍN.

Finalmente, el Decreto 2124 del 11 de octubre de 2019 creó la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para Medellín y reglamentó el Acuerdo 073 de 2013. Aquí hay dos apuntes importantes. Antes de 2013 sólo se hablaba de medios de comunicación comunitarios y alternativos y a partir del acuerdo se incluyen los independientes y ciudadanos. Esto puede deberse a que fueron los concesionarios (profesionales o empíricos que alquilan espacios mensuales en emisoras comerciales para realizar programas radiales) quienes le hicieron más fuerza a la creación de esta política y por lo tanto debían verse reflejados en ella para no ser excluidos. La otra anotación se refiere a que, una vez puesta en marcha la Política Pública, en 2020, sin ninguna consulta ni concertación, estos medios empezaron a ser denominados en 2021 por parte de la institucionalidad como MAICC, que significa Medios Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios. En la sigla se desconocen los procesos de comunicación, que son esas actividades que realizan algunas organizaciones sociales, cuyo objeto de trabajo no tiene génesis en la comunicación pero que sí cuentan con acciones encaminadas a formar ciudadanía o a cualificar comunidad en temas de comunicación popular, alternativa o local y procesos de movilización.

¿CÓMO FUE ESE PROCESO DE CREACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA?

El documento final señala que el objeto de dicha política pública es “promover y fortalecer la comunicación ciudadana de forma equitativa, como expresión de la

participación, la cultura ciudadana y la divulgación democrática de opiniones”, tal cual reza en el Acuerdo 073 de 2013. Plantea como objetivos de la política pública:

Fomentar la producción, distribución y acceso a la información, en un entorno de equidad que promueva el derecho a la comunicación, la información y la incidencia de la ciudadanía en la agenda pública en el marco de la constitución y la ley.

Establecer criterios, orientados a la visibilización e incidencia de los medios y procesos de comunicación alternativa, independiente, comunitaria y ciudadana, que permitan fortalecer, cumplir su razón de ser e impulsar ciudadanías comunicadas, informadas e incidentes.

Brindar herramientas para la gestión del conocimiento, la investigación y la articulación interinstitucional, que permitan fortalecer las capacidades, la autosostenibilidad económica y organizativa de los medios y procesos de comunicación alternativa, independiente, comunitaria y ciudadana en Medellín.

Apoyar la creación y fortalecimiento de redes de medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para promover las ciudadanías comunicativas, la participación y movilización social. (Alcaldía de Medellín. 2019. p. 4)

Se dice en el decreto que la Política Pública será aplicada a los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, ciudadanos y comunitarios y en el Artículo 4° los define así:

Comunicación alternativa: es un modelo de comunicación que desarrolla lógicas distintas a las que utilizan los medios de comunicación social tradicionales, a partir de diferentes contenidos, públicos, narrativas, formatos y maneras de informar, que facilitan la generación de expresiones sociales diversas para la movilización y transformación social.

Comunicación independiente: es un modelo de comunicación que tiene independencia política, económica, objetividad y capacidad crítica.

Comunicación comunitaria: es un modelo de comunicación mediante el cual los grupos sociales de un territorio tienen visiones, objetivos, principios o realidades compartidas a través de procesos, canales, organizaciones, plataformas de formación e investigación, en función de la comunicación social.

Comunicación ciudadana: es un modelo de comunicación que hace parte de la construcción de ciudadanías para promover los derechos desde enfoques poblacionales, sectoriales y culturales o para gestionar, desde la comunicación, temas de interés común que promueven los ciudadanos.

Proceso de comunicación: es la realización de actividades sistemáticas desarrolladas por organizaciones, colectivos o redes de ciudadanos en un territorio específico y que tienen como propósito fortalecer la comunicación ciudadana generando contenidos, información de interés, acciones de formación y participación de la comunidad de incidencia.

Redes de comunicación: es la articulación de los grupos temáticos, para desarrollar soluciones a las problemáticas generadas en las comunidades por temas específicos, utilizando herramientas de comunicación social. Como precedente ciudadano en Medellín se entenderá por redes de comunicación las mesas de trabajo, colectivos, sistemas y plataformas de comunicaciones que se enmarcan dentro de las estrategias de participación y movilización ciudadana (Alcaldía de Medellín. 2019. p. 6)

Contiene también los enfoques que la rigen: de derechos, diferencial, territorial, de transformación social y cultural y de sostenibilidad integral.

En su Artículo 6° incluye los ejes estratégicos, que recogen a su vez las líneas estratégicas del Acuerdo 073 de 2013:

Gestión de lo misional de la política pública: son las acciones que fortalecen las capacidades de los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, aunando esfuerzos para lograr el cumplimiento de su enfoque comunicacional y promoviendo su incidencia. Esto se gestionará mediante estrategias, programas, planes y proyectos para la visibilización, identificación de los medios de comunicación, procesos y redes; sensibilización a otros actores sociales sobre la importancia de estos medios, articulación interinstitucional, creación y fortalecimiento de redes de comunicación.

Gestión del conocimiento de la política pública: son las acciones tendientes a fortalecer las capacidades y alcances de los medios, procesos, colectivos y redes de comunicación de esta política pública; proporcionando herramientas técnicas de formación, capacitación, investigación, apoyo a la creación, fortalecimiento de redes y gestión de la comunicación, que correspondan a sus necesidades.

Gestión de la gobernanza e institucionalidad de la política pública: promueve la participación, el acceso y el fortalecimiento de los espacios de articulación institucional con los cuales cuenta el Municipio de Medellín para los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, permitiendo dinamizar las relaciones comunidad - Estado y entre los mismos actores de la sociedad civil. Se identificarán roles y sinergias entre la administración municipal y los medios, redes y procesos de comunicación alternativa, independiente, comunitaria y ciudadana, para generar conjuntamente estrategias, campañas, programas, planes y proyectos de comunicación para la ciudadanía. (Alcaldía de Medellín. 2019. p. 7)

PUESTA EN MARCHA DE LA POLÍTICA PÚBLICA

Debido a que la aprobación del decreto que creó la política pública se dio a finales de 2019, la implementación se inició en el actual período de gobierno, de Daniel

Quintero Calle, en 2020. El candidato, antes de ser alcalde, ni siquiera tenía contemplado en su programa de gobierno la implementación de esta política pública, lo cual era casi obligatorio apenas iniciara gobierno, teniendo en cuenta que había sido reglamentada y formulada en la recta final del gobierno saliente de Federico Gutiérrez.

Con ese panorama inicia labores en 2020 la administración de Daniel Quintero Calle, con la dificultad de que la Secretaría de Comunicaciones fue asumida, por primera vez en la historia de la dependencia (creada en 2012), por un profesional que no era comunicador social sino politólogo, Juan José Aux Trujillo. Eso hizo que no sólo estrenando gobierno, un poco a ciegas sobre las dinámicas de la Alcaldía de Medellín, sino un cargo en el que el profesional desconocía por completo el ecosistema de la comunicación local y comunitaria de la ciudad, fue necesario que los representantes del sector y colectivos de comunicación empezaran a recalcar la importancia de ser incluidos en el Plan de Desarrollo y, muy especialmente, que se pusiera en marcha cuanto antes la *Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios para Medellín*.

Fue así que algunos colectivos de comunicaciones como *Comunicracia* (Plataforma de medios y procesos que defiende el Derecho a la Comunicación en Medellín), en asocio con lo que en ese momento se llamaba *SINCO* (colectivo de medios independientes), organizaron un foro sobre la Comunicación como Derecho para hacer énfasis en la importancia de la Política Pública. Al foro invitaron a Gissela Dávila Cobo, directora general del Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina –CIESPAL- y al secretario de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, Juan José Aux Trujillo. La intención del foro, realizado en el Paraninfo de la Universidad de Antioquia en febrero de 2020 y al que asistieron alrededor de 150 representantes de medios y procesos de comunicación de Medellín, era llamar la atención de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín sobre la

existencia de la Política Pública, la urgencia de su implementación y la necesidad de que fuera incluida en el Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023.

LA POLÍTICA PÚBLICA EN EL PLAN DE DESARROLLO MEDELLÍN FUTURO 2020-2023

El componente dedicado a medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, ciudadanos y comunitarios está en *la Línea 5. Gobernanza y Gobernabilidad. 5.6 Componente Comunicaciones. 5.6.1 Programa: Procesos y Medios Comunitarios*. La descripción del componente habla de:

Desarrollar los ejes estratégicos, los instrumentos de gestión y los criterios de articulación institucional, así como la creación de las instancias necesarias para el desarrollo del plan de acción a fin de dar cumplimiento a la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos, con el propósito de lograr el fortalecimiento de las redes de medios y procesos para promover la participación, las ciudadanías comunicativas, la cultura ciudadana y movilización social, así como apoyar la gobernanza y la gobernabilidad institucional.

Tiene como objetivo general:

Formular y ejecutar los instrumentos de gestión y articulación institucional requeridos para el desarrollo del Plan de Acción de la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos, que permitan su fortalecimiento y promoción para que sean copartícipes en de las estrategias de participación, comunicación y cultura ciudadana, como apoyo a la gobernanza y la gobernabilidad institucional mediante ejercicios de comunicación pública. (Alcaldía de Medellín. 2021. p. 456)

Y como objetivos específicos:

Diseñar los instrumentos de gestión y articulación que direccionan el Plan de Acción de la Política Pública de Medios y Procesos Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos.

Ejecutar las acciones necesarias para dar aplicación a los instrumentos de gestión y articulación del Plan de Acción de la Política Pública de Medios y Procesos Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos.

Formular las estrategias de formación, fortalecimiento y promoción de los medios y procesos de comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para su posicionamiento en el territorio.

Establecer los criterios de articulación institucional que sea necesario aplicar con las dependencias y entes descentralizados de la Administración para el desarrollo de estrategias de participación, comunicación y cultura ciudadana dirigidas a los Medios y Procesos Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos. (Alcaldía de Medellín. 2021. p. 457)

Estos son los indicadores de ese componente de Comunicaciones en el Plan de Desarrollo 2022-2023.:

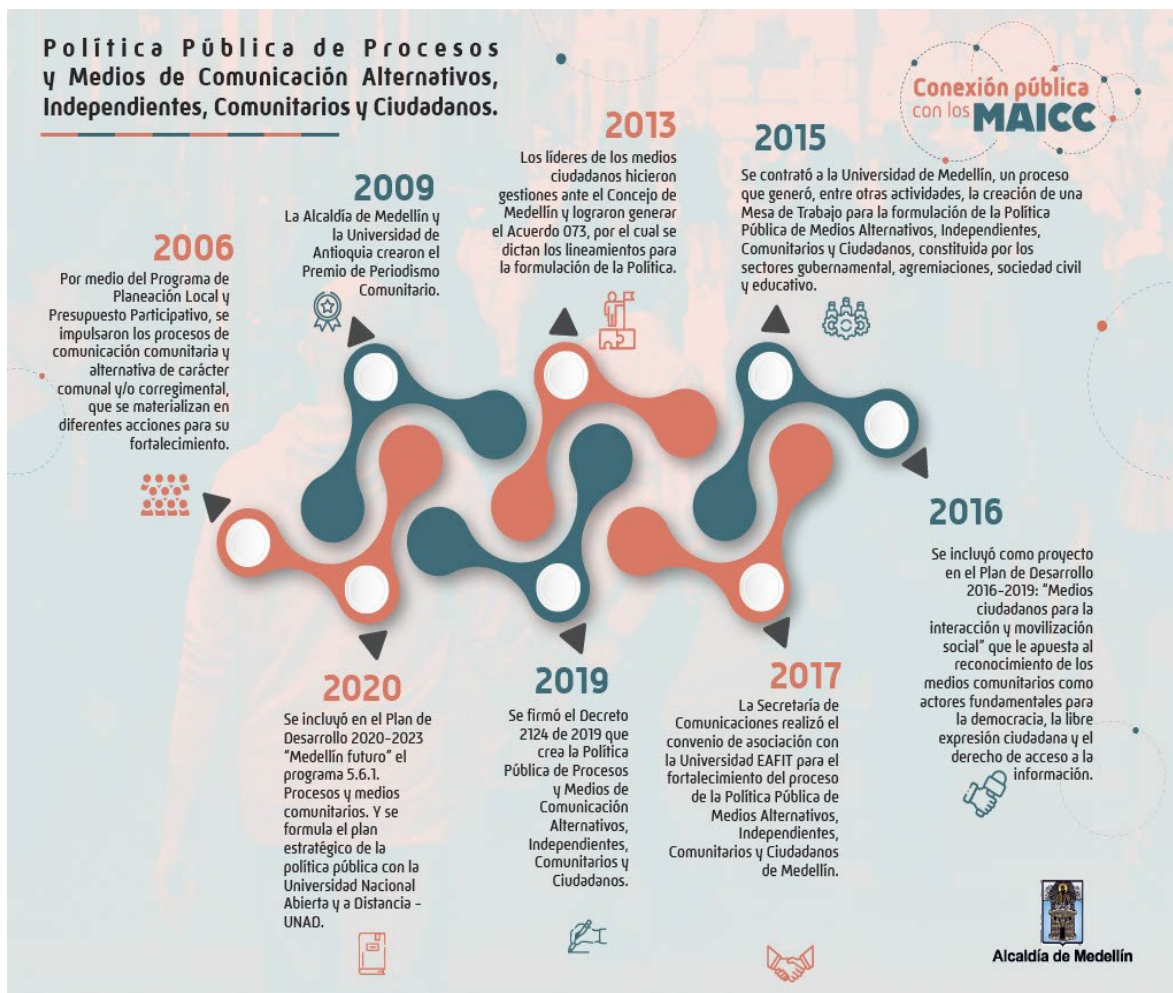
Ilustración 5 Indicadores de producto en el Plan de Desarrollo 2020 – 2023



- Indicadores de producto

Indicador(es) de Producto	Unidad de medida	Línea base	Meta 2020-2023	Responsable
Plan de Acción de la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos	Unidad	NA	1	Secretaría de Comunicaciones
Acciones de formación dirigidas a los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos	Porcentaje	N/A	50%	Secretaría de Comunicaciones
Encuentro y Premio de procesos y medios comunitarios	Unidad	10	4	Secretaría de Comunicaciones
Estrategias de fortalecimiento y promoción para los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos	Porcentaje	N/D	35%	Secretaría de Comunicaciones

Fuente: Alcaldía de Medellín. Plan de Desarrollo Medellín futuro 2020- 2023



Fuente: Presentación en evento de la Alcaldía de Medellín, 2022.

ACCIONES POSTERIORES A LA CREACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

En 2021, se crea el Comité de la Política Pública de medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, ciudadanos y comunitarios, que desde ese año empiezan a denominarse MAICC.

Se define también el reglamento del comité, el cual fue aprobado por decreto.

Para 2022, se elaboró el documento de criterios de caracterización de los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, ciudadanos y comunitarios. Se definió el documento con lineamientos y ruta para acceso a recursos estatales de publicidad oficial.

Se realizaron dos encuentros del Comité de la Política Pública y uno ampliado de ciudad para involucrar a los demás medios y procesos que no están en la mesa de trabajo.

Se realizó el Encuentro de periodismo que se fusionó con el Congreso de Comunicación Estratégica con la Universidad de Medellín.

Se efectuó la décimo tercera versión del Premio de Periodismo Comunitario Alcaldía de Medellín, que nació en 2010.

Se desarrolló la segunda Semana de la Comunicación Alternativa, Independiente, Comunitaria y Ciudadana.

Se presentó el informe de resultados del estudio de audiencia y consumo.

ACCIONES DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL MEDIANO Y LARGO PLAZO QUE ESTÁN PENDIENTES

- Asesoría por parte de Agencias de medios a los procesos y a los MAICC en la oferta de sus servicios.
- Escuela de Formación para el fortalecimiento de los procesos y MAICC.
- Documento compilatorio de Becas de Oportunidades en formación superior.
- Constitución de Red de semilleros de Comunicación Alternativa, Independiente, Comunitaria y Ciudadana.
- Creación de una cátedra de formación para los procesos y MAICC.
- Actualización de la matriz de corresponsabilidad.
- Sistema de información de los actores de la política pública de procesos y MAICC.
- Jornadas de intercambio entre los procesos y los MAICC.

- En alguno de los documentos iniciales se menciona la creación de un Observatorio de Medios y Procesos de Comunicación Alternativa, Independiente, Comunitaria y Ciudadana, pero en el Plan Estratégico ya no aparece como una de las acciones a realizar.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA POLÍTICA PÚBLICA

Según el documento del Plan Estratégico, el horizonte temporal de la política pública es de ocho (8) años (2020-2029) y se propone el siguiente esquema de medición de resultados, seguimiento y evaluación de las acciones:

Medición de indicadores de resultado, al final de cada período de gobierno, pues estos indicadores hacen parte del Plan de Desarrollo Municipal de cada alcalde.

Seguimiento de las acciones del Plan Estratégico cada tres meses.

Evaluación de resultados de la implementación cada cuatro (4) años, para lo que utilizará un tipo de encuesta similar a la realizada por EAFIT para establecer el documento base. (EAFIT. 2020. p. 57)

CAPÍTULO 3

PERCEPCIONES DE ALGUNOS REPRESENTANTES DE LOS MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN

La metodología utilizada para esta sección permitió conocer las percepciones sobre la forma como la Alcaldía de Medellín ha desarrollado la implementación de la Política Pública, por ahora en el corto plazo, porque aún no termina el primer período de gobierno de su implementación (2020-2023).

Además de la revisión documental y bibliográfica de los documentos previos para la formulación de la política pública y de diagnósticos anteriores contratados por la Alcaldía de Medellín, para este trabajo se realizaron cinco (5) entrevistas semiestructuradas con representantes de medios y procesos de comunicación de la ciudad.

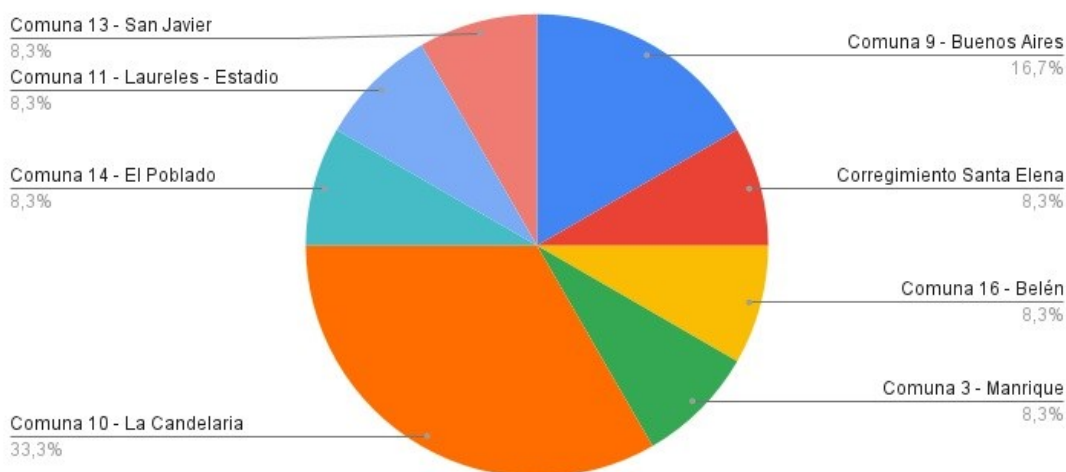
De igual manera, se elaboró un formato de Google, dirigido a representantes de medios y procesos de comunicación en la ciudad de Medellín, que contenía algunas preguntas cerradas, pero también la posibilidad de dejar comentarios y recomendaciones. El enlace del formato fue este: <https://forms.gle/W26jgED8d7s6niKUA> Este formulario fue respondido por 12 integrantes de medios y procesos de comunicación de la ciudad.

Estas fueron algunas de las principales percepciones, resultado de las respuestas a las preguntas realizadas, tanto directamente como a través del formato de Google.

Es importante resaltar que así se distribuyen los 12 representantes de medios o procesos de comunicación que participaron en el formato, según comuna o corregimiento.

Ilustración 7 Comuna o Corregimiento de Medellín donde se desarrolla su proceso comunicativo

Comuna o Corregimiento de Medellín donde se desarrolla su proceso comunicativo



Fuente: Elaboración propia

Las entrevistas son nombradas con códigos numéricos, para evitar que los colegas sean estigmatizados o señalados por sus posiciones o pronunciamientos por parte de la institucionalidad o de otros pares en este proceso. Por ser apenas cinco (5) entrevistas, reseño aquí lo principal de sus respuestas en cada tema preguntado.

En cuanto al **Fortalecimiento de los medios y procesos de comunicación**, uno de los entrevistados respondió que “Permite poder generar posibilidades de programas de acciones de proyectos que fortalezcan y beneficien las diferentes iniciativas procesos y medios de comunicación. De alguna manera el hecho de tener ya una política pública respalda el ejercicio de los MAICC” (01).

Otro colega considera que:

La política pública no va a solucionar el problema de fondo que tienen los medios comunitarios y ciudadanos, no solamente en Medellín sino en

Colombia, posiblemente porque la identificación del problema para mí está centrado en que **los medios comunitarios no tienen clara su misión en la construcción de una sociedad** [Énfasis añadido]. Sin embargo bajo la premisa de esa problemática que plantean para Medellín, efectivamente la construcción de una política pública fortalece de alguna manera a los medios comunitarios y ciudadanos, entendiendo ese fortalecimiento bajo la perspectiva de que cada uno de los medios, pues si no tienen una visión clara en la sociedad, recogerán lo que más le convenga, llámese pauta, llámese formación, llámese visibilización. Entonces digamos que sí los fortalece, porque la construcción de políticas públicas nos da un reconocimiento, pero si no hay una apropiación por parte de los medios frente a la problemática y a la necesidad que tienen de esa corresponsabilidad desde la construcción de contenidos, va a ser muy difícil que ese fortalecimiento sea efectivo. (02)

Una tercera persona afirma que:

...sí hay un fortalecimiento porque se pone en la agenda pública el tema de los MAICC a raíz de la política pública, se han puesto en la agenda de la ciudad y han sido visibles ante escenarios, que antes no eran visibles. Lo que creo que no se ha logrado fortalecer a todos los medios como se deberían fortalecer, teniendo en cuenta que es una política pública que se desarrolla con dinero del Estado, entonces ahí sí, diría que no hay un fortalecimiento, o por lo menos no completo, para todos los medios de comunicación, que solo hay algunos que han logrado acceder a ese fortalecimiento porque han cedido en cosas o por afinidad con la administración municipal. En esa medida, hay unos medios totalmente fortalecidos porque han tenido unos intereses más afines a la administración, hay otros que no se han logrado fortalecer, a los que la política pública no les llega todavía. Entonces en conclusión, ¿se han fortalecido los medios con la política pública? No. Si hiciéramos una evaluación de impacto, podríamos encontrarnos que no hay fortalecimiento todavía porque no se ha logrado el **propósito que tiene la**

política pública y es justamente incrementar las capacidades que tienen los medios de comunicación de la ciudad para que hagan realmente un trabajo de impacto, para que tengan un real fortalecimiento para consolidarse. [Énfasis añadido]. (03)

Un cuarto integrante de un medio de comunicación indicó:

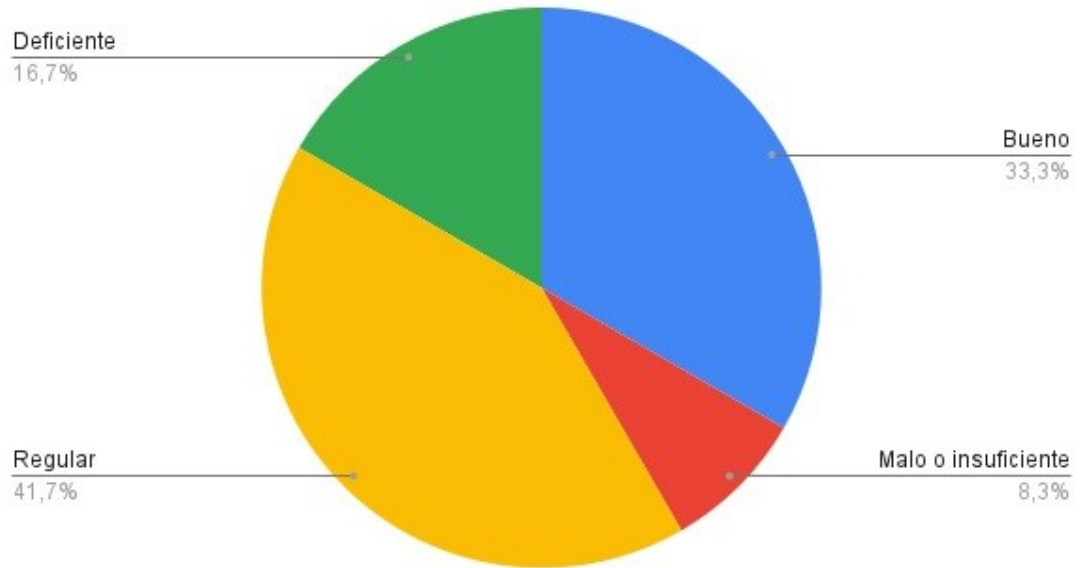
Considero que no, desde el punto de vista que no tendría por qué en estos momentos tener en la ciudad medios que hayan dejado de circular, medios que no puedan circular, medios que no puedan garantizarse esa sostenibilidad, porque se supone que una política debe ir enfocada el fortalecimiento a los medios y eso no es lo que se está viendo actualmente. (04).

Y el último entrevistado afirmó que “La política pública es importante para el fortalecimiento de los medios, pero infortunadamente en la implementación ha faltado voluntad política para fortalecer realmente los medios con un presupuesto asignado para ello”. (05).

En el formato, sobre el tema de fortalecimiento, estas fueron las respuestas de los 12 participantes:

Ilustración 8 Fortalecimiento de los MAICC con la P.P.

Fortalecimiento de los MAICC con la Política Pública.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al **Acceso a la información**, [Énfasis añadido] una de las personas entrevistadas dijo que

En la realidad, a veces, hay procesos que se quedan, hay todavía desequilibrios en lo presupuestal, hay todavía, de alguna manera, exclusividades, hay temas que no que nos alcanzan a llegar a todos los MAICC. Hay, incluso, un Comité de Política Pública que representa los diferentes procesos y medios, pero todavía se adolece de alguna manera de una inversión real para garantizar, no solo para información, sino el fortalecimiento de los MAICC. (01)

Para el segundo colega,

El acceso equitativo a la información no se logra con la construcción de una política pública, por derecho constitucional, los medios en general deben tener un acceso equitativo a la información. La discusión estaría centrada es en cómo yo accedo a ese acceso, si los medios comunitarios y ciudadanos

no tienen clara cuál es su visión de información, cuál es su visión de construcción de la sociedad, cualquier información les sirve, porque se centraría en que el acceso equitativo está en la capacidad que tengamos de hacer cubrimientos a ruedas de prensa o ser voceros de la institucionalidad. Los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios tienen que tener una visión un poco más desarraigada de esos conceptos que nos han enseñado, de que las fuentes de información son estándar bajo, que habla el alcalde, el de la empresa privada y demás, debemos de centrar nuestras fuentes de información en otros públicos diferentes como son nuestras comunidades y esas personas con las que debemos construir esas agendas informativas, para que efectivamente podamos nosotros decir que toda la información no solamente es para los medios, sino para nuestras audiencias. (02)

La tercera persona afirmó que:

No se ha garantizado. Si bien está como una de las líneas de la política pública, todavía no hay garantías y, menos en esta administración municipal, que lo que ha hecho es crearse mecanismos y formas, justamente para hacer un cerco de la información oficial que sale de la administración municipal. En su lógica, la información que ofrece la administración municipal ha estado muy mediada por los intereses que a ellos les interesa, valga la redundancia, dar a conocer. Quienes realmente han sido críticos, quienes quieren hacer un ejercicio serio de periodismo y de comunicación ciudadana, han tenido serios problemas para poder acceder a esa información. El hecho de que te digan si eres un medio comunitario, que no te regalan una entrevista, sino que tienes que sacar la información de esos paquetes de prensa que mandan los comunicadores, que traen el boletín, el audio algunas fotografías y algunos audiovisuales, que creen que con eso es suficiente para garantizar el acceso a la información, eso no es garantía de acceso a la información. (03)

El cuarto entrevistado dijo que:

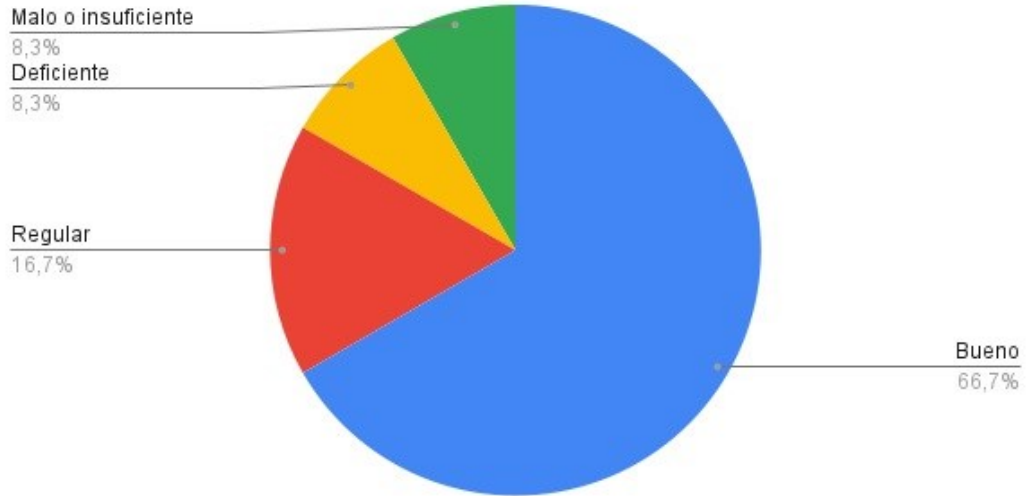
Creo que lamentablemente, en momentos donde hay polarización, los gobiernos tratan de controlar al máximo cuál es la información que debe circular. A veces cuando un medio, llámese independiente o llámese comunitario o cualquiera de los que componen los MAICC, requiere un tema propio, pues le cuesta un poco porque la administración de por sí, trata, de controlar, cuál es la información que quiere que salga finalmente. (04)

Para la quinta persona, “Sí hay acceso a la información, pero más que todo en las ruedas de prensa que organizan las dependencias. Cuando se trata de conseguir una cita para un entrevista es más difícil”. (05)

Quienes respondieron el formato, escogieron lo siguiente:

Ilustración 9 Acceso a la información pública o institucional para los MAICC.

Acceso a la información pública o institucional de la Alcaldía de Medellín para los MAICC con la Política Pública



Fuente: Elaboración propia

En relación con la **Autonomía**, un colega opina que “Sí ha favorecido la autonomía de los MAICC, al menos se visibilizó un concepto que antes no existía, ha puesto en el escenario que se nombren, se les tenga en cuenta, así la implementación de esa política pública no sea la más adecuada hasta el momento, o no se aplique de manera adecuada hasta la fecha. (01).

Otra persona opinó que “Cada medio decide qué es lo que quiere trabajar con el tema de autonomía. Autonomía frente a la venta de pauta o a la comercialización, frente a las visiones de la producción de contenidos, frente a esa posibilidad de construir agendas propias y no impuestas por los gobiernos de turno, frente a los demás medios de comunicación que no son comunitarios. Es decir, cómo nosotros también nos hemos dedicado, como medios comunitarios y ciudadanos, a replicar las agendas de los medios comerciales y yo creo que esa autonomía no se logra con la puesta en marcha de la política pública, para nada, **esa autonomía se logra con la capacidad que tengamos de tener medios independientes contruidos**

de la mano de las comunidades y con una visión clara de la comunicación”.
(02). [Énfasis agregado].

Un tercer entrevistado indicó: “Considero que no, ahí no hay autonomía o por lo menos es cuestionable. Y es que tienes que hacer unas renunciaciones en tus posturas políticas o por lo menos camuflar un poco tus posturas políticas, tu postura crítica para poder ser afín o no a la administración municipal. Un comunicador comunitario, ¿tiene que ser cercano a una administración municipal para participar de sus actividades, para que lo inviten a un foro, para que lo estén invitando constantemente a los escenarios de política pública, cuando se supone que esto es abierto, ni siquiera solamente exclusivo para los medios? Debería ser abierto a toda la ciudadanía porque estamos hablando de recursos públicos. Y lo otro es que queda excluida también de la pauta o el apoyo, cuando entonces criticas una medida o un programa, excluyen al proceso, ni siquiera a la persona sino a toda la organización”. (03).

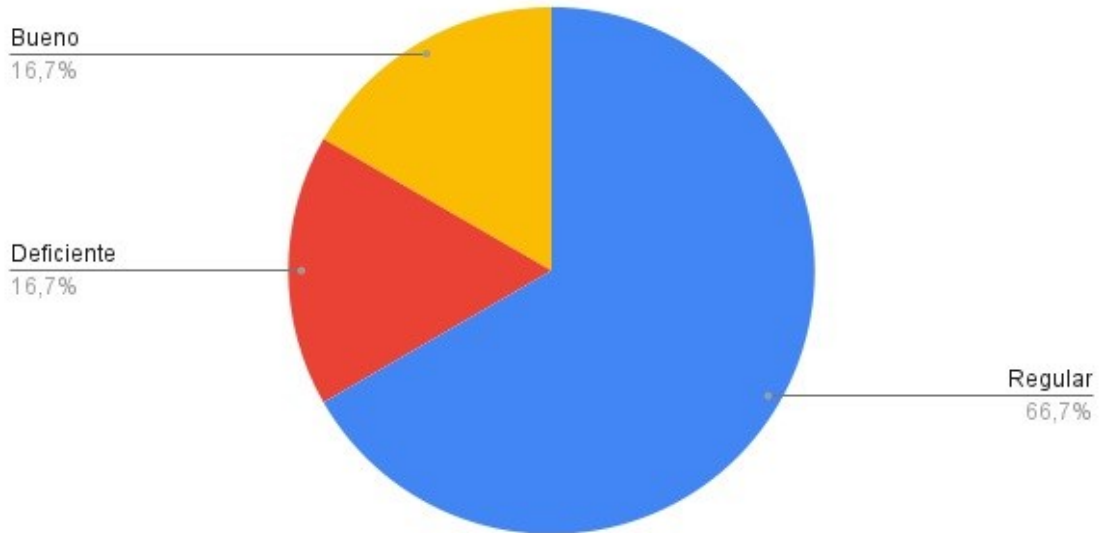
Para la cuarta persona, “No se podría hablar de autonomía si desde uno de tantos actores y es un actor importante en este caso el distrito de Medellín, no reconoce realmente el valor y el poder y ni reconoce tampoco como tal a los medios, a los MAICC. En este momento se están dando unos talleres, de pronto unos cursos, uno que otro incentivo por medio de un concurso, pero no se podría hablar en ese momento de una autonomía”. (04).

Y para el último entrevistado, “Los medios siempre son autónomos en sus territorios, no necesariamente por la política pública”. (05)

Los participantes del formato respondieron así:

Ilustración 10 Autonomía de los MAICC implementación de la P.P.

Autonomía de los MAICC a partir de la implementación de la Política Pública



Fuente: Elaboración propia

Acerca de uno de los temas principales de este trabajo, **la Incidencia** [Énfasis agregado], el primer entrevistado dijo que:

Desde la política pública falta eso, es una deuda que tenemos ahí todavía. A los medios a veces se les mira como un voluntariado para compartir información institucional y no se apoyan, incluso, las iniciativas que hay en los territorios, la política pública no les garantiza esa incidencia en los territorios, que la 'sombra' de la política pública llegue a fortalecer ese ecosistema comunicacional que hay en los territorios, ahí tenemos un abismo todavía. (01)

Para el segundo colega,

Hay una falacia frente a lo que son esas incidencias que se logran en los territorios. Hay una primera incidencia que los medios de comunicación comunitarios le estamos debiendo a la sociedad y es cómo nosotros ayudamos a que nuestros entornos locales empiecen a gestionar sus propias

decisiones y sus propias visiones del desarrollo. **Esas incidencias en los territorios se logran cuando aprendemos a entender, a tramitar y a acompañar a las comunidades a gestar sus propias acciones de desarrollo** [Énfasis agregado], entonces la política pública no aporta a esos niveles de incidencia y vuelvo a la génesis con la que arrancaba, porque, finalmente **el problema de los medios de comunicación comunitarios y ciudadanos es que no saben cuál es su papel fundamental en la construcción de la sociedad**, [Énfasis agregado] y si no conocemos eso, cualquier réplica de un medio de comunicación comercial público privado nos sirve. (02)

Otro entrevistado afirmó que

Todavía no se logra ese propósito. **Lamentablemente la Política sigue estando en el mismo nivel de discusión que es el acceso a pauta publicitaria y la asignación de esos recursos. La pauta publicitaria que se ha hecho está muy ligada al Plan de Desarrollo Municipal** [Énfasis agregado] y cuando se hacen convocatorias que son públicas, convocatorias que están en el marco del Plan de Desarrollo Municipal, casi que no te puedes salir de ahí. **Hoy el nivel de discusión que debería tener esta ciudad en el marco del derecho fundamental a la comunicación, es en el tema de democratizar la información, en el tema de fortalecer las capacidades de los medios para que tengan incidencia** [Énfasis agregado]. Hoy todavía ese Comité de Política Pública, ese proceso de política pública, sigue estando muy en el marco del premio de periodismo, las convocatorias de *Medellín palpita desde sus territorios*. No hay representación como gremio y una postura clara y contundente. (03).

El cuarto colega afirmó que “El trabajo de cada medio en su territorio, de una otra manera, va haciendo que tenga sus incidencias. Sin embargo, sigue faltando más

esa articulación para que realmente con el distrito de Medellín realmente puedan tener esa incidencia que deberían de tener en el territorio”. (04)

El último entrevistado cree que “Fortalece la incidencia cuando hay presupuesto para publicar y para sostener el medio”. (05).

Quienes respondieron el formato escogieron lo siguiente:

Ilustración 11 Incidencia de los MAICC a partir de la implementación de la Política Pública



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la **Corresponsabilidad** [Énfasis agregado], un colega opinó que Ha sido fundamental. Una instancia de corresponsabilidad es la Mesa de Medios, que en este momento integran más o menos 74 medios de la ciudad de los diferentes formatos y es uno de los espacios de participación pioneros. Otra, es el Comité de la Política Pública donde están también representantes

de los diferentes formatos que conforman la comunicación, ahí hay un equipo que acompaña para también hacerle seguimiento, para revisar qué programas, que acciones, cómo se hace la implementación. Y el otro importante, es que uno de los representantes de los MAICC tiene espacio en lo que se llama el Consejo Territorial de Planeación. Desde ahí también incluso se relaciona la política pública con el Plan de Desarrollo del Distrito de Medellín. (01)

El segundo colega dijo que

Los medios de comunicación tienen una gran corresponsabilidad en la puesta en marcha de la política pública eso, si esa política pública, de alguna manera, sí recoge las problemáticas de los medios de comunicación ciudadanos y comunitarios, esa corresponsabilidad implica no solamente en el pensar esas acciones que la política pública debe desarrollar sino en la incidencia que tenemos que hacer para que efectivamente los recursos económicos que se necesitan para esa ejecución también sean posibles por parte por parte del gobierno local. Pero además no solamente es para beneficio de los medios como medios sino para esas audiencias a las que nos debemos los medios comunitarios y ciudadanos. (02)

El tercer entrevistado afirma que

La corresponsabilidad es una de mis palabras favoritas. Yo podría decir que no hay, justamente, porque todavía no hay un nivel de incidencia. Para mí, la mayoría de los MAICC, todavía tenemos como el sombrerito extendido para que nos echen las moneditas, o lo que nos quieran echar, pero todavía no hay una corresponsabilidad directa de asumir la política pública.

El asunto está, más que en exigir cuánto me van a dar, ni siquiera se cuestiona por qué hay un recurso ordinario que el secretario de turno puede, a su discrecionalidad, asignar o no a medios de comunicación y que ese

recurso se asigna es de acuerdo con los intereses comunicativos que tengan las administraciones o el secretario, por ejemplo. No hay interés de indagar cuáles son los reales recursos que hay para la comunicación en esta ciudad, no hay un real interés y no saben o no se han tomado todavía la tarea de decir, ¿usted en que está invirtiendo estos recursos?, haga rendición pública de cuentas seria y completa, en decir, ¿dónde se está invirtiendo? Dígame cómo entiende esta administración municipal la comunicación pública en esta ciudad. No hay ese tipo de conversaciones y claro, si no la ponen los MAICC, la administración municipal no la va a poner porque no le interesa. Estamos en un lugar cómodo donde solamente por ser MAICC, usted como gobierno me tiene que asignar pauta publicitaria para yo poder existir o si no me hacen una pauta, entonces, saquen la convocatoria y yo me postulo. Ni siquiera nadie se cuestiona los resultados de las convocatorias públicas, es que no se cuestionan. O sea, ¿con qué criterio se toman esas decisiones? Responsabilidad no hay hoy, los medios seguimos en un lugar cómodo, donde es la administración municipal la que decide absolutamente que es lo que pasa con este tipo de medios. (03)

Otro colega dijo que

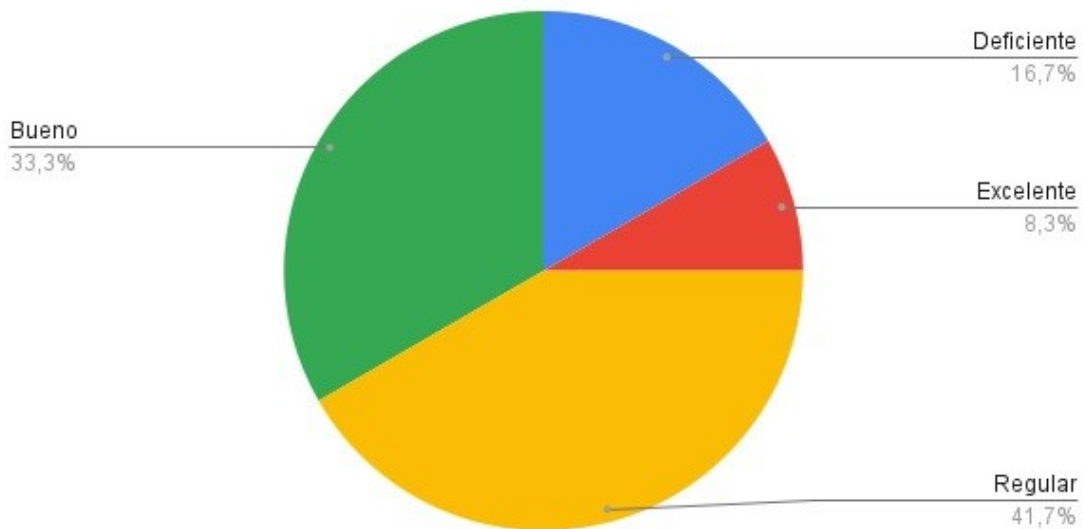
Los medios tienen también una corresponsabilidad en la política porque hacen parte de ese ecosistema que está buscando para esa política pública de medios. Aquí en Medellín se ha venido trabajando desde diferentes mesas las propuestas que se han realizado, lo otro es que se requiere realmente esa voluntad política para que se puedan tener en cuenta en todos estos escenarios. (04)

La última persona expresó que, “De parte de los medios se ha hecho el trabajo, sí hay corresponsabilidad, pero de parte de la administración se promete mucho y se implementa poco”. (05).

Los que diligenciaron el formato, así lo hicieron:

Ilustración 12 Corresponsabilidad de los MAICC en la implementación de la Política Pública

Corresponsabilidad de los MAICC en la implementación de la Política Pública



Fuente: Elaboración propia

Sobre las **Falencias de la Política Pública**, entrevistados las ven

(...) en su implementación y en su inversión, para lograr un real fortalecimiento a los MAICC, es decir que existan programas, estrategias para poder apoyar, acompañar, promover, con una inversión presupuestal. No nos podemos quedar solamente en la buena voluntad, de un gobierno o solamente en algunas acciones y en algunos programas que son importantes, que valoramos, pero que realmente no cubren todas las necesidades y los contextos de las realidades que tienen nuestros MAICC. (01).

La segunda persona entrevistada dijo que

...encuentro una gran falencia y es efectivamente las visiones que se tienen en relación con la comunicación comunitaria en Medellín no solamente desde cada uno de los medios, sino también desde la institucionalidad. Esta política pública está muy centrada más en lo que el medio está haciendo, en algunos asuntos, posiblemente de pauta, pero no está centrada en derechos y eso es para mí la gran falencia de la política pública. (02).

Para otro entrevistado,

La principal fue la forma como la administración municipal actual asumió la política pública, la asumió sí, pero el lado real de ese discurso es que asumió la política pública como uno de sus programas, no lo asumen a favor de los procesos o de los sujetos objetos de la política pública sino a favor de la misma administración municipal. Lo otro es, en ese desconocimiento también y en ese asumirse la administración como el real tomador de este proceso, hubo una desconexión del proceso cuando entró esta administración municipal que, como en muchos programas y en mucho que pasó con esta ciudad, borró lo que había e hizo como si ellos empezaran de cero. Ese dinero, que venía caminando hace mucho tiempo, que tenía ahí una convergencia de actores sociales, de universidades, había unos recorridos la administración municipal, lo que hizo es que peleó con ciertos actores también que venían acompañando la política pública y eso hizo que desconocieran todo el proceso.

Y lo otro es que es una política pública sin dientes, es decir, es una política pública que lo que hizo fue ponerle la palabra política pública, pero sigue caminando en unos programas y proyectos de la ciudad, que estaban ahí, como el premio de periodismo, el seminario, una convocatoria para acceder a recursos públicos y los acomodó a los indicadores, los metió en un paquetico y a eso le llamó política pública [Énfasis agregado].

Pero dígame ¿qué más ha avanzado, cuáles son los debates que hay, cuáles son las garantías o cuáles son los nuevos instrumentos para que sí se hagan reales las líneas de la política pública, donde está el acceso a la educación y a la formación de los medios comunitarios? Si esa política pública fuera real hoy, ¿cuántos de los que hacen parte, están en la universidad haciendo posgrados, haciendo pregrados, donde están haciendo pasantías, mirando otras experiencias de otros procesos para traer a la ciudad y fortalecerse? **Hay una administración municipal que tomó una política pública como excusa para favorecerse, pero hay unos medios comunitarios cómodos, quietos, con una quietud impresionante, que no cuestionan nada, no preguntan nada, no se movilizan nada** [Énfasis agregado]. Esas son las principales falencias, ahí vuelve la corresponsabilidad, tanto como la administración municipal como de los medios. **Una política pública sin quiénes realmente se la apropien y la hagan posible no es una política pública porque esta administración municipal pasa, si es voluntad política de la próxima administración municipal seguirá acompañándonos, de resto no** [Énfasis agregado]. (03)

Otro colega dijo que,

Tal vez la principal fue una administración que básicamente se dedicó a polarizar mucho más la ciudad y en esa polarización se fue dejando a un lado a los medios. De hecho uno ha escuchado expresiones del secretario de Comunicaciones, como que, bueno “El Colombiano se volvió opositor entonces, a partir de ahí, nosotros tuvimos que crear nuestros propios medios”. La pregunta es ¿cuáles son esos propios medios? ¿Cuáles medios en un momento determinado se llaman? Esa ha sido una de las falencias, una administración que le apostó más a un tema de polarización, no tener una voluntad explícita de política, ni del talento humano, de pronto, que se conformó, muy expertos en temas de política, pero poco expertos en el tema comunicacional, sobre todo comunicación en el territorio. (04)

La última persona manifestó “Que el Comité de la Política Pública no ha sido escuchado, no ha tenido la incidencia que debiera tener. No es consultado para la toma de decisiones”. (05).

Sobre la pregunta en relación con las falencias, quienes diligenciaron el formato respondieron lo siguiente :

Bajo compromiso de los MAICC en cuanto a difusión, gestión y articulación del proceso.

Ausencia de recursos y poca participación de los medios y procesos en la toma de decisiones.

Procesos interrumpidos y falta de continuidad en las acciones implementadas.

Consideración secundaria de los medios en la administración distrital de Medellín, a pesar de reconocer su importancia, lo que se suma a falta de voluntad política y conocimiento de la política pública en diferentes administraciones municipales.

Alta rotación de funcionarios encargados del proceso de la Política Pública.

Falta de apropiación presupuestal por parte del Distrito para el desarrollo de actividades de los MAICC.

Poca coordinación entre los medios y los procesos para avanzar en objetivos comunes.

Desaprovechamiento de las instituciones de educación superior que podrían apoyar los procesos de los MAICC.

Falta de formación gerencial, en periodismo y comunicación organizacional, así como en el uso de las TIC y la virtualidad.

Falta de apuesta real por el fortalecimiento de los medios y el acceso igualitario a la información pública.

Dependencia entre algunos medios y la supervisión de pauta oficial como justificación.

Falta de recursos para implementación y sostenibilidad económica de los medios y procesos.

Falta de autonomía total de los medios en su funcionamiento.

Apropiación indebida de algunos grupos que se autodenominan comunitarios y han tergiversado los procesos de incidencia municipal e histórica.

Inconformidad y rechazo a los espacios relacionados con la Política Pública debido a la falta de voluntad política y apropiación por parte de algunos sectores del gremio.

La concepción de la Política Pública, donde la incidencia política se reduce a la visión de obtener pauta publicitaria.

En relación con lo que sí ha funcionado, los aciertos, a los que participaron en el diligenciamiento del formato, se les hizo una pregunta más sobre este tema y esto fue lo que compartieron:

La realización de un Café con los MAICC (espacio presencial para compartir información institucional, en encuentro directo con los voceros de los temas), los talleres formativos en TIC's y la mejora en tema de premios de periodismo y ampliación de posibilidades de participación en la convocatoria Medellín Palpita desde sus Territorios.

La articulación de la información.

Ha unido a la mayoría de los medios en la Mesa de Medios de Medellín.

Reconocimiento a los MAICC.

Se han logrado mayor número de reuniones que antes y con mayor participación.

Se han consolidado varios medios y procesos.

Han permanecido más MAICC activos que en momentos anteriores.

Varios medios pueden participar en convocatorias donde se logran recursos (no muy cuantiosos) importantes.

Algunas universidades, en diferentes momentos, han contribuido a la visibilización y desarrollo de la Política.

Que varios MAICC han logrado transmitir a sus territorios información sobre sus propias problemáticas y de ciudad.

Hay un importante número de jóvenes participando.

Han aportado, de alguna manera, a la movilización social.

Hay espacios de diálogo más permanentes, aunque muchas veces cooptados.

La agencia de noticias y la formación.

Contar con un respaldo que debe ser acatado por todas las administraciones de turno.

CONCLUSIONES

De la elaboración de este trabajo, y una vez realizadas las entrevistas y la encuesta mediante el formato de Google, es posible concluir que, aunque ya exista una Política Pública para acompañar a los MAICC, su puesta en marcha no es suficiente para garantizar fortalecimiento, acceso a la información, autonomía a los actores beneficiados, como tampoco es posible afianzar la incidencia por parte de los actores beneficiados. Lo anterior, en parte porque muchos de los medios y procesos de comunicación de la ciudad, 173 según dato de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín y por afirmaciones de algunos entrevistados, no tienen claridad acerca de cuál es su misión en sus territorios y para la sociedad, además en una ciudad como Medellín que todos los días plantea desafíos y retos en materia comunicacional. Esto hace que puedan comunicar cualquier cosa, pero sin compromiso con sus audiencias, sin incidencia en sus territorios y sin norte claro, copiando incluso contenidos de medios comerciales que no representan información relevante para sus comunas o corregimientos.

Adicionalmente, se evidencia una falta de voluntad política en la implementación real de la Política Pública como herramienta para resolver el problema público que le dio origen y que se expresó como *“Débiles capacidades del Estado, la sociedad civil y los procesos y medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para cumplir con el fin último de la comunicación: informar, incidir y movilizar”*. Esto debido a que algunos actores del sector perciben que la presente administración municipal (distrital ahora) lo que hizo fue adaptar las acciones del Plan de Desarrollo 2020-2023, proyectos pequeños o programas que venían de administraciones anteriores (premio de periodismo, la estrategia de movilización que hoy se llama Medellín Palpita desde sus Territorios) y los asimila como que fueran ejecuciones de la Política Pública.

También es importante mencionar que, de las entrevistas se desprende como conclusión que la inversión de los recursos, los ordinarios que se destinan, por ejemplo, a las acciones del premio de periodismo y la estrategia de movilización y otros que son de libre destinación, según criterio de la Secretaría de Comunicaciones, no deben estar sujetos a la posición editorial o a las visiones críticas de los medios o procesos de comunicación, lo cual, por supuesto también afecta la autonomía. Se expresa que muchos representantes de los medios y procesos deben “camuflar” sus posturas políticas o críticas frente a programas o acciones de la administración distrital para no ser estigmatizados, ‘sacados del llavero’, no priorizados para la inversión por parte de la Secretaría o la muerte social en la ciudad.

En las conclusiones, desde lo favorable, es claro que la Política Pública ha contribuido a la visibilización de los MAICC en la ciudad, que antes de que fuera promulgada la política ese reconocimiento no existía y mucha gente no sabía que había medios y procesos de comunicación en sus territorios. En esa medida, nuevos medios y formatos también han podido acceder a recursos para fortalecimiento y a las estrategias promovidas por la Secretaría de Comunicaciones, como el premio de periodismo y Medellín Palpita desde sus Territorios. También destacan los encuestados que ha sido importante la cohesión y unión frente a un objetivo común que ha propiciado la Mesa de Medios de Medellín.

Para finalizar, del análisis realizado por la autora, se desprenden algunas reflexiones como que algunos de los participantes en este ejercicio asimilan fortalecimiento de los medios y procesos de comunicación únicamente con asignación de recursos y pauta publicitaria. No necesariamente el fortalecimiento pasa por el componente económico porque pueden generarse acciones de formación, acompañamiento permanente en formalización y herramientas técnicas o administrativas, así como migración a formatos digitales, de acuerdo con nuevas

tendencias mundiales y todas estas acciones pueden propiciar fortalecimiento de estos actores.

En cuanto al acceso a la información, en la actualidad los medios y procesos de comunicación cuentan con más herramientas para recibir información (el chat de WhatsApp de Prensa de la Alcaldía de Medellín, a través del cual envían paquetes informativos con boletín, video, audio y fotos). Sin embargo, estos paquetes estimulan la pereza de algunos de los representantes de los medios que publican los contenidos tal cual, sin hacer ningún filtro, mucho menos sin hacer una elaboración ajustada a los territorios. En estos casos, el medio de comunicación pierde la oportunidad de generar vínculos valiosos con sus audiencias, al no producir contenidos propios que no sólo aportan al desarrollo de sus comunas y corregimientos sino que pueden ayudarles con la credibilidad y la que llamamos sostenibilidad social, que son esas comunidades que respaldan a los medios de sus territorios porque producen contenidos de calidad.

Así mismo, se confunde autonomía con visibilidad, cuando realmente la autonomía puede tener más relación con la legitimidad de los medios y procesos en los territorios, que les permiten tener un lugar preponderante de construcción de desarrollo en sus comunas y corregimientos, con la generación de alianzas y elaboración de contenidos independientes que no dependan de la institucionalidad, así como la sostenibilidad económica.

Finalmente, se menciona de manera muy sutil, que preocupa la representatividad de los diferentes formatos y sectores de los MAICC en el Comité de Política Pública. Un asunto es que los delegados de estos sectores no tienen una conexión directa con sus sectores, no 'bajan' a sus similares (que además los eligieron) la información sobre lo que ocurre en el marco de la puesta en marcha de la Política Pública, mucho menos rinden cuentas de sus acciones o participaciones en dicho comité. Otro tema relacionado es que algunos representantes se quejan de que el

comité no es tenido en cuenta para la toma de ciertas decisiones que la Administración Distrital define de manera vertical.

RECOMENDACIONES

PARA LA ALCALDÍA

- Elaborar planes de acción que permitan fortalecer medios y procesos de comunicación en los territorios, que contengan no sólo las acciones de convocatorias y premio de periodismo, por ejemplo, sino que se apoyen las acciones y proyectos de los medios y procesos en sus comunas y corregimientos, con la participación con recursos de otras secretarías y no sólo de la de Comunicaciones.
- Fortalecer el trabajo en red y colaborativo y articular el proceso de MAICC de Medellín con las dinámicas a nivel nacional para la formulación del Plan Nacional de Medios en marcha por la Presidencia de Gustavo Petro.
- Que se fortalezca el trabajo del Comité de la Política Pública y que se le dé verdadera importancia, incluso desde la Secretaría de Comunicaciones, con la asistencia permanente del secretario (a) con lo cual demuestra que le interesa el sector.

Darle la importancia que se requiere a este comité que se conformó porque veíamos que, por ejemplo, el secretario solamente estuvo la primera vez y luego no volvió, entonces ya empieza uno a ver realmente si hay un interés o no, porque los funcionarios van como por hacer de pronto hacer fotografías, pero no hubo prácticamente mucho avance. (Entrevistado 04)

- Hacer una evaluación de resultados al proceso, aún no de impacto porque es aún temprano para eso, pero revisar la implementación hasta ahora para tener la 'foto' actual y poder tomar mejores decisiones para orientar de manera adecuada la Política Pública.
- Abrir más espacios de debate para pensar la comunicación desde los MAICC, lo cual se ha demostrado que es posible convocar con éxito (caso del foro que hicieron Comunicracia y SINCO, en febrero de 2020, para hablar

de la Política Pública, cuya asistencia fue masiva y fue de alto impacto para la elaboración del Plan de Desarrollo 2020-2023).

- Mejorar el presupuesto para los MAICC, que la inversión de esos recursos sea acordada con los medios y procesos de comunicación. Aquí se propone puntualmente la asignación, mediante decreto o acuerdo, del 30% de la pauta para los MAICC, como una medida para fortalecerlos y reconocer su importancia.
- Que cada contrato que firme el Distrito de Medellín contenga una cláusula de obligatorio cumplimiento para que todos los operadores que llegan a las comunas y corregimientos con todos los programas institucionales, destinen el 10% del valor del contrato a la divulgación y socialización de los proyectos y que quede explícito que dicha difusión se haga con los medios de comunicación reconocidos e identificados por la Alcaldía en cada territorio.
- Más articulación entre el sector y la Administración Distrital, no sólo a través de la estrategia *Un Café con los MAICC* o las ruedas de prensa sino otras formas y posibilidades para construir conjunto.
- Llevar a cabo acciones de socialización por comunas y corregimientos para promover el debate crítico y analítico sobre los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC) y sus necesidades.
- Crear un programa mensual en Telemedellín que fomente y complemente dicho debate.
- Gestión interna para la articulación con otras Secretarías y que se promueva el apoyo a los medios y procesos de comunicación en temas de pautas y equipos.
- Creación de una plataforma en la que se pueda evidenciar el trabajo de los medios, al mismo tiempo que funciona como una agenda y mapeo de actores para la sociedad.
- Ser considerados en primer plano, “no como convidados de piedra”.
- Promover una participación activa de los MAICC en la construcción y fortalecimiento económico, de saberes y presencia, como parte de la

valoración y reconocimiento a su trabajo en comunicaciones para los diferentes territorios de Medellín.

- Desarrollar una planeación prospectiva de la Política Pública MAICC, más allá de la planeación regular, para garantizar un enfoque a largo plazo.
- Formación constante en temas relevantes para los MAICC como gerencia, periodismo, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo y cambio social, TIC, comunicación digital, inteligencia artificial, prospectiva territorial y de la comunicación, marketing, proyectos, entre otros.
- Creación de un Observatorio de Medios que abarque tanto los medios masivos como a los MAICC, así como la creación de una agencia de medios integrada por la mayoría de los MAICC.
- Elaboración de una agenda informativa que abarque los MAICC de la ciudad en sus diferentes niveles (barrial, comunal y de ciudad-distrito) y establecer una red de enlace con representantes comunales para facilitar la intercomunicación y el intercambio de experiencias e información.
- Realización de una auditoría que proporcione una visualización externa y apoyo para el cumplimiento de las metas colectivas, así como la generación de informes periódicos dirigidos a diferentes públicos, como forma de rendición de cuentas y que sirva para diagnósticos posteriores.
- La efectiva implementación de la Política Pública, en paralelo con la creación de instrumentos técnicos de seguimiento y de equipos independientes que evalúen su ejecución. Eso tiene que estar de la mano con la voluntad política de entender el fortalecimiento de los medios como un proceso integral y no solo como la destinación de recursos por medio de la pauta.
- Dar mayor prioridad a los medios, para no depender del Presupuesto Participativo y Convocatorias.

PARA LOS MAICC

- Pensarse como gremio y volver a la génesis de los medios y procesos de comunicación, la razón por la que fueron creados, para revisar dónde está la falla en esa tarea de incidir en todas las escalas. “Yo creo que tenemos que pensar en un proceso de comunicación comunitario y ciudadano de Medellín para luego pensarlo en Antioquia y para luego como país, porque no solamente los medios comunitarios tenemos la incidencia y lo misional con relación a nuestros vecinos, sino también a esas asuntos globales que como país nos convocan: la paz, el acceso a los derechos, la reformas constitucionales. Si bien hay un sector de la población colombiana que lo está pensando también, se hace necesario escuchar esas voces de aquellos hombres y mujeres que habitan los barrios, de su otra perspectiva distinta. Escuchar es la clave fundamental para que efectivamente en el mediano y en el largo plazo esta política pública trascienda el quehacer de la comunicación y que nos lleve precisamente a pensar que ese hacer tiene que generar unas transformaciones en lo local y que nosotros como medios comunitarios tenemos que ser capaces de mostrarlo, de medirlo y de darnos ese lugar en la sociedad”. (Entrevistado 02).
- Que se ‘pellizquen’, se agremien, se dispongan a conversar sobre el objetivo común que les convoca y también pronunciarse sobre los diferentes procesos que están ocurriendo en el país. Un entrevistado hace la comparación, diciendo que con el Plan Nacional de Desarrollo se pronunciaron varios sectores, artistas, empresarios, ganaderos y ¿los medios y procesos de comunicación?, han brillado por su ausencia.

Lo que necesitamos, primero, es proponer espacios de diálogo donde nos podamos encontrar para acciones conjuntas. No todos tenemos que tener la misma línea editorial, no todos tenemos que hacer los mismos productos, no todos tenemos que hacer las mismas

publicaciones, pero todos sí podemos hacer acciones de exigencia conjunta para poder hacer una real incidencia como medios y revisar muy bien cuáles son esos instrumentos de Política Pública. Si uno se va a revisar la Política Pública, ¿cuáles son los instrumentos? Hay una instancia de representación de la Política, el Comité, que si tú le preguntas a la mayoría de medios si se sienten representados, ya sabrás cuál es la respuesta. En la política pública está todo por hacer. (Entrevistado 03)

- Que la política pública la lideren los medios y los ciudadanos y no el gobierno de turno a su antojo y necesidad.
- La generación de un espacio permanente de conversación e incidencia para los procesos de comunicación de la ciudad, sobre todo en este contexto nacional en el que se está formulando una Ley Nacional de Medios.
- Creación de un escenario de conversación a nivel de ciudad, masivo y permanente, al que puedan asistir todos los medios y procesos de comunicación. Sería una especie de Asamblea Distrital de Medios y Procesos de Comunicación institucionalizada, que se reúna al menos cuatro veces al año. Esto debido a que el Comité de Política Pública es un órgano limitado y la información de lo que allí se conversa no circula a los demás medios y procesos de comunicación.

PARA EL CONCEJO DE MEDELLÍN

- Que actúe como garante y formulador de temas de la Política Pública, teniendo en cuenta que aprobó el acuerdo que le dio nacimiento y debería hacerle seguimiento más constante. Hay que mencionar que existe una Comisión Accidental en el Concejo de Medellín de seguimiento a la situación de los MAICC, pero ha estado un poco desvinculada del proceso, debido a que la lideraba el concejal Carlos Alberto Zuluaga Díaz, pero el Tribunal Administrativo de Antioquia anuló su elección en marzo de 2021. El concejal que asumió la comisión, Fabio Humberto Rivera, no se ha conectado

completamente aún con el tema. Entre 2022 y lo que va de 2023 se han realizado dos comisiones que fueron una especie de rendición de cuentas de la Secretaría de Comunicaciones, sin posibilidad de interacción o réplica por parte de los medios y procesos de comunicación. (Elaboración propia).

Por último, es muy importante que entre todos los actores que tienen relación con la Política Pública, se definan mecanismos y estrategias que, además de garantizar la formación y la sostenibilidad económica de los MAICC, propicien pedagogía encaminada al empoderamiento de los representantes del sector, no sólo para la apropiación de esta Política Pública sino para su participación en instancias departamentales y nacionales que aportan elementos de comparación e intercambio de experiencias que pueden enriquecer las dinámicas de los MAICC de Medellín. Es propicio, que el sector se apropie del Plan Departamental de Cultura de Antioquia, recién formulado y con él, del actualizado Plan Departamental de Comunicación Ciudadana y Comunitaria (vigencia a 2035).

Adicionalmente se planea la actualización del Plan Municipal de Cultura (que venció en 2020), en el que aparece la comunicación como una línea estratégica, gracias a la incidencia de las dos consejeras de medios comunitarios de la época (Sara Melguizo Gavilanes y Ana Isabel Rivera Posada). De igual forma, la oportunidad de incidir en la formulación de la Ley Nacional de Medios, iniciativa de la Presidencia de Gustavo Petro.

CONCLUSIÓN FINAL

Las hipótesis planteadas acerca de que la Política Pública no garantiza el Derecho a la Comunicación, no genera incidencia de los MAICC en la agenda pública ni afianza la autonomía o la Gobernanza del sector, se confirman parcialmente. Es aún muy temprano para asegurar que se cumple el objetivo para el cual fue creada.

Hay avances, esfuerzos, acciones de todos los actores que en el mediano plazo pueden generar estos beneficios para los MAICC, sin embargo, ahora, que aún se está en el corto plazo de la Política Pública es cuando hay que revisar para definir si el rumbo asumido es el adecuado o se puede mejorar.

Otro asunto es que la Política Pública *per se* no fortalece los MAICC, ni su acceso a la información, ni su autonomía, incidencia o Gobernanza. Suman muchos factores para que el objetivo de su creación sea real, pero hay asuntos de vieja data y recientes, del relacionamiento entre los MAICC que tampoco permiten avanzar hacia el trabajo colaborativo, en redes y caminando en un objetivo común, sin que haya quién saque provecho o desdibuje el discurso con tintes políticos, más cuando varios de los directores de medios comunitarios son ediles de Juntas Administradoras Locales de algunas comunas y aspiran nuevamente a serlo para el siguiente período que comienza en 2024.

Es importante que los MAICC comprendan el papel preponderante que tienen en el desarrollo de la ciudad, en sus comunas y corregimientos y se comprometan a mejorar sus procesos para ejercer una real corresponsabilidad. No se trata de señalar, pedir, exigir, ver las soluciones sólo como responsabilidad de la institucionalidad. Es necesario participar y hacerse responsable de un asunto que compete a los MAICC también.

REFERENCIAS

- Acuerdo 073 de 2013. (2013). Por medio del cual se dictan los lineamientos para la creación de una Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para el Municipio de Medellín.
- Análisis de causalidad de los problemas de la política pública de medios y procesos alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. (2017). Convenio de Asociación 4600070275. EAFIT.
- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Editorial Alianza.
- Castells, M. (2012). Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet. Editorial Alianza.
- Curran, J. (sf). Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática.
- Declaración Universal de Derechos Humanos.
- Decreto 2124 del 11 de octubre de 2019. (2019). Mediante el cual se creó la Política Pública de Medios y Procesos de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos para Medellín y se reglamentó el Acuerdo 073 de 2013.
- Diagnóstico de los Medios Alternativos y Comunitarios de Medellín 2005-2006. (2006). Alcaldía de Medellín y Comfama.
- Diagnóstico de Medios. (2015). Proyecto de Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios de Medellín. Universidad de Medellín.
- Documento Base. (2017). Fortalecimiento del proceso de la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios de Medellín. EAFIT
- DPLnoticias. (2021, 31 de mayo). En Colombia hay 306 medios nativos en las redes e Internet. Recuperado de <https://dplnews.com/en-colombia-hay-306-medios-de-comunicacion-nativos-en-las-redes-e-internet/>

Gaceta oficial número 2096. (2004). Acuerdo 003 de 2004, por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo 2004-2007 Medellín, compromiso de toda la ciudadanía.

Gaceta oficial número 3261. (2008). Acuerdo 16 de 2008, por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo 2008-2011 Medellín ES Solidaria y Competitiva.

Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Ciudadanos y Comunitarios de Medellín. Diagnóstico de Medios. Universidad de Medellín. (2015).

Plan de Desarrollo 2016-2019 Medellín cuenta con vos. (2016).

Plan de Desarrollo Medellín Futuro 2020-2023. Alcaldía de Medellín. (2021).

Plan Estratégico 2021-2029 Política Pública de Procesos y Medios de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín. Alcaldía de Medellín. (2020).

Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria & Federación Antioqueña de ONGs. (2008). Sistematización de experiencias proyecto: "Asociación de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios de Medellín - La Redecom". Medellín.