

# CONSOLIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO POR COMFAMA, LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN, LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y LA UNIVERSIDAD EAFIT DOCUMENTO DE TRABAJO 2



Elaborado por: Universidad EAFIT.

Fecha: Julio de 2017

## **FORTALECIMIENTO AL PROCESO DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS DE MEDELLÍN**

**Objeto:** Convenio de asociación para el fortalecimiento al proceso de la política pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín.

**Etapa I:** Análisis, cruce de información y priorización del problema público.

**Entregable:** Consolidación de la información generada en el proceso por Comfama, la Universidad de Medellín, la Secretaría de Comunicaciones y la Universidad EAFIT, que hace parte del entregable “documento que contenga la consolidación de la información generada en el proceso por COMFAMA, Universidad de Medellín, Secretaría de Comunicaciones y EAFIT, en función de la unificación de la información alrededor de las dimensiones de la Política, Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín”.

## CONTENIDO

<b>1. RASTREO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CUALITATIVA .....</b>	<b>6</b>
1.1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.2. RECORRIDO POR LOS DOCUMENTOS CONSULTADOS .....	7
1.3. METODOLOGÍA DEL PROCESO DE ANÁLISIS CUALITATIVO .....	10
1.4. ANÁLISIS CUALITATIVO, APROXIMACIÓN A LOS HALLAZGOS .....	11
1.4.1. <i>Definición de los medios de comunicación</i> .....	12
1.4.2. <i>Construcción de Identidad</i> .....	13
1.4.3. <i>Definiendo el deber ser de los medios</i> .....	13
1.4.4. <i>Metodologías trabajadas por los Medios</i> .....	14
1.4.5. <i>Otras Experiencias y la incursión de las nuevas tecnologías</i> .....	15
1.4.6. <i>Corresponsabilidad de los Medios, Comunidad, Estado</i> .....	15
1.4.7. <i>Legalidad y Legitimidad bases del trabajo de los medios</i> .....	16
1.4.8. <i>Participación de los medios</i> .....	17
1.4.9. <i>Oportunidades identificadas</i> .....	18
1.4.10. <i>Propuestas para fortalecer los medios</i> .....	19
1.4.11. <i>Reflexiones, conclusiones y un acercamiento a la evaluación sobre los procesos y el qué hacer de las comunicaciones</i> .....	19
1.4.12. <i>Trabajo en Red como apuesta o herramienta</i> .....	21
1.4.13. <i>Dimensiones propuestas por los medios</i> .....	23
1.4.14. <i>Política Pública una necesidad expresa</i> .....	23
1.5. ENUNCIADOS DEL ASUNTO DESDE LOS MEDIOS A TRAVÉS DEL TIEMPO .....	24
1.5.1. <i>Identidad</i> .....	25
1.5.2. <i>Calidad</i> .....	26
1.5.3. <i>Participación</i> .....	26
1.5.4. <i>Recursos</i> .....	27
1.5.5. <i>Censura</i> .....	27
1.5.6. <i>Normatividad</i> .....	28
1.6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PLANEACIÓN DEL DESARROLLO LOCAL .....	28
<b>2. ANÁLISIS CUANTITATIVO .....</b>	<b>31</b>
2.1. METODOLOGÍA DE REPROCESAMIENTO DE DATOS Y EL ANÁLISIS CUANTITATIVO .....	31
2.2. REPROCESAMIENTO DE DATOS DE UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN (2015) .....	35
2.2.1. <i>Variable N°3: Cargo</i> .....	35
2.2.2. <i>Variable N°12 y 13: Fecha de constitución</i> .....	37
2.2.3. <i>Variables N°5-7: Georreferenciación</i> .....	38
2.2.4 <i>Variable N°11: Estimado de usuarios</i> .....	43
2.2.5 <i>Variables 18-27: Variables dicotómicas asociadas a aspectos teleológicos, axiológicos y operativos</i> 44	44
2.3. GENERACIÓN DE INDICADORES COMPUESTOS .....	46
2.4. ÍNDICE DE ESTABILIDAD ORGANIZATIVA (IEO) .....	48
<b>3. ANÁLISIS MIXTO: CRUCE DE VARIABLES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS ASOCIADAS A LOS RECURSOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS DE MEDELLÍN. ....</b>	<b>50</b>
<b>4. METODOLOGÍA PARA LA NUEVA ENCUESTA .....</b>	<b>51</b>

<b>5. ANEXOS</b> .....	<b>54</b>
5.1. MATRIZ DE PRIORIZACIÓN (VER ANEXO EXTERNO) .....	54
5.2. ASOCIADOS AL ANÁLISIS CUANTITATIVO .....	54
5.2.1. Índice de Sostenibilidad (IS).....	54
5.2.2. Índice de Estrategia y Sostenibilidad Jurídica (IESJ) .....	55
5.2.3. Subíndice Axiológico (SA) .....	55
5.3. CANTIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS DE MEDELLÍN POR BARRIO Y COMUNA. ....	56
5.4. METODOLOGÍA PARA REPROCESAMIENTO DE DATOS, DE LA ENCUESTA DE UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN. ....	58
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>60</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ejemplo 1 .....	24
Tabla 2. Ejemplo 2 .....	25
Tabla 3. Perspectivas de comunicaciones en los PDL's.....	29
Tabla 4 Variables reprocesadas .....	34
Tabla 5 Metodología de reclasificación por palabras clave de la variable sobre cargos de los MAICC de Medellín, 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.....	36
Tabla 6 Fecha de constitución de los medios .....	37
Tabla 7 Aspectos organizacionales de los medios de comunicación .....	44
Tabla 8 Relación porcentual de aspectos organizacionales de los medios de comunicación .....	44
Tabla 9 Cantidad de medios con junta de programación.....	45
Tabla 10 Relación porcentual de la cantidad de medios con junta de programación .....	45
Tabla 11 Nivel de un subíndice o indicar e intervalo.....	47

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Carácter de los medios .....	17
Gráfico 2 Funciones de los representantes de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos encuestados en Medellín, 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. ....	35
Gráfico 3 Distribución por Zonas de los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín en 2015, a partir de datos de la encuesta de Universidad de Medellín, 2015.....	40
Gráfico 4 Proporción de medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín por Comuna, en 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. ....	41
Gráfico 5 Territorialización por barrio de los medios comunitarios, alternativos, independientes y ciudadanos de Medellín en 2015 partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. Marcadores: Azul muy oscuro=presencia de 12 MAICC; Azul = presencia de 2 a 4 MAICC; Azul claro= presencia de 1 Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos. El dato de El Megáfono fue readaptado a el barrio Popular. ....	42
Gráfico 6 Audiencia estimada por los representnntantes de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, Medellín, 2015.....	43

Gráfico 7 Resultados agregados el Indicador de Solidez, partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. Un medio no respondió la mayoría de las preguntas asociadas a variables, por lo cual no fue incluido. Dos medios no respondieron una de las variables dicotómicas, por lo cual se asumió un valor de cero (0). ..... 48

Gráfico 8 Índice de Estabilidad Organizativa (IEO) de medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. (Dos medios no respondieron alguna de las variables, por lo cual no fueron incluidas en el índice)..... 49

Gráfico 9 Inversión de Presupuesto Participativo y crecimiento acumulado de los MAICC de Medellín entre 2004 y 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. (Seis medios no incluidos debido a ausencia de respuesta)..... 51

Gráfico 10. Índice de sostenibilidad de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos,, Medellín, 2015 ..... 54

Gráfico 11. Índice de Estrategia y Sostenibilidad Jurídica (IESJ) de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, Medellín, 2015..... 55

Gráfico 12. Subíndice Axiológico (SA), Medellín, 2015 ..... 55

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Modelo Comunicativo de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos . 39

Ilustración 2 Indicador de solidez de Medios (ISM) ..... 47

## ACRÓNIMOS

<p>CAP- Centro de Análisis Político</p> <p>PP- Política Pública</p>
---

## 1. RASTREO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CUALITATIVA

### 1.1. Introducción

El proceso de rastreo y análisis de la información de fuentes primarias y secundarias —principalmente sistematizaciones de experiencias y entrevistas— consistió en la lectura en profundidad de diferentes documentos que dan cuenta de cómo el trabajo con medios de comunicación comunitarios, alternativos, independientes y ciudadanos de Medellín viene siendo una temática de interés en los últimos años en la ciudad. La lectura permitió identificar varios momentos clave del trabajo con estos medios y, además, reconocer algunos de sus sentires, inquietudes y reclamos en diversas ocasiones de su trasegar en la ciudad y en otros espacios. Es necesario tener en cuenta que los contenidos de este insumo se deben mirar en retrospectiva, es decir lo construido, y que este documento da cuenta de un inventario de las construcciones, definiciones, conceptualizaciones y discusiones realizadas.

Es por tanto un documento de lectura del inventario que hasta el momento se ha logrado recoger y cuando se plantea su lectura debe aclararse que según esas lecturas hay interpretaciones frente a lo realizado y algunas preguntas a resolver por los procesos consiguientes a los momentos que refieren los textos explorados.

En este rastreo se revisaron cuarenta y cuatro documentos que dan cuenta de cómo los medios de comunicación vienen siendo una temática de interés en los últimos años. Siete de estos son artículos web, construidos entre 2006 y 2015, con sistematizaciones, evidencias de gestiones de intervención, resultados de discusiones, proyectos y pronunciamientos sobre el tema. Se destaca el *Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006*, una actividad de consultoría realizado por la Caja de Compensación COMFAMA para la Administración Municipal del cuatrienio de 2004-2007.

Once de los cuarenta y cuatro documentos corresponden a actas del periodo entre 2015 y 2016. Actas de actividades de asesoría, encuentros de discusiones, foros, mesas de conversación y un Diagnóstico Rápido Participativo de los medios por formato realizado por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín en 2016; se incluyó también un paquete de entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios realizadas por la Universidad de Medellín y dos cartas con insumos pertinentes de la Secretaría de Cultura Ciudadana de 2016 y de la Personería de Medellín en 2013, cada una con su concepto de valoración del Acuerdo 073 para la creación de la Política Pública de medios alternativos y comunitarios del municipio de Medellín (para ese momento proyecto de Acuerdo 199 de 2013). Además, se consultaron veintidós documentos que contemplan los veintiún planes de desarrollo local actualizados por la Alcaldía de Medellín en 2015 y el Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020, documento con la planeación sectorial y territorial de cultura y las actas de los encuentros de la mesa de trabajo de Política Pública de medios 2016.

El recorrido por los diferentes documentos tiene como propósito identificar temáticas claves en la revisión cualitativa, donde se encuentran, a la luz de las dimensiones, las diversas problemáticas de identidad, del deber ser, de las corresponsabilidades, de legitimidad y legalidad, e incluso propuestas, reflexiones y metodologías, entre otros asuntos que aportan en las líneas de trabajo.

Dentro de la revisión es necesario aclarar que estos insumos históricamente se han construido pensando en medios alternativos y comunitarios por lo que dentro de la revisión histórica no se logra encontrar de manera

explícita unidades narrativas que hablen de los medios ciudadanos, independientes (concesionarios) antes de 2013 y aún en estos son escasos después del periodo mencionado.

## 1.2. Recorrido por los documentos consultados

El rastreo realizado para el proceso de construcción de la información cualitativa incluyó momentos como el Proyecto Comunicación, Vida y Territorio (COMVITE), realizado por el Departamento de Servicios Audiovisuales Universidad de Antioquia, en asocio con la Gobernación de Antioquia y su Gerencia de Comunicación Pública. Este proyecto que se adelantó con los medios locales de comunicación como un proceso que fortaleciera sus capacidades conceptuales, administrativas, técnicas, de producción, de cooperación y de trabajo en equipo, para que sus mensajes llegaran y convocaran realmente a las poblaciones sobre las cuales tenían impacto (COMVITE, 2005):

“La idea es convocar a los medios que se orientan a satisfacer las necesidades de comunicación en su municipio o área de cubrimiento, a facilitar el ejercicio del derecho a la información de sus habitantes, a promover el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía, y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales, para que mejoren su impacto” (Comvite, 2005).

Otro de los documentos revisados que marca un momento importante para el proceso de los medios de comunicación de la ciudad fue el *Diagnóstico de los Medios alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006*, realizado en 2005, en Medellín, por la caja de compensación COMFAMA. Este esfuerzo demuestra una apuesta clara para articular, fortalecer y trabajar con los medios de la ciudad y además le apuesta a los medios como procesos de construcción social desde los territorios. En este documento se hace inicialmente una introducción en donde se identifican las fuentes de información utilizadas que son en su primer orden fuentes primarias, en las que se consultan organizaciones sociales y de gobernanza en los diversos territorios y las mismas bases de datos de Comfama.

En la metodología de trabajo de este diagnóstico se señala cómo se acercaron al público objetivo de la investigación donde diseñaron varios instrumentos y generaron espacios de encuentro para trabajar con este. Para la recolección de información de cada uno de los medios, se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas con el ánimo de conocer aspectos generales de los medios, como nombre, tipo de medio, constitución legal, nombre del director del medio, comuna, barrio, dirección, teléfono, email, etc. El cuestionario incluyó también preguntas de caracterización como tiempo de circulación, periodicidad, público objetivo, fuentes de financiación, entre otras.

También se identifican los medios de manera especial según las características de cada uno, que, por ser comunitario, por ejemplo, adquiere responsabilidades, retos y habilidades dentro de la estructura social y el ejercicio de la democracia. Según expone este documento:

"Los medios de comunicación son identificados como ideales, dentro de las nuevas formas de socialización, mientras estén apoyados por la acción de grupos naturales como son las comunidades en donde actúan. En ellos y a través de ellos, las campañas cívicas encuentran las condiciones necesarias para la difusión de mensajes y la construcción de ciudad" (Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006, 2006).

En este ejercicio también aclaran las tipologías de medios, proceso que en parte coincide con algunas otras denominaciones mencionadas a lo largo de la construcción de comunicación de base:

“En tal sentido se entiende la comunicación alternativa o comunitaria como aquellos procesos de comunicación movilizadores por las comunidades organizadas en torno a la solución de sus necesidades territoriales, sociales, culturales, políticas (Diagnóstico de los medios alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006, 2006).

Luego de hacer un recorrido histórico por los momentos de la comunicación identificando las apariciones de los medios en cada territorio y de hacer una breve reseña de cada uno, este documento identifica los conceptos de trabajo sobre la comunicación pública, para lo cual cita a Bernardo José Toro: “Un ideal de comunicación Pública es lograr que muchos que son diferentes, diversos y plurales, puedan concertar propósitos comunes sin renunciar a su diferencia, su diversidad, y su pluralidad” (Diagnóstico de los medios alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006, 2006).

Para proponer en la ciudad una discusión sobre la comunicación alternativa, de cara a la cercanía con las comunidades, se sugiere que estas:

“Construyen y configuran significados con otros cercanos, se representan y simbolizan mediados por la amistad, la solidaridad, la ideología, la comunidad. La comunicación en el contexto público es una herramienta que posibilita la movilización ciudadana en torno a intereses de orden territorial, social, político y económico, necesarios para el desarrollo de la sociedad” (Diagnóstico de los medios alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006, 2006).

Con esto se inicia una serie de reflexiones sobre el deber ser de los medios de comunicación alternativos y comunitarios y su trabajo articulado con la comunidad, que:

"Genera cohesión y mayores lazos de unión entre una comunidad porque permite a sus miembros compartir los mismos niveles y la misma calidad de información, asíéndola (SIC) más democrática [...] los medios de comunicación alternativos posibilitan a estas comunidades, grupos o sectores sociales ser "escuchados" en la sociedad, interlocutor con ella, no se ven reflejados en los medios masivos de comunicación o en los escenarios sociales de discusión y construcción social" (Diagnóstico de los medios alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006, 2006).

También comienzan a definirse perfiles y pertinencias de los medios de comunicación alternativos y comunitarios, los cuales se convierten en una línea directa de comunicación y construcción de relacionamientos con la comunidad, que a largo plazo se traduciría en una gestión de la presencia institucional y una construcción de gobernabilidad. Además, se constituyen en un medio para el beneficio local, ya que se prestan para generar relacionamientos y espacios de construcción colectiva dentro del propio territorio, apoyando la articulación comunitaria, la construcción colectiva y la movilización social en torno al trabajo de los propios ejercicios organizativos del territorio.

Esto como parte del trabajo realizado en 2005 que, como se verá a lo largo del texto, sigue teniendo un nivel de relevancia y pertinencia hoy para plantearse en retrospectiva el devenir de los medios y de sus problemáticas que pueden aportar a la construcción de la actual Política Pública de medios.

Otro archivo que se revisó para construir este acervo documental fue la *Sistematización de experiencias, Proyecto: Asociación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Medellín - La REDECOM* (2008), este proceso surgió como resultado del diagnóstico realizado por Comfama en 2006.

En el análisis a la *Sistematización* se expresan como necesidades de los medios de comunicación los temas de alianzas y trabajo colectivo y temas de formación, como proceso para construir colectivamente la

planeación estratégica de la Red de Medios Alternativos de Medellín, con su misión, visión y objetivos a tres años.

Este, deja muchos insumos primarios para estas lecturas posteriores, y sin lugar a duda, se presta como antecedente para la construcción de esta Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín.

Otro archivo revisado fue *Lineamientos para la creación y funcionamiento de las mesas locales de comunicación comunitaria y alternativa de Bogotá* —experiencia de la Alcaldía de Bogotá en 2011— que aunque no fue muy exitoso también ofrece insumos para su análisis como lecciones aprendidas, al igual que el insumo recogido por Centro de Investigaciones y Educación Popular (CINEP), Corporación Viva la Ciudadanía y la Fundación Foro Nacional por Colombia, quienes a partir de un trabajo con medios de todo el país elaboran el documento *Matriz resultado de la discusión Foro Nacional 30 y 31 de Marzo de 2017*, en el cual se recogen inquietudes generales que pueden trasladarse al entorno para medir su pertinencia local.

Entre otras fuentes, se tiene en cuenta el “*Pronunciamento público frente a los resultados parciales del proceso de formulación de la política medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín*”, documento en el que además de hacer el pronunciamiento sobre la propuesta de Política Pública de 2015 también se propone una serie de reflexiones y sugerencias sobre temas de interés y se identifican problemáticas, este se considera pertinente en la medida de que pueden ser considerado como un insumo desde fuentes primarias, pues es una respuesta que nace en el seno de las organizaciones y procesos de comunicación y se debería tener en cuenta para las siguientes fases..

También se revisaron los insumos entregados por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, entre los que se encontraron actas de las *reuniones diagnósticas de medios impresos para la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos* para los medios impresos, radiofónicos, televisivos y digitales, entre otras actividades como reuniones diagnósticas, de asesorías, foros, mesas de discusión y correspondencia, con conceptos desde diversas secretarías de la Alcaldía sobre el Acuerdo 073 de 2013.

Además, se hizo una lectura en profundidad de las entrevistas de fuentes primarias del *Diagnóstico de Medios: Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín*. También se pudo revisar cuatro matrices con propuestas que los medios construyeron según las líneas de las actividades adelantadas en 2015 por el Centro de Opinión Pública – COP, Universidad de Medellín.

Y se pudo explorar las relatorías de la Mesa articuladora de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín, entregadas por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín a la Universidad EAFIT en junio de 2017. La cuarta Mesa de articulación Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos propone, en rasgos generales, que:

“el fortalecimiento de ellos [los medios de comunicación] acompañado de la implementación de la Política Pública para los medios independientes, alternativos, comunitarios y ciudadanos con miras al diálogo ciudadano y la movilización social [según] el Acuerdo 73 de 2013 contenida (SIC) en el plan de desarrollo” (Cuarta Mesa de articulación Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, 2015).

De lo anterior se desprenden algunos de los temas que posteriormente serán tratados en este documento, como reflexiones que aportan al acervo documental y algunos insumos de fuentes y antecedentes para el proceso en clave de recoger una información para momentos posteriores.

Otros documentos consultados incluyen procesos de sistematizaciones, planeaciones de trabajo con los medios (insumo valiosísimo en este momento pues recoge desde una jornada de planeación insumos de los medios en cuanto a líneas de trabajo que se propusieron en el año 2006 para construir el trabajo en red); entrevistas; correspondencia; actas de jornadas de diagnósticos rápidos participativos, que aportan en cuanto se recogen insumos y se hace un primer acercamiento para construir arboles de problemas ya en clave de Política Pública; memorias de eventos con medios de comunicación que aportan en cuanto se piensan en torno a temas de la agenda de los medios de comunicación que se proponen en la Política Pública.

### 1.3. Metodología del proceso de análisis cualitativo

La lectura de los diversos documentos con los que se contó como insumo, permitió reconocer una trazabilidad entre ellos, ya que la mayoría trabajan en la construcción de memoria y generación de interacción con los medios de comunicación de Medellín desde la década de 1980. Desde la década de 1990 se puede evidenciar acciones específicas; (I) Consejería Presidencial para Medellín comenzó a intervenir en la ciudad a partir del difícil momento de violencia por el que atravesaba la ciudad en aquella época. El siguiente momento (II) donde se abordó el tema de comunicaciones fue en la Administración local 2004 – 2007, mediante un lineamiento que tomó muy en cuenta a los medios de la ciudad y a partir del cual se fortaleció de manera decidida su intervención. Este momento específico de fortalecimiento ha marcado la propuesta de Política Pública de los últimos cuatro años, ya que han sido los medios mismos los que han impulsado la propuesta junto con la administración actual desde la Secretaría de Comunicaciones.

La información recogida después de esta lectura se sistematizó en matrices específicas para identificar los datos cualitativos de la siguiente forma: la fuente de la información, vínculo territorial (según la comuna), valga aclarar que algunos medios no trabajan según la dinámica territorial pero otros sí, se incluye esta variable para los que sea pertinente, los procesos sociales relacionados, los problemas referenciados y las fallas asociadas (Estado, Mercado, Gobernanza, Organización); todo con el ánimo de generar un nuevo insumo a partir de la información cruzada.

En el trabajo de revisión de los textos se obtuvieron, puntualmente, intervenciones y declaraciones, priorizadas por temáticas clasificadas. De lo anterior, resultaron diecisiete categorías que abarcan componentes filosóficos, aspiracional y de interpretación y también situaciones puntuales y la construcción de herramientas y propuestas, en las palabras claves:

- Definición
- Identidad
- Deber ser
- Metodologías
- Otras experiencias
- Corresponsabilidad
- Legalidad y legitimidad

- Participación
- Oportunidades
- Propuestas
- Reflexiones
- Conclusiones
- Trabajo en red
- Evaluación
- Dimensiones
- Política Pública
- Problemáticas

La información recolectada se cruza de la siguiente forma: con lo territorial al identificar en los textos e insumos que así lo permiten la procedencia de la fuente primaria, es decir, a qué comuna pertenece el entrevistado; con las dimensiones contempladas en el fundamento conceptual de la Política Pública; con los tipos de medios y naturaleza cuando así el texto lo permite, para finalmente dar detalles del contexto de la información si se considera pertinente.

Estas variables y cruces pueden darse a partir de la sistematización totalizadas y priorizadas por el proceso en razón del interés para la consulta. En la temática o palabra clave de problemas se propone un segundo ejercicio de profundización para desagregarlos en función de las inquietudes que arrojaron las unidades narrativas que refieren el asunto de la Política Pública, así:

- Calidad
- Censura
- Identidad
- Normatividad
- Participación
- Recursos

Para el tema de enunciados del asunto se identifican enunciados a lo largo de los documentos, situaciones que, aunque se pueden tomar como reiterativas ya que se han insistido históricamente y copiosamente, como lo demuestran las discusiones en algunas actas revisadas, pueden construir un nivel de priorización para el proceso, pues brindan herramientas para posteriormente hacer un ejercicio de clasificación.

#### 1.4. Análisis cualitativo, aproximación a los hallazgos

El análisis cualitativo evidencia la pertinencia y el enorme valor del seguimiento del proceso que ha tenido la ciudad en las últimas tres décadas con relación al tema de comunicaciones, en la medida en reivindica el saber local y brinda insumos a las propuestas de las comunidades en la construcción desde la base social.

A continuación, se analizan cualitativamente algunos elementos hallados en la revisión de información:

### 1.4.1. Definición de los medios de comunicación

A partir de los documentos se analiza la definición de la comunicación alternativa y comunitaria, sus objetivos y se identifican varios de los insumos que lo contemplan. También se logran ver las múltiples voces que lo han trabajado y cómo desde la construcción del proceso del Diagnóstico de Comfama, se ha afinado el concepto en el imaginario de los medios locales de comunicaciones, más la interpretación ha cambiado con el tiempo.

En ese proceso de reinterpretación se manifiesta una necesidad de revisar y construir un concepto único, de definirlo en una interpretación colectiva y legítima que ayude a la ciudad a entender aquel concepto que, sin el ánimo de negar identidades, debe ser definido en favor de ser consistentes en toda la medida posible, pues ese elemento puede brindar algunas herramientas para emprender propuestas de la Política Pública:

“La comunicación alternativa es el uso de herramientas básicas para fortalecer la circulación de información en un grupo determinado, mejorando o superando los efectos que producen los medios de información masivos. Esto quiere decir que la comunicación alternativa no sólo se ocupa de los problemas internos de un grupo, sino que pueda trabajar cualquier información de actualidad desde la perspectiva que le interesa a las y los miembros de la comunidad que participa en ella” (Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006., 2006, p. 9).

Esto se decía en 2005; para 2017, se entiende de otra manera:

“¿Cómo se define como medio? Que somos muy alternativos, que hablamos de lo que ocurre cotidianamente en los más barrios, como más barriales que cualquier otro medio”.<sup>1</sup>

Además, cuando a la definición se le cargan desde un principio tareas puntuales, puede ser confuso, no solo para la concreción del concepto, sino que amarra desde sus inicios el deber ser y limita desde su propia fuente una potente construcción colectiva que debe ver el proceso como una oportunidad de crear y trascender y luego sí pasar a lo instrumental.

“Principios Orientadores: Promoción de los derechos humanos, generación de opinión desde las comunidades, construcción solidaria del sector de los medios comunitarios, construcción de los medios desde un principio de equidad, fomento de la participación comunitaria, promoción de las alternativas de convivencia y seguridad humana, representatividad, legitimidad y reconocimiento, respeto por la autonomía de los medios, mejoramiento de la calidad y contenidos de los medios, coordinación permanente y desarrollo del sistema de monitoreo y evaluación para el sector.”<sup>2</sup> (2015, pág. 12)

Así pues, en los documentos se identifica la pregunta por si ¿es pertinente elaborar una reconstrucción conceptual de manera colectiva, sobre la naturaleza de los medios, según si son alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos?, puesto que ello define las responsabilidades, derechos y deberes de cada medio. En las conversaciones que se lograron no se desconoce el avance realizado por procesos anteriores, pero encontrar estos llamados en documentos recientes, da luces, sobre la necesidad de no abandonar este tema aún.

<sup>1</sup> Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. Pág. 2. 2015.

<sup>2</sup> Pronunciamento público frente a los resultados parciales del proceso de formulación de la política medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín. 2015.

Para esto se identificaron diversos momentos, como el evento “Un café con vos” realizado en 2016 con Gabriel Kaplún quien estuvo con los medios madurando el tema y dando aportes a la discusión que no se agota allí, es claro que puede seguir conversándose hasta llegar a un punto de acuerdo colectivo claro y contundente.

### 1.4.2. Construcción de Identidad

El tema de la identidad es otro concepto que cuenta con múltiples miradas, que no solo afecta el cómo se ve el medio, sino que también trasciende su función instrumental “teniendo en cuenta que los medios de comunicación alternativos no se constituyen exclusivamente en emisores de mensajes, sino en herramientas importantes para la generación de tejido social”<sup>3</sup>, lo cual es necesario poner en contexto para identificar la riqueza de la peculiaridad del medio de comunicación como organización social.

“nos identificamos nosotros como organización cultural es que vemos que en la ciudad era necesario crear un medio de comunicación que permite la articulación del trabajo de las organizaciones comunitarias que realizan trabajo cultural dentro de la ciudad, vemos que no están incorporadas dentro de los diferentes medios de comunicación que hay en la ciudad, que era necesario visibilizar todo este trabajo que vienen realizando todas las organizaciones de carácter comunitario en la ciudad.”<sup>4</sup>

Es necesario revisar y homologar los términos hasta el momento contruidos sobre identidad de los medios, reconociendo las construcciones anteriores y articularlas con los avances y hallazgos realizados en los últimos años; en lo que se refiere a la definición del ser, naturaleza, tipos, formatos y autodefinición de los medios según sus intereses y búsquedas. Para esto se puede ser optimista ya que la construcción, hasta ahora, ha sido copiosa y genera muchas herramientas, además de tener un terreno abonado colectivamente, pensando en que hacia el futuro se puede generar una identidad firme a la hora del hacer, gestionar y participar de los medios.

### 1.4.3. Definiendo el deber ser de los medios

Y si el concepto de la identidad de los medios es discutido a lo largo de los textos, el deber ser es otro tema de gran envergadura en las diversas fuentes consultadas; un componente aspiracional que va desde lo teórico, lo que se comprende, propone, practica, se espera e incluso que contempla el cómo se construye y vive día a día en los diversos medios de la ciudad.

Es necesario identificar que el deber ser pone en su haber el tema de las definiciones y las apuestas en la revisión, este tema está más posicionado que el propio tema de la identidad y no es de extrañarse pues los medios se ven como hacedores; “*Los medios alternativos de comunicación de Medellín se han convertido en espacios de socialización de grupo, vecinos, ideologías, jóvenes, instituciones, iglesia, organizaciones*

<sup>3</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. Pág. 4.

<sup>4</sup> Wilinton Foronda, comuna 70, Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. 2015.

*sociales y empresarios y narrativas locales*<sup>5</sup>. Lo que lleva a buscar desde un principio de realidad las pertinencias y competencias de los medios de comunicación alternativos, sin contradecir sus construcciones de identidad, en el tema del deber ser.

Deber ser que pasa por acciones e interpretaciones generadoras de procesos y movilización social, y promotores de cambios en la sociedad *“no entienden que es un medio comunitario, que la comunidad es la que hace parte e incide sobre el medio”*<sup>6</sup>.

Además, se logra identificar que se encuentran identificados con propuestas que señalan su deber ser:

“Desde el punto de vista de la comunicación popular, los medios comunitarios tendrían la labor fundamental de informar, develar las problemáticas sociales y expresar las opiniones y propuestas de los sectores sociales y comunitarios, así como fortalecer la participación de la ciudadanía.”<sup>7</sup>.

Según esta lectura queda en evidencia la necesidad de llegar a acuerdos frente al deber ser de los medios, a la luz de su propia construcción identitaria, de naturaleza y espíritu del formato que trabajen, incluyendo sus alcances pues se espera mucho de ellos, pero como veremos más adelante los procesos de sostenibilidad pueden hacer un fuerte contrapeso a esos intereses y definiciones.

Frente al tema del deber ser de los medios contrasta la carencia de una definición explícita por parte de los medios concesionarios quienes en otros espacios manifiestan algunas preguntas más que afirmaciones como lo recogió la relatora Patricia Gómez en la Reunión café mesa articuladora de medios para la Política Pública del 28 de octubre del 2016: *“La mayoría independiente son profesionales mayores de 50 años con empresa que pretenden vender para sostenerse, este tipo de medios son más universales. Los medios que no son comunitarios, necesitan mayor articulación y movilizarse”*<sup>8</sup>.

#### 1.4.4. Metodologías trabajadas por los Medios

Avanzando en la revisión se encontraron otras temáticas valiosas para el proceso: las metodologías de trabajo y la administración de los mismos medios de comunicación alternativos independientes, comunitarios y ciudadanos. Temáticas que pueden ser materia de ampliación en otros momentos desde la Secretaría de Comunicaciones. De manera deductiva se pueden identificar en las experiencias, acciones puntuales y la descripción del que hacer (día a día) de los medios de comunicación, formas de crear y desarrollar trabajos que relacionamos como metodologías y con estas se pueden intuir los intereses, acciones y verificar el cumplimiento de su razón de ser. Podemos decir a partir de las lecturas y de estos hallazgos sobre metodologías, que la definición de los medios puede ser alimentada por las lecturas de estas prácticas desde

<sup>5</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. Pág. 119.

<sup>6</sup> Cristina Zapata, Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. 2015.

<sup>7</sup> Pronunciamento público frente a los resultados parciales del proceso de formulación de la política medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín

<sup>8</sup> Acta (2016) A Reunión café mesa articuladora de medios para la Política Pública. 28 de octubre del 2016. Casa del maestro piso 3, Medellín, Colombia.

los contextos internos y externos; es decir en la forma como ven a los medios y como ellos mismos se definen.

También a partir de las lecturas podemos decir que la mayoría de las estrategias metodológicas que desarrollan los medios apuntan a la consecución de recursos financieros y humanos para el sostenimiento económico y de continuidad del medio y su producción. Con la claridad de que la búsqueda de recursos financieros a pesar de ser la metodología más pensada, no quiere decir que sea esta búsqueda el principal interés de los medios.

“En el momento estamos por PP (Presupuesto Participativo)<sup>9</sup>, pero para el próximo año tenemos varios proyectos para poder sostener el periódico, uno de ellos es la venta de pauta y otro es alianzas con las instituciones que te mencioné anteriormente y con los restaurantes de la zona; también hemos pensado en sacar en una de las páginas, unos avisos clasificados pequeñitos a bajo costo para que cualquier persona pueda pautar.”<sup>10</sup> Cristina Zapata, Corregimiento Santa Elena.

Otros temas relacionados son las metodologías para las mediciones de impacto del medio, metodologías de trabajo para acceder a la información de la comunidad y de construcción de contenidos en otras plataformas como la web.

#### 1.4.5. Otras Experiencias y la incursión de las nuevas tecnologías

Siguiendo con la revisión se encuentran propuestas en cuanto a la diversificación de formatos, plataformas y prácticas a las cuales están migrando o expandiéndose los medios de comunicación.

Son destacables tres temas: (I) Nuevas tecnologías, donde se destaca muy especialmente la incursión de los medios en redes sociales; (II) intervención social de los medios, para hablar de cómo los medios están expandiendo nuevas metodologías de intervención en los territorios entre las que se pueden destacar las acciones de formación en comunicación comunitaria y alternativa, *“este año hicimos cinco talleres, tres para niños de los cuales salió un cuento que se publicó en el periódico y también hicimos dos para adultos uno fue como guía de cómo se manejaba un periódico.”* Cristina Zapata, Entrevista 2015. Y (III) el relacionamiento con los ejercicios de planeación participativa en las comunas, como una relación de aporte mutuo para el trabajo de los medios en las comunidades.

A partir de esta información se puede evidenciar que para el momento de los textos existió la necesidad de hacer lecturas a estos nuevos procesos, identificar y valorar estas nuevas expresiones de los medios y darles un lugar en las dinámicas territoriales, sociales y comunicacionales.

#### 1.4.6. Corresponsabilidad de los Medios, Comunidad, Estado.

Desde los documentos consultados en clave de identificación de asuntos, la conceptualización de la comunicación alternativa y demás expresiones se generan unos relacionamientos entre los medios con las organizaciones sociales, territorios, y demás componentes de la esfera pública (Estado, Medios, Mercado,

<sup>9</sup> Paréntesis propio.

<sup>10</sup> Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. 2015

Sociedad Civil), estos relacionamientos deberían verse también impactados por unas responsabilidades particulares y unas responsabilidades compartidas a estas últimas es que llamamos corresponsabilidad, los medios como parte de la esfera pública debe generar esos relacionamientos y corresponsabilidades en deberes y derechos.

“Los medios alternativos de la ciudad de Medellín se constituyen en espacios posibles de acercamiento de voluntades entre las instancias estatales y la comunidad y en herramientas generadoras de tejido social, en tanto actúan en un entorno complejo, el de sus propias comunidades. Constituyen y configuran significados con otros cercanos, se representan y simbolizan mediados por la amistad, la solidaridad, la ideología, la comunidad.”<sup>11</sup> (Comfama 2006, pág. 7)

Desde las dimensiones en la revisión de los documentos, revisión en clave de asuntos problemáticos, se identificaron expresiones de esta corresponsabilidad más no como se esperaba de forma protagónica, diría que a la luz de este ejercicio y reconociendo la inalienable relación que el proceso produce, como se explicó previamente, se pueden revisar los temas de corresponsabilidad en las dos líneas, de deberes y derechos, pues solo se expresan en acciones puntuales en lo que se logró recoger.

En el acta de la Reunión Diagnóstico de medios digitales de Medellín en el contexto de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos del 26 de octubre de 2016 - DRP de la Secretaría de Comunicaciones, Alcaldía de Medellín. Se enunciaron los temas de corresponsabilidad más del Estado que de los medios “In-visibility de los medios por parte de las instituciones dependiendo de la ideología del gobierno de turno.”<sup>12</sup> de igual forma se evidencia ausencias y falta de cualificación de parte de los públicos o usuarios de los medios, para este caso digitales.

#### 1.4.7. Legalidad y Legitimidad bases del trabajo de los medios

En el ejercicio de las corresponsabilidades también se encontraron postulados sobre la legalidad y la legitimidad, se considera necesario hacer una lectura en profundidad del tema, dado las implicaciones que tienen los dos componentes y que los medios, en el estado actual de cosas, les representa un alto grado de dificultad.

La revisión para el análisis cualitativo de este tema arroja que no es una temática necesariamente protagónica, pero en razón de las dimensiones, de identidad, de sostenibilidad de los medios y del proceso de Política Pública si se considera una temática a revisar y dialogar con los territorios, pues se puede contribuir a generar más claridades en razón de generar códigos compartidos en tanto el entendimiento del tema.

En cuanto a la concepción en los documentos se fijan en problemáticas muy puntuales frente a la credibilidad de los medios, la incidencia, la falta de normativas y su presencia en los diferentes ámbitos de la esfera pública de los medios.

<sup>11</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. pág. 7.

<sup>12</sup> DRP de medios digitales de Medellín en el contexto de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos. Secretaría de Comunicaciones, Alcaldía de Medellín. 2016.

### 1.4.8. Participación de los medios

Uno de los temas protagónicos de este análisis, más no en lo reiterativo sino frente a las dimensiones, es la participación como tema del asunto, los documentos consultados arrojan que los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos deben propender por esa construcción de lo público, también según las diversas fuentes de la literatura académica, pero más que eso se hacen la pregunta frente a las comunidades, reconociendo los antecedentes de los procesos sociales los cuales tienen en su razón de ser aportar de manera muy protagónicamente para llegar a un bien mayor; la movilización ciudadana en razón de la transformación social.

La participación además de ser identificada como un tema de reflexión constante a lo largo de la revisión documental y de otras fuentes se identifica como una de las situaciones más controversiales, aspectos del racero personal extrapolado a los procesos sociales territoriales, de ciudad y a la norma, este tema es pues motivo de una reflexión cuidadosa pues se nota la necesidad de trabajar el tema en profundidad y de nuevo concertar cómo se va a entender para que pueda ser insumo en los diferentes espacios y para la construcción de la Política Pública.

El tema de participación aparece dentro de los textos de una manera más pragmática, pero como una de las reflexiones por plantear, se diría que el tema de la participación es necesario revisarlo a la luz de la norma que la incluye como es la ley 1757 de 2015 de orden nacional y el Acuerdo 28 de 2017 de orden local (ciudad) pues implica un motivo de reflexión en otros ámbitos que es de total pertinencia para este nuevo momento de la Política Pública.

Desde la lectura también se pueden intuir las características múltiples de los medios, es decir entender que los medios en si mismo son complejos y tienen múltiples caracteres; hasta el momento, según los documentos se podría hablar de tres caracteres: como medios de comunicación, como organizaciones sociales, y como emprendimiento económico, no en el sentido estricto del mercado, pero si con miras a una sostenibilidad económica.

Es de anotar que la Universidad de Medellín incluyó en los documentos elaborados en el año 2015 espacios de participación de los medios y propuestas según las líneas del acuerdo, pero con intención de encontrar unidades narrativas para el asunto inicial de esta Política Pública se consideraron prioritariamente las expresiones que detectan llamados de atención y testimonios frente al tema de la participación.

*Gráfico 1 Carácter de los medios*



Fuente: (Universidad EAFIT, 2017)

#### 1.4.9. Oportunidades identificadas

En cuanto a las proyecciones, la consulta encontró pocos enunciados de oportunidades o retos en el universo de los documentos. Solo las actividades de DRP adelantadas por la Secretaría de Comunicaciones en 2016 y los enunciados enumerados en excel (162) entregados como insumo por la Universidad de Medellín, y que poco se retoma en el documento diagnóstico final. Desde el análisis se puede entender que la mayoría de las actividades buscaban hacer diagnósticos, construir árboles de problemas para identificar proyectos de fortalecimiento o recoger insumos para intervenir. Solo el documento “Sistematización de experiencias “Proyecto: “Asociación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Medellín - La REDECOM” – hizo una indagación alrededor de los temas de proyección y es necesario aclarar que el objetivo del documento era reflejar la realidad para ese momento en específico.

Claro que se puede destacar la mirada de los periodistas de las comunas 8 (Visión 8), 50 (Periódico La Nota) y 70 (Revista cultural MALOCA)<sup>13</sup> en las respectivas entrevistas hechas por la Universidad de Medellín en el año 2015, en sus declaraciones (2015) se logra evidenciar la mirada particular identifican oportunidades para los medios, organizaciones y en el ámbito personal desde las comunicaciones, pero más en clave de los aprendizajes:

“Oportunidades, creo que también el que nos apoyemos con otras corporaciones, otros líderes sociales y presidentes de las acciones comunales nos permite mirar otras cosas del territorio, aprender mucho de ellos, pues nosotros sabemos relativamente poco a comparación de lo que ellos saben, de lo que sucede realmente en los barrios, entonces creo que apoyarnos en estos actores tan importantes frente a la comunidad también nos ha servido muchísimo, por lo que vale rescatar la labor de ellos, no solamente la de nosotros, creo que nosotros no seríamos mucho sin la ayuda de estos actores que resultan.”<sup>14</sup> Cristián Andrés Longas, pág. 7, 2015.

<sup>13</sup> Según los textos que se revisaron se habla de medios existentes en años anteriores

<sup>14</sup> Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. Pág. 7. 2015.

“la oportunidad de hablar, contamos con independencia, entonces, si bien recibimos recursos de la Administración podemos tranquilamente hablar de las cosas que no nos parecen de la Administración, obviamente con el debido respeto, debidas fuentes. Entonces sí, contamos con independencia.”<sup>15</sup> Luis Fernando Bastidas Arango, Pág. 3, 2015.

#### 1.4.10. Propuestas para fortalecer los medios

Las propuestas para fortalecer los medios es uno de los temas más enunciado de los encontrados, se mencionó en todos los textos de diferentes maneras, pero decididamente una constante protagónica, el tono propositivo, el optimismo de todos los hallazgos de los diferentes documentos, la constante en la búsqueda de soluciones es destacable. Se identifica una clara tendencia a la búsqueda y el desarrollo desde lo más instrumental hasta lo más elevado de la condición del ser de los medios de comunicación.

"La presencia de los medios alternativos en sus localidades en su mayoría, obedecen a iniciativas impulsadas desde corporaciones, instituciones sociales, culturales, ideológicas y empresariales que cuentan con el aval y acompañamiento de las comunidades donde actúan." (Vinculación a procesos estratégicos, otras formas de mediación comunicativa)<sup>16</sup> (Comfama, 2006).

También se debe destacar que las propuestas que enuncian los documentos para fortalecer los medios y los procesos identifican que se pretendía, para los diferentes momentos, incentivar la generación de salidas a las problemáticas del momento. Aparte se puede decir que hay unidades narrativas con muchas propuestas desde todos los ángulos, las interpretaciones, prácticas, definiciones, búsquedas de sentido o del hacer que se podrán rastrear nuevamente para la etapa del convenio que corresponda a la construcción de propuestas, no para este momento de revisión, es de anotar que el proceso de la Universidad de Medellín deja un insumo que también debería revisarse para la etapa que corresponda (libros de Excel 162 enunciados).

#### 1.4.11. Reflexiones, conclusiones y un acercamiento a la evaluación sobre los procesos y el qué hacer de las comunicaciones

Cuando se identifican estas palabras claves (reflexiones, conclusiones o evaluación), no se llega a unas construcciones complejas de los conceptos o del que hacer de las comunicaciones, por lo que se hace un análisis simultáneo alrededor de los temas, es de anotar que algunas solo se plantean como enunciados que podrían llamarse pensamientos en voz alta, o de conclusión del proceso que en su momento se adelantaba dando algunas pistas de cómo se desarrollaron esas actividades.

El Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 – 2006 realizado por COMFAMA logra identificar un listado de conclusiones sobre su investigación que para el momento se recogen a beneficio de inventario para futuras comparaciones:

##### “Conclusiones

- La mayor presencia de medios alternativos se ubica en las comunas 10, 12 y 5

<sup>15</sup> Ibid., pág. 3.

<sup>16</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. Pág. 114

- A partir de 2003 se registra un resurgir de los medios alternativos en Medellín. Sólo en el 2003 surgen 6 y en el 2005 se cuentan con 13 proyectos emergentes
- El mayor tiempo de vigencia de los medios alternativos de la ciudad es de 1 a 3 años.
- El 50% del personal de los medios tiene entre 20 a 30 años.
- El 43% del personal cuenta con Educación Universitaria.
- En promedio en los medios alternativos de Medellín y sus corregimientos se ocupan 314 personas directamente.
- La distribución de los medios se efectúa, en su mayoría, de manera directa de casa a casa.
- En el 63% de los medios alternativos de Medellín el personal trabaja sin honorarios, por una bonificación, por menos de un salario mínimo o el mínimo.
- Un promedio de 50 millones de pesos mensuales cuesta la producción de los medios alternativos consultados. El 51% de los medios consideran insuficientes sus recursos técnicos y un 45% dice contar con lo necesario. La principal forma de financiación de los medios alternativos es la publicidad privada y municipal.
- Hay temor y "rumores" entre los medios de TV porque las Autodefensas Unidas de Colombia AUC, están ofreciendo dinero para comprar dichos canales. Al parecer, para hacer campaña política desde allí. También hay temores porque las EMP y algunos canales privados están acosando a los canales para que les vendan." (Comfama, 2006 pág. 119)

Y aunque de manera expresa no se tocan las unidades narrativas con los enunciados reflexiones, conclusiones o evaluación en otros documentos, si se pueden recoger varias de estas en diferentes textos como el que se incluye en el acta del "Octavo encuentro con la mesa de trabajo de Política Pública de medios" realizado el viernes 18 de noviembre de 2016 donde en un encuentro con el teórico Gabriel Kaplún se lanzan algunas interpretaciones sobre el tema y el qué hacer de los medios de comunicación según su naturaleza, que podría tomarse como una conclusión del evento:

"Definiciones:

- los medios alternativos les interesa la propiedad y la gestión colectiva, modelos comunicacionales que rompan la lógica de lo comunicativo.
- los medios comunitarios desde la gestión y relación con la comunidad, propiedad, decisiones colectivas, agenda, participación de organizaciones, representación del bien común, local, invita a reconstruir lo colectivos, nuevos modos de estar juntos, de representar lo perdido.
- Los medios ciudadanos y las ciudadanías, los define como un proceso para pensarse en conjuntos; el sujeto, el ciudadano reivindica sus derechos, se trata del habitante activo de la ciudad.
- los medios independientes, el profesor Kaplún opina que son los que tienen independencia económica y se limitan al concepto de la financiación."<sup>17</sup>

Queda pendiente en el texto la conclusión sobre si se acogen o no estas afirmaciones para seguir trabajando las denominaciones para la construcción de la Política Pública.

Otros documentos como actas<sup>18</sup> en el que contemplaron en su momento en el orden del día unas conclusiones más al revisar los contenidos no se incluyeron en el cuerpo del texto, solo quedo enunciado.

<sup>17</sup> Kaplún, G. Octavo encuentro con la mesa de trabajo de Política Pública de medios. Viernes 18 de noviembre de 2016. Secretaría de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. 2016.

<sup>18</sup> Nombre dado a los documentos entregados y que para efectos técnicos aplican como relatorías, según observaciones del 29 de agosto de 2017.

Finalmente se encontraron enunciados de conclusiones en el Diagnóstico de Medios. Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín 2015, por la Universidad de Medellín quienes lanzan una serie de conclusiones a modos de propuestas o prospectiva que serán retomadas en el momento de esta construcción (de propuestas) dentro del presente proceso.

#### 1.4.12. Trabajo en Red como apuesta o herramienta

El trabajo en red es un tema que podría incluirse en el tema de participación, pero para este análisis se consideró como otro componente, dada la necesidad no solo de tener voluntad de participar sino la obligatoria necesidad de juntarse y llegar a acuerdos, proponer objetivos, además de principios y reglas de juego para avanzar en un proceso tan complejo, es por ello que para la revisión se prefirió tener una escala solo para este tema y a la luz de las dimensiones explorarlo en los diferentes insumos.

Para hablar de trabajo en red se identifican postulados que también hablan de los principios y valores:

- “Respeto: facilitar la libertad y la autonomía
- Tolerancia: conocer y respetar la diferencia
- Equidad: igualdad de oportunidades y derechos
- Oportunidad: atención inmediata a la necesidad expresada por la comunidad con una respuesta humanizada, integral, interinstitucional y eficiente.
- Solidaridad: apoyo mutuo y trabajo colectivo
- Reconocimiento: trabajo reconocido a las diferentes instituciones”<sup>19</sup> (Comfama, 2006)

También cuando se habla del trabajo en red los textos referencian algunos modelos externos como en el caso de “*Lineamientos para la creación y funcionamiento de las mesas locales de comunicación comunitaria y alternativa de Bogotá*” recogido en este análisis como un insumo de lecciones aprendidas de interés de los participantes de esta construcción.

Además, se logran identificar definiciones que los propios medios de comunicación dan sobre el tema, es el caso de *Pronunciamiento público frente a los resultados parciales del proceso de formulación de la política medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín*, documento pertinente en cuanto es una construcción que sale de un sector de los medios de comunicación que debe ser recogido pues una Política Pública debe buscar tener en cuenta todas las voces, siendo como se pretenden una construcción colectiva, y se debería tener en cuenta para lograr ser un ejercicio incluyente, legítimo y diverso, que señalan los trabajos que seguirían en una construcción de red, además de que lo demandan:

“Redes críticas de comunicación ... implican el reconocimiento de la comunicación como un proceso de construcción, de organización y acción social.”<sup>20</sup> (Comunicado, 2015)

Y señalan algunas de las tareas que al parecer de las organizaciones que formularon el comunicado deben asumir:

<sup>19</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. Pág. 16.

<sup>20</sup> Pronunciamiento público frente a los resultados parciales del proceso de formulación de la política medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín, Pág. 11. 2015.

“redes sociales comunicativas como instrumentos de formulación de planteamientos políticos que alimentan otras concepciones, otros debates, otras opiniones políticas sobre la ciudad, sobre los derechos, sobre los territorios, sobre las políticas públicas”<sup>21</sup> (Comunicado, 2015).

Además, en los textos se señalan algunos de los requerimientos para que una red funcione.

Ya en el análisis se identifica un interés por la metodología de trabajo en red, reconocen sus beneficios, y oportunidades, denota su pertinencia a la luz de las dimensiones propuestas, pero es cuestionable los porque estas redes no han funcionado de manera general, cuestiona el por qué las redes en vez de ser una red para este año en la ciudad dado que la discusión se estaba dando desde 2005 y antes en la década del noventa del siglo pasado, pero no se ha logrado concretar una red, solo pequeños intentos que fácilmente se diluyen. Esta afirmación basada en la evidencia que actualmente se tiene en la ciudad, hay evidencias de que varios esfuerzos por construirlas y que han desaparecido con facilidad.

Se debe registrar que según los documentos las acciones continúan. Se identificaron varios ejercicios de articulación y trabajo en red en las diferentes actas del proceso realizado por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín en 2016 y otro tanto por la Universidad de Medellín en 2015. Estos demuestran la construcción de propuestas de trabajo y proyectos sobre el tema de redes. En las unidades narrativas no incluyen enunciados problemáticos, más dada la sensibilidad y reiteración del tema deberán ser tenidos en cuenta posteriormente dado que proponen visiones, objetivos y acciones puntuales para realizar con las redes.

También se trata el tema de redes en otros espacios como el del 25 de octubre de 2016 - *Reunión diagnóstico de medios impresos para Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos* donde se habla de “Falta de trabajo colectivo” y “No se sabe trabajar en red.” Y estas unidades narrativas fueron tenidas en cuenta en el tema de participación.

Se vio como una oportunidad el texto llamado “Diagnóstico de redes según la Universidad de Medellín” más el archivo se encontraba dañado por lo que no se logró explorar. El 11 de agosto de 2017 se reciben vía correo electrónico una serie de documentos que plantean el tema de redes en los que se enumeran problemáticas así:

#### “DIAGNÓSTICO DE REDES,

Estrategia para promover redes de conversación, intercambios de mundos simbólicos y expresivos que ayudaran a construir un nosotros de ciudad.

- Desconfianza entre los miembros de la red.
- Ausencia de claridad con respecto a los beneficios que produce la asociación.
- Percepción o temor por parte de los miembros con respecto al “robo o copia de metodologías” entre los medios asociados.
- Percepción o temor por parte de los miembros con respecto a que la red pueda suplantar el trabajo de las entidades socias.
- Temores de evidenciar públicamente déficit institucional.
- Prevención para compartir información de interés mutuo.
- Prevención para compartir fuentes de información comunes a estos medios
- Temores a que los financiadores puedan interesarse por otras instituciones de la red.

<sup>21</sup> Ibid.

- Baja calidad de las funciones ofrecidas por el nodo de la Red y ausencia de mecanismos de estímulo para permanecer.
- Inmadurez de las entidades miembros.
- Visiones excesivamente diferentes.
- Saturación de redes y asociaciones de medios.”<sup>22</sup>

#### 1.4.13. Dimensiones propuestas por los medios

Resaltar las dimensiones propuestas por los medios identificadas en este análisis es pertinente en cuanto se tiene una inquietud de parte de ellos por la construcción y un ejercicio que propende por alimentar el trabajo de la Política Pública, a todas luces esto es un primer paso para hacer un ejercicio incluyente y colaborativo, ya entrando en una lectura se logra identificar una categorización básica que atiende a los intereses de los medios que elaboraron el *Pronunciamiento público frente a los resultados parciales del proceso de formulación de la política medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín*, en cuanto a que son líneas que les son fáciles de entender pues es su campo de trabajo: territorio, sectores poblacionales y política - en cuanto a la participación- (Comunicado, 2015, pág. 12) temas que los medios encuentran en el día a día.

En las relatorías del 2016 hay información sobre las dimensiones propuestas por los medios, es decir, hay más fuentes de información para tratar el tema.

#### 1.4.14. Política Pública una necesidad expresa

Encontrar en catorce de los cuarenta y cuatro documentos e insumos revisados la mención, alusión o recomendación de Política Pública de medios es un buen indicador en la medida de que es una necesidad expresa, también a la luz de la revisión se detecta que ha sido un llamado consistente a través del tiempo, *“Promover políticas comunicacionales con ética y calidad, mediante interacciones conducentes al fortalecimiento global y particular de los medios alternativos del municipio de Medellín, para una mejor proyección social, que genere tejido humano.”* (REDECOM, 2006, pág. 19), y este indicador cualitativo es importante en la medida que legitima la pertinencia de las acciones que se adelantan y la necesidad de construir un producto que, de respuestas a estos llamados, y compromete el avance por parte de la administración local, los medios y las organizaciones sociales de la ciudad.

La revisión también arrojó evidencia sobre la necesidad en su momento de cualificar a los participantes en el tema de construcción de políticas públicas y garantizar que los interlocutores sean válidos y se pueda avanzar de manera fluida en la construcción de la Política Pública, una reflexión que es de anotar:

“revisar las personas delegadas por cada comuna a la Mesa de Trabajo de la Política Pública, pues considera que muchas no tienen legitimidad en sus comunas, lo que les quita trascendencia política en el proceso.” (Discusión tabla de contenido documento final Política Pública de Medios. 2016, pág. 2)

En lo cualitativo para este tema se puede concluir que a la luz de los insumos se evidencia que la discusión ha estado y sigue abierta y que se puede ver que hay muchas esperanzas de parte de los medios frente al proceso, una oportunidad para construir y un llamado a las voluntades políticas, sociales y organizativas:

<sup>22</sup> Diagnóstico de Redes, Documento de Word sin más información del 11 de agosto de 2017.

“Esperan oportunidades para todos y expresan su interés en cuanto a que la Política Pública garantice la pauta. Dicen que en el año 2015 debió haber quedado lista y dos personas se retiran. Carlos López de la comuna 10, quien representa la plataforma digital de dicha comuna, solicita claridades con respecto a lo que ha pasado con la Política Pública, lamenta la poca asistencia y los reprocesos.”<sup>23</sup> (DRP Medios digitales, 2016, pág. 1)

Finalmente reconociendo el insumo del documento: *Pronunciamento público*, se consideró necesario revisarlo e incluirlo en el rastreo en profundidad sobre el tema de la participación de todos los medios y sectores de las comunicaciones de la ciudad. Como garantía de que el proceso es incluyente, diverso y legítimo ya que se tienen en cuenta todas las fuentes.

## 1.5. Enunciados del asunto desde los medios a través del tiempo

Reconociendo la necesidad de identificar las problemáticas de la comunicación alternativa, independiente, comunitaria y ciudadana de la ciudad de Medellín en clave de Política Pública, se prestó especial atención a las unidades narrativas que contemplaran implícita y explícitamente este ítem, para recoger la mayor cantidad de insumos de los documentos e insumos revisados.

Para este proceso se incluyeron palabras claves y algunas impresiones que denotan situaciones negativas en su narrativa, así pues las unidades narrativas recogidas a partir de enunciados como: necesidades, falencias, situaciones conflictivas, observaciones, revisiones, sentires negativos, manifestaciones, quejas, llamados de atención, testimonios de situaciones problemáticas, entre otros.

El análisis cruza iniciativas de los diversos documentos y teniendo en cuenta que algunos tienen hasta 10 años de lejanía en el tiempo, con evidencias e incluso en donde se sistematizan experiencias desde 20 años atrás, podemos decir que existen situaciones problemáticas recurrentes que no se han subsanado en el tiempo y que incluso han degradado de manera sistémica y que afectan a los medios de manera directa:

Tabla 1. Ejemplo 1

Año	Testimonio
2006	“Hay temor y "rumores" entre los medios de TV porque las Autodefensas Unidas de Colombia AUC, están ofreciendo dinero para comprar dichos canales. Al parecer, para hacer campaña política desde allí. También hay temores porque las EMP y algunos canales privados están acosando a los canales para que les vendan.” <sup>24</sup> (Comfama, 2006, pág., 119)
2015	“Presencia de actores del conflicto en los territorios y la imposibilidad de los medios para denunciar.” <sup>25</sup> Alexis Castrillón Jiménez, Pág. 2.

Fuente: (Universidad EAFIT, 2017)

<sup>23</sup> Diagnóstico de medios digitales de Medellín en el contexto de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos. Pág. 1. Acta del 26 de octubre de 2016.

<sup>24</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. Pág., 119.

<sup>25</sup> Reunión Diagnóstico de medios digitales de Medellín en el contexto de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos. Pág. 2. 2016.

Además, se evidencia que algunas situaciones y percepciones que los medios han venido tras el paso de los años identificado como problemáticas o dificultosas para el ejercicio, gestión o permanencia del medio en los diferentes ámbitos de participación social, política y económica, se han sostenido en el tiempo, un ejemplo es:

Tabla 2. Ejemplo 2

Año	Testimonio
2006	"Intereses particulares y protagonismos individuales que priman sobre los intereses colectivos." <sup>26</sup> (Comvite, 2005, pág., 21)
2016	"Los gobernantes invisibilizan medios dependiendo de sus intereses políticos." <sup>27</sup> (Comfama, 2006, pág. 2)

Fuente: (Universidad EAFIT, 2017)

En el proceso de análisis de las problemáticas también se identificaron que estas atienden a diferentes asuntos o caracteres de los medios por lo que fue necesario profundizar y empaquetar los asuntos enunciados como problemáticos en seis subcategorías diferentes.

Estas subcategorías se plantean la capacidad de modificar por parte de los medios y se priorizan así: alta (cuando depende en una gran medida la transformación de la realidad), media (cuando puede hacer gestión hasta un punto de no avance) o baja (no quiere decir que es imposible sino de difícil acceso).

Entre los temas identificados:

- Alta capacidad de incidencia: Identidad y Calidad en la producción de los medios.
- Media capacidad de incidencia: Participación y Gestión de recursos.
- Baja capacidad de incidencia: Censura y Normatividad.

### 1.5.1. Identidad

Esta problemática es clasificada de alta capacidad de incidencia por parte de los medios, dado que son ellos específicamente los que inciden en que la problemática se presente, es claro que no de una manera voluntaria, pero si gracias a un cierto grado de desconocimiento.

Cuando se habla de una subcategoría de identidad es en razón a que se encuentran inconsistencias al definirse, identificarse, reconocer su razón de ser, sus objetivos y contexto en el que se mueven, la naturaleza del medio; alternativo, independiente, comunitario y ciudadano y a la carencia de un planteamiento estratégico para operar el proceso de comunicaciones.

Para el análisis podría pensarse en una falta de capacidad instalada más cuando se reflexiona sobre quienes hacen parte hoy día del medio, personas que llevan años en el trasegar de las comunicaciones, que han sido capacitadas en múltiples espacios a través del tiempo y diversos medios y que de alguna manera han recibido apoyo u organizaciones de las que hacen parte profesionales de la comunicación. No se desconoce que también hay agrupaciones que apenas inician, algunos no tienen profesionales y algunos han renovado o

<sup>26</sup> Apolonia, Y. (2005). *Proyecto Comunicación, Vida y Territorio*. junio 20, 2017, de La Iniciativa de Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe Sitio web: <http://comunit.com/la/content/proyecto-comunicaci%C3%B3n-vida-y-territorio>

<sup>27</sup> Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). *Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006*. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. Pág. 2.

perdido su capital social, pero es allí cuando se hace necesario entrar en reflexiones y categorizaciones de los medios.

Según esta reflexión es necesario replantear discriminadamente una ampliación de la información para concluir que tanto hay necesidad de intervenir desde lo externo para resolver esta problemática.

### 1.5.2. Calidad

También interpretado como de alta capacidad de incidencia esta problemática entra en el racero de lo que ya está afectando a las iniciativas sociales, pues si en su deber ser se encuentra la aspiración de que los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos tienen un mayor poder en sus territorios ya que deben ser proceso y medio para transformar la realidad, este tema debe ser tomado también como un acto de corresponsabilidad social.

Dentro de la subcategoría de calidad están inmersos varios temas que competen al medio; calidad en los medios en la construcción, información, producción, divulgación, mediciones, evaluaciones y retroalimentación, esto solo desde el medio como medio de comunicación. Teniendo en cuenta como se mencionó anteriormente que los medios se definen en tres ámbitos. Medio de comunicación, organización social y emprendimiento social y económicamente sostenible, desde su carácter de organización social también se lograron identificar a la luz de las dimensiones identificadas temas de participación, legitimidad, incidencia, capacidad de trabajo en red, alianzas, visibilización y posicionamiento ante las comunidades con las que interactúan.

Es necesario aclarar que estas reflexiones parten de la lectura de los insumos identificados anteriormente y pueden potenciarse con más lecturas o contrarrestar con otras fuentes, desde lo revisado estas problemáticas estarían cruzadas en varias dimensiones.

### 1.5.3. Participación

La más referenciada a lo largo de los documentos consultados con noventa y cuatro situaciones es por mucho una de las mayores subcategorías identificadas, y podría decirse que aún se puede filtrar más.

Esta dentro de las problemáticas de capacidad de incidencia media porque no todo depende de la gestión de los medios de comunicación, en la subcategoría juegan un papel muy importante el contexto, la comunidad y las dinámicas sociales en las que este inmerso el medio.

En esta subcategoría se pudo analizar una serie de situaciones que van desde los celos, competencias por recursos y otros, protagonismos, trabajo en red, menos precio, validación como interlocutores y representantes de los medios.

La participación como se dijo antes también viene siendo objeto de reglamentaciones y normativa que la regulan en razón de la enorme capacidad de incidir y transformar desde de las comunidades, pero es difícil llegar a acuerdos o sostener organizaciones como se logra vislumbrar en este análisis desde lo cualitativo de la información.

Otro de los temas de participación y en lo que se podría decir de mayor orden es la capacidad de los medios de participar en las acciones movilizadoras y sociales pues para esto son vistos como comunidad y no como multiplicadores y esto es lo que se refleja en la literatura además en las entrevistas y actividades consultadas.

Otra reflexión que propicia la revisión es sobre la participación de la comunidad de a pie, habitantes o audiencias en los medios. En algunas unidades narrativas (en la matriz citas) cuando se habla bajo interés de la comunidad o de que los públicos no identifican las potencialidades de los medios de comunicación, se puede hablar de diferentes tipos y grados de participación susceptibles de leer en detalle. Otro nivel de participación que se puede intuir en las lecturas se ve cuando surgen reflexiones sobre la necesidad de un relevo generacional, capacidad de sostener, fortalecer o cualificar el capital social, esta última es cruzada por otra problemática la de los recursos en las tres dimensiones, económicos, sociales y políticos, capital de importancia si la búsqueda está en que el medio sobreviva por largo tiempo.

#### 1.5.4. Recursos

Recursos es visto desde una amplia interpretación, desde la lectura, se identificó como una problemática de varios sentidos; recursos: económicos, (equipamientos, sedes, dotaciones), formativos (instrucción, actualización), técnicos y tecnológicos (programas, herramientas ofimáticas y metodológicas) y humanos, sociales o de capital social y político (voluntarios, aliados, pares).

Así pues, se ve el tema de recursos como un asunto muy problemático, pero en el que se pueden adelantar acciones para subsanarlo en alguna medida por los medios mismos. Es por ello que se clasificó como de media capacidad de incidencia ya que los medios pueden hasta cierto punto acceder a ellos por sus propias acciones de gestión, pero necesitan de complementariedades externas como voluntades políticas, económicas y de alianzas, además de las voluntades personales de los actores que puedan aportar y generar recursos.

Es de anotar que el asunto de recursos es vital para la supervivencia de los medios, y gracias al modelo económico en el que se mueve la economía del país el tema del recurso económico es más sensible aún que el tema de recursos sociales y técnicos. Pero es necesario sustraerse de ese enorme tema e identificar que las carencias económicas en ocasiones son síntomas de problemáticas que pueden ser de mayor pertinencia contrarrestar y que atacarlo sería una solución más de fondo.

En cuanto a los recursos sociales y políticos se puede decir son identificados como asuntos que a través del tiempo se han manifestado de manera consistente. Y es que las organizaciones sociales si bien algunas han cambiado para mejorar, por ejemplo: hace 20 años hablaban de falencias en la cualificación académica de la base social, hoy (2017) se identifican los mismos, pero en menor medida. También es necesario que la necesidad de cualificación hoy apunta a temáticas como la sensibilización social, la formación política y a la pertinencia de la construcción colectiva desde la base social.

#### 1.5.5. Censura

Entendiendo la censura como un limitante en la libertad de expresión y de información y comunicación, identificada esta variable en dos sentidos; externa e interna. Interna como una censura ejercida desde el propio medio o autocensura por miedo a la exclusión, recorte de recursos, estigmatización o a las acciones de hecho. Este tema es delicado en cuanto a puede ser cruzado por muchas de las dimensiones, lo que indica una debilidad alta en ejercicio de la comunicación y un riesgo para la promoción del derecho a la libertad de expresión y que como se indicó antes, los medios de comunicación como gremio o como ente social, tienen baja capacidad de incidencia. Externa: desde la presión que ejercen otros los actores sobre el medio, sean armados, ilegales, líderes, técnicos de la administración, entre otros, la información que cubren, las temáticas que cubren u omiten, entre otros.

La censura es un tema de esta reflexión que debe ser revisado en varios sentidos y cruzado en múltiples dimensiones por la Política Pública que se formule. Bajo este análisis cualitativo se identifica esta problemática como un tema de vital importancia.

### 1.5.6. Normatividad

La normatividad un tema que, para el análisis cualitativo vital, pues se refiere directamente a la competencia de la ley y pertinente totalmente para el ejercicio actual, otro asunto que para este ejercicio (rastreo de fuentes) se ve como de baja incidencia, ya que no es un enunciado muy reiterativo en grandes medidas. Se clasifica como de poca capacidad de incidencia, no porque no se pueda incidir sino porque para hacerlo es necesario de un grado de complejidad importante.

Aunque identificado muy pocas veces en las unidades narrativas ya que a ojos de los medios existen asuntos muchísimo más vitales como son la sostenibilidad económica pero que para el objetivo de este proceso es vital tener en cuenta.

## 1.6. Medios de comunicación y planeación del desarrollo local

La planeación del desarrollo local es un proceso que ha tenido diferentes experiencias a lo largo de los años en Medellín; de las más destacables se pueden enumerar el proceso de acompañamiento de cooperación internacional en la década de los 80's, seguida del PRIMED – Programa Integral de Mejoramiento de Barrios Subnormales de Medellín realizado en la década de 1990; seguidamente se puede hablar de los PDZ – Planes de Desarrollo Zonales a lo que siguió la experiencia de la estrategia de Urbanismo Social en donde se incluyó la elaboración de los PDL's - Planes de Desarrollo Locales, en esta experiencia se elaboraron 21 planes uno por cada comuna y corregimiento de la ciudad, experiencia que luego fue homologada.

Entre todas las experiencias de planeación se puede hablar de momentos protagónicos de participación donde sin lugar a dudas encontramos expresiones comunicativas que surgen desde la sociedad dando señales de una corresponsabilidad entre una y otra, Ejemplo: con la aparición del PRIMED en la comuna 8, seguidamente aparecen los primeros medios en la zona centro oriental de la ciudad.

Cuando se crea el proceso participativo de planeación local en 2004 estimula de una manera explícita la aparición de medios de comunicación, pasando de 21 que había para 2002 a 41 en 2006. Es pues necesario pensar e incluir una reflexión sobre los procesos de planeación y los medios de comunicación para esto se

trabajó desde la revisión cualitativa en los insumos entregados por la Alcaldía que refieren a la planeación del desarrollo local.

En el proceso de revisión se le revisaron los 21 Planes de desarrollo locales de la ciudad con la claridad de que se revisaron las 20 versiones actualizadas en 2015 por el DAP – Departamento Administrativo de Planeación de la Alcaldía de Medellín y la ONG CISP Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli y 1 se revisó una versión anterior al 2015 del PDL de la comuna 6, que no entró en el proceso de actualización por decisión de los habitantes de la comuna.

La revisión buscó en los documentos las menciones a los temas de comunicaciones, se buscó encontrar en que línea del plan encuadran el tema de comunicaciones, si abordan en su construcción alguna problemática relacionada y si proponen proyectos dentro del Plan de Desarrollo.

A partir de esta lectura se logró identificar que los PDL encuadran el tema de comunicaciones desde diferentes miradas, o como se verá le otorga unas perspectivas, aunque todos de manera implícita o explícita lo relacionan directamente con el tema social, lo que significa una aspiración clara sobre la función de los medios.

A continuación, se verán esas perspectivas a la luz de las líneas de los diversos planes de desarrollo, se relaciona la comuna donde trabajan la temática y una breve interpretación de la narrativa que usan dentro del texto para explicar y/o profundizar el tema para lograr enlazar sus propuestas y los que para ellos significa el trabajo de las comunicaciones dentro de los territorios y de los procesos de planeación y de gestión del desarrollo que proponen:

Tabla 3. Perspectivas de comunicaciones en los PDL's

# Planes	Perspectiva que le otorga a la comunicación	Comunas	Interpretación desde los PDL's
7 planes	Cultural	2, 3, 4, 5, 10, 11 y 60	Herramienta cultural de identidad, diversidad, patrimonio y dinamización de la democracia.
6 planes	Social	8, 11, 14, 16, 60 y 80	Como una herramienta gestión y desarrollo social y participación
4 planes	Desarrollo procesos	7, 9, 11 y 70	Herramienta para construir colectivamente.
4 planes	Gobernabilidad	1, 6, 14 15	Herramienta de gobernabilidad, identificación del territorio, convivencia y gestión política
3 planes	Transversal	11, 13 y 14	Es una herramienta transversal para todo el PDL
2 planes	Gestión	12 y 14	Herramienta para la movilización
1 plan	Derechos	7	Desde la perspectiva DDHH
1 plan	Ocio	10	Se encuadra en el tema de ocio, pero apela a los alcances de los medios.

<b>1 plan</b>	No aplica	50	No menciona o contempla el tema de comunicaciones dentro del plan.
---------------	-----------	----	--

Fuente: (Universidad EAFIT, 2017)

Es de anotar que los Planes de desarrollo ven a las comunicaciones en general como una herramienta, encuadrada en la concepción de construcción social del desarrollo y como Comunicación para el desarrollo en el concepto mundial de superación de la pobreza es decir desde lo que hemos denominado “Ciudadanía – Movimientos Sociales – Acción Colectiva”. Y es por esa mirada que esperan que la comunicación aporte en los procesos sociales, culturales, de derechos, de gobernabilidad, gestión y demás temas identificados en la tabla 3, por esto no sorprende que dentro de los planes se consideren iniciativas que aportan a los procesos de comunicaciones con la esperanza de que los medios generen corresponsabilidades. Además, también se identifican llamados de atención para los medios que no acuden a estas propuestas de acompañamientos y corresponsabilidad, anunciando esto como asuntos problemáticos.

Es de anotar que los Planes de Desarrollo Local no cuentan con una planeación presupuestal para sus acciones, líneas, programas y proyectos que pueda dar información sobre el valor en pesos que conceden los planeadores de cada territorio a las comunicaciones.

## 2. ANÁLISIS CUANTITATIVO

El propósito de esta sección es reprocesar y analizar la matriz de resultados de la encuesta realizada por la Universidad de Medellín, en 2015, sobre el “Diagnóstico de Medios”, según el documento entregado por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín a la Universidad EAFIT en mayo de 2017. Para ello se hará en una primera parte un reprocesamiento de algunas variables, de acuerdo con las recomendaciones sugeridas en el concepto realizado por el CAP a Secretaría de Comunicaciones sobre el estudio mencionado. En una segunda parte se explorará un cruce de variables acompañado de una creación de indicadores ajustados a los datos disponibles de la primera parte.

### 2.1. Metodología de reprocesamiento de datos y el análisis cuantitativo

La matriz de la encuesta de Universidad de Medellín (2015) contaba con 46 variables, las cuales fueron reprocesadas en 10 nuevas variables en concepto enviado por Centro de Análisis Político de la Universidad EAFIT (2017) y otras 20 fueron también reprocesadas para el presente informe.

Las 46 variables son las siguientes:

- 1) #
- 2) Nombre del Medio
- 3) Nombre del Responsable del Medio
- 4) Género
- 5) 8. Teléfono
- 6) 9. E-Mail
- 7) 10. Nombre de la organización a la que pertenece
- 8) 5. Comuna
- 9) 6. Barrio
- 10) 11.1 TIPO DE MEDIO
- 11) 15. Sector al que pertenece (Medio)
- 12) 17. Competencia
- 13) 7. Dirección
- 14) 3. Cargo
- 15) 30.1 Subvenciones?
- 16) 11. Estimado de usuarios
- 17) 12. Fecha de creación (AAAA/MM/DD)
- 18) 13. Fecha de constitución (AAAA/MM/DD)
- 19) 18. Misión
- 20) 19 Visión
- 21) 20. Valores
- 22) 21. Objetivos
- 23) 22. Plan de Negocio
- 24) 23. Reglamentos
- 25) 24. Director General
- 26) 25. Junta Directiva

- 27) 26. Consejo de Programación o Redacción
- 28) 27. Departamentos
- 29) 28. Número de integrantes del Medio
- 30) 28b Recursos tecnológicos
- 31) 29. Recursos físicos
- 32) 30b. Recursos financieros
- 33) 30.2 Propios?
- 34) 30.3 Ventas?
- 35) 31. Públicos objetivos
- 36) 32. Temáticas que trabaja el medio
- 37) 33.1 Mensajes y canales propios VISUALES
- 38) 33.2 Mensajes y canales propios SONOROS
- 39) 33.3 Mensajes y canales propios ESCRITOS
- 40) 34.1 Medición de impacto CANALES
- 41) 34.2 Periodicidad
- 42) 34.3 Medición del Impacto del Medio (Autoevaluación)
- 43) 34.4 Registros de mediciones de Impacto
- 44) 30.1 Subvenciones?
- 45) 30.2 Propios?
- 46) 30.3 Ventas?

Las 10 nuevas variables en concepto enviado previamente por Centro de Análisis Político son las siguientes:

- 1) 11a Estimado de usuarios
- 2) 28a Integrantes
- 3) 28b.1
- 4) 29.1
- 5) 30b1
- 6) 30c Nivel independencia
- 7) 30.11 Presupuesto Participativo (PP)
- 8) 30.12 Sector Público (no PP)
- 9) 30.13 Donaciones
- 10) 30.14 Otro

Las 20 reprocesadas para este informe son las siguientes, las cuales provienen de reprocesar las subsanables:

- 1) 3.1 Función Directiva
- 2) 3.2 Función Admva.
- 3) 3.3 Función Creativa
- 4) 3.4 Función Estatutaria
- 5) 6a Barrio
- 6) 5a Comuna
- 7) 6b Zona
- 8) 6aa Código Barrio
- 9) 12a Creación
- 10) 13a Constitución

- 11) 13b Constitución-Creación
- 12) 18a Misión
- 13) 19a Visión
- 14) 20a Valores
- 15) 21a Objetivos
- 16) 22a Plan de Negocio
- 17) 23a Reglamentos
- 18) 24a Director General
- 19) 25a Junta Directiva
- 20) 26a Consejo de Programación o Redacción<sup>2</sup>
- 21) 27a Departamentos

De las 46 variables, 19 no fueron posible de reprocesar debido a que su contenido no sugería patrones relevantes o debido a problemas de validez interna, y 7 variables no requirieron modificación.

Las 19 variables que no fueron posible reprocesar, es decir insubsanables, son las siguientes:

- 1) 5. Comuna
- 2) 6. Barrio
- 3) 11.1 TIPO DE MEDIO
- 4) 15. Sector al que pertenece (Medio)
- 5) 17. Competencia
- 6) 14. Principales medios y/o organizaciones con los que se relaciona, cómo lo hace?
- 7) 16. Productos y/o Servicios
- 8) 27.1 ¿Cuáles?
- 9) 30.2 Propios?
- 10) 30.3 Ventas?
- 11) 31. Públicos objetivos
- 12) 32. Temáticas que trabaja el medio
- 13) 33.1 Mensajes y canales propios VISUALES
- 14) 33.2 Mensajes y canales propios SONOROS
- 15) 33.3 Mensajes y canales propios ESCRITOS
- 16) 34.1 Medición de impacto CANALES
- 17) 34.2 Periodicidad
- 18) 34.3 Medición del Impacto del Medio (Autoevaluación)
- 19) 34.4 Registros de mediciones de Impacto

Las 7 variables que no requirieron de modificación son las siguientes:

- 1) #
- 2) Nombre del Medio
- 3) Nombre del Responsable del Medio
- 4) Género
- 5) 8. Teléfono
- 6) 9. E-Mail
- 7) 10. Nombre de la organización a la que pertenece

De las 20 variables nuevas de este informe (mencionadas anteriormente), 17 fueron reprocesadas de forma cuantitativa, 2 de forma cualitativa y 1 a través de análisis geográfico. Sobre esta última se usó el sistema de georreferenciación de ArcGis para ubicar a nivel de barrio el reporte de la variable “N°7 Dirección”, y así clasificarla con mayor precisión de acuerdo al ordenamiento territorial administrativo del Decreto 346 de 2000, el POT del Acuerdo 46 de 2006, y la Ordenanza 33 de 2006.

Las 17 que se reprocesaron de forma cuantitativa son las siguientes:

- 1) 11. Estimado de usuarios
- 2) 12. Fecha de creación (AAAA/MM/DD)
- 3) 13. Fecha de constitución (AAAA/MM/DD)
- 4) 18. Misión
- 5) 19 Visión
- 6) 20. Valores
- 7) 21. Objetivos
- 8) 22. Plan de Negocio
- 9) 23. Reglamentos
- 10) 24. Director General
- 11) 25. Junta Directiva
- 12) 26. Consejo de Programación o Redacción
- 13) 27. Departamentos
- 14) 28. Número de integrantes del Medio
- 15) 28b Recursos tecnológicos
- 16) 29. Recursos físicos
- 17) 30b. Recursos financieros

La conversión de las anteriores variables sirvió para obtener las siguientes variables reprocesadas

Tabla 4 Variables reprocesadas

Fuente de Reprocesamiento	Variables Reprocesadas
11. Estimado de usuarios	11a Estimado de usuarios
12. Fecha de creación (AAAA/MM/DD)	12a Año de Creación
13. Fecha de constitución (AAAA/MM/DD)	13a Año de Constitución
18. Misión	18a Misión
19 Visión	19a Visión
20. Valores	20a Valores
21. Objetivos	21a Objetivos
22. Plan de Negocio	22a Plan de Negocio
23. Reglamentos	23a Reglamentos
24. Director General	24a Director General
25. Junta Directiva	25a Junta Directiva
26. Consejo de Programación o Redacción	26a Consejo de Programación o Redacción
27. Departamentos	27a Departamentos

28. Número de integrantes del Medio	28a Integrantes
28b Recursos tecnológicos	28b.1 Tecnología
29. Recursos físicos	29.1 Recurso Físico
30b. Recursos financieros	30b1 Finanzas

Las dos variables que se reprocesaron de forma cualitativa son las siguientes:

- 1) 3. Cargo
- 2) 30.1 Subvenciones?

La variable que se reprocesso a través de georreferenciación fue 7. *Dirección*

Se crearon 5 nuevos indicadores o subindicadores a partir de algunas de las 31 variables reprocesadas. El procesamiento de las variables siguió los parámetros del concepto mencionado.

Los 5 nuevos indicadores o subindicadores son:

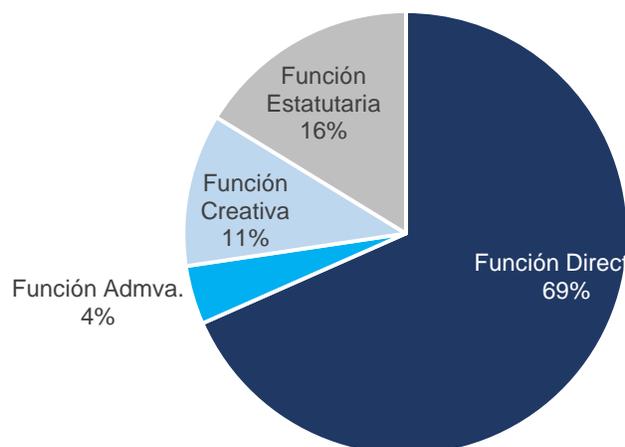
- 1) Indicador de Solidez de Medios
- 2) Indicador de Estabilidad Organizativa
- 3) Indicador de Sostenibilidad
- 4) Subindicador Axiológico
- 5) Indicador de Estrategia y Sostenibilidad Jurídica

Dentro de estos no está incluido el Nivel de Independencia, el cual fue creado previamente en un concepto del CAP, no obstante, este indicador fue incluido en el Indicador de Sostenibilidad. Estos 5 indicadores agregan la información de 13 variables, por lo cual no es presentada cada una individualmente. En efecto, el propósito de un indicador consiste en agregar variables simultáneamente para generar gráficos como el de Solidez de Medios, el cual sintetiza los hallazgos de esas 13 variables.

## 2.2. Reprocesamiento de datos de Universidad de Medellín (2015)

### 2.2.1. Variable N°3: Cargo

*Gráfico 2 Funciones de los representantes de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos encuestados en Medellín, 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.*



Fuente: (Universidad EAFIT, 2017)

De las 115 personas encuestadas, 6 de ellas reportaron 2 funciones que aplicaban a funcionalidades distintas de acuerdo con la clasificación, y 4 de ellas reportaron un cargo que no se puede clasificar de acuerdo con su función en la organización como “estudiante”, “gestor” o “delegado de JAC” o “JAC”. En suma, 111 encuestados reportaron 117 funciones que podían ser clasificadas de acuerdo con la funcionalidad organizacional.

Tabla 5 Metodología de reclasificación por palabras clave de la variable sobre cargos de los MAICC de Medellín, 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

Categoría por función	Palabras clave
Directiva	Director, Director General, Director Programa, Coordinador, Presidente, Vicepresidente, Gerente, “Jerente”
Administrativa	Administrador, Secretario
Creativa	Periodismo, Editor, Camarógrafo, Realizador, Redactor, Producción, Editor, Consejo Editorial, Investigador
Editor	Representante Legal, Dueño, Fundador

Fuente: (Universidad EAFIT, 2017)

La función directiva fue clasificada como la dirección o gerencia general de las distintas funciones de una organización. La función administrativa es aquella que, a diferencia de la directiva, está asociada con asuntos operativos. La función creativa está asociada con las funciones propias de un medio de comunicación y se caracteriza por el perfil de producción de contenidos. La función estatutaria se asocia con las funciones

legales que competen a una organización legamente constituida como una fundación, corporación o empresa, en la cual tiene que existir un representante legal y suelen estar inscritos unos miembros fundadores o adherentes (“dueños”) entre otros roles legales que no se encontraron en los cargos reportados por los encuestados. Las palabras claves aplican para cualquier género (como director o directora, gerente o gerenta, administrador o administradora, etc). Se sobreentiende que en casos como “Parte de Consejo de Redacción” o “Encargado de comunicación” la función está asociada con redacción y comunicación, que, para efectos de la clasificación, son funciones directivas.

## 2.2.2. Variable N°12 y 13: Fecha de constitución

Tabla 6 Fecha de constitución de los medios

	Creación	Constitución
Antes 80	2	3
80-85	2	2
85-90	5	4
90-95	6	7
95-2000	10	11
2000-2005	19	18
2005-2010	20	20
2010-2015	21	20

Como puede verse en la tabla, en general para los 85 medios que respondieron tanto el año de creación como de constitución, la diferencia entre el año de estas dos fechas no suele ser mayor a un año. Sólo 15 medios de estos 85 se han tardado más de 1 año para lograr la constitución legal después de la creación del mismo. De estos 15 medios, 9 se constituyeron entre 2 y 13 años después de la creación; mientras que los otros 6 se constituyeron legalmente antes de la creación. Esto nos permite concluir que la mayoría de los medios (95%) se crean y luego se formalizan legalmente; a diferencia del Programa Radial Ondas y Horizontes que se constituyó legalmente 60 años antes de su creación, al igual que el Programa Trochas de Telemedellín y El Periódico El Taller que tienen una diferencia de 10 años, y los medios Revista Tertulia de la Memoria y el Ancestro, Revista A Teatro y Desde Arriba, con un tiempo de formalización previa de 2 a 6 años. Según esta muestra el 74% de los medios se ha constituido legalmente.

Las expresiones de fecha fueron traducidas a formato estándar dd/mm/aaaa, por ejemplo, 12/05/2003 ([Este gráfico se encuentra en el documento de Análisis de los antecedentes \(documento de trabajo 3\)\)](#)). Encuestados que respondieron expresiones como “25 años” o “hace 4 años” implicaba contar de forma regresiva para identificar la fecha, para el caso, los valores respectivos serían 01/01/1990 y 01/01/2011. En caso de no indicarse día y mes de creación, como el ejemplo anterior, se asigna el valor de 1ero de enero. En caso de existir sólo el valor del mes o el día disponible, no es factible identificar cada uno por su orden, por lo cual se entendió el valor disponible como el mes. Las respuestas de “No tengo conocimiento” fueron

reclasificadas como “NS/NR”, al igual que el valor de cero (0). 7 encuestados no respondieron o no sabían la respuesta. El crecimiento de la cantidad de medios es significativo a partir del siglo XXI, en cuanto que la cantidad de medios será a partir del año 2.000 siempre mayor a 20 (ver gráfico 3). No obstante, los crecimientos respecto al período previo son más significativos en los años 90 y 80, siendo el período entre 1985 y 1995 el que representa cambios de crecimiento iguales o mayores al 80%. Superar la tasa de crecimiento respecto a un período previo se convierte en un reto con el transcurrir del tiempo debido a que es difícil superar un número<sup>28</sup> que se va acumulando; no obstante, la tasa de crecimiento no llega a disminuir del 44% entre el 2005 y 2015, lo cual señala un crecimiento acelerado y muy considerable de los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos.

Una de las conclusiones a las que se puede llegar es que la cantidad de medios ha aumentado en la ciudad en los momentos en que la Administración (local o nacional) ha promovido y facilitado procesos de fortalecimiento de las dinámicas sociales y de participación comunitarias. Podemos identificar el primer momento entre 1985 y 1995 -que es simultáneo al trabajo que realizaron las agencias de cooperación internacional y la Consejería Presidencial para la Ciudad de Medellín- cuando desde el gobierno central se impulsó una propuesta para ayudar a la ciudad en el momento más álgido de la violencia derivada del narcotráfico. Un segundo momento es la proliferación de procesos sociales alrededor de Presupuesto Participativo y la Planeación Local del Desarrollo entre 2005 y 2015, cuando se iniciaron las asambleas barriales y veredales y se crearon las Comisiones Temáticas y Consejos Comunales de Presupuesto Participativo, espacios donde la ciudad inició un proceso de participación que, incluso, le valió reconocimientos nacionales e internacionales. Este momento se recuerda como “Medellín, del miedo a la esperanza”. Se puede concluir también que el proceso de Presupuesto Participativo, por tener aportes en dinero, ha generado una dinámica de mayor fuerza, ya que facilita la creación de medios, y algunos de estos han logrado aprovechar los recursos y espacios para participar e incidir en diversos procesos.

### 2.2.3. Variables N°5-7: Georreferenciación

El análisis geográfico de los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín es complejo en tanto que la territorialización de los medios, sus narrativas y sus audiencias son fluctuantes. De hecho, la existencia de medios digitales implica una alta desterritorialización de dinámicas, las cuales bajo el factor de la internet desdibujan la posibilidad de marcar y asociar variables territoriales considerables. Por ejemplo, un medio digital ubicado en Patio Bonito puede tener como audiencia principal los jóvenes de ciertas ciudades latinoamericanas. No obstante, despreciar las variables territoriales presumiría desentender la importancia constante de la geografía urbana y rural en las interacciones sociales y comunicativas de los ciudadanos. Parte de la esencia de un medio comunitario consisten en su interacción constante con la *comunidad territorializada* en el barrio al cual pertenece el medio. El ejemplo anterior supone que un medio se ubica físicamente en el barrio que habita la comunidad con la cual interactúa; de hecho, esta cercanía territorial posibilita, refuerza y potencia la posibilidad constante de interacción social. La cercanía territorial no es una condición ni necesaria ni suficiente para la interacción entre la comunidad y el medio; sin

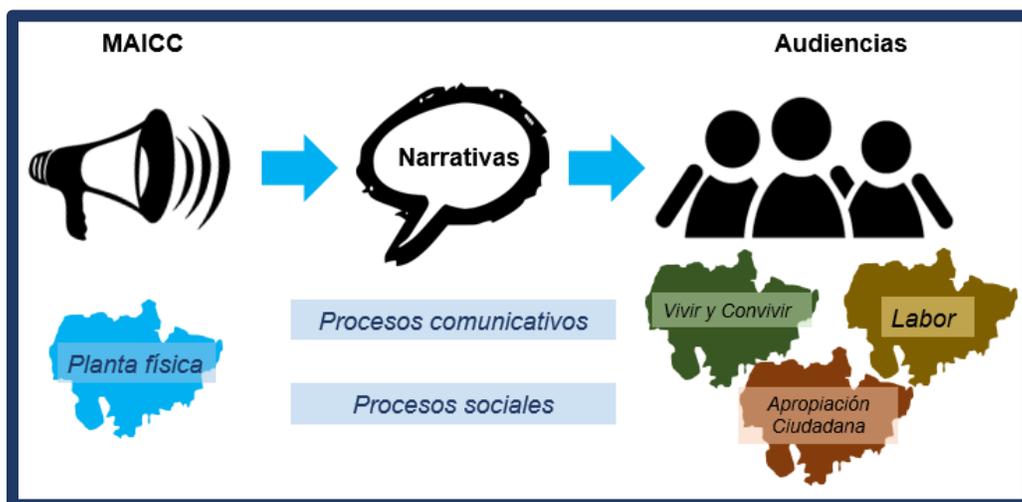
<sup>28</sup> Cantidad o frecuencia absoluta de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos.

embargo, esta variable aumenta las probabilidades de interacción, por lo cual debe ser relevante para el análisis territorial. Entendiendo que las variables territoriales son relevantes para los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, ¿cómo podría explorarse la relación de los medios, sus narrativas y audiencias con relación al territorio? Es de tener en cuenta que los medios comunitarios, algunos ciudadanos tienen un interés más marcado por el tema de territorio y reconociendo que para los alternativos e independiente no es prioritario, aunque si pertinente en tanto generan su cubrimiento referenciando el tema para sus cubrimientos.

El modelo comunicativo de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos (ver

Ilustración 1) simplifica la complejidad de las variables territoriales para ayudar a entender la relación geográfica entre medios y audiencias. El modelo parte de la idea de que las personas que fungen como audiencias tienen al menos tres relaciones diferenciadas con el territorio que habitan, a saber: primero, una relación primaria y directa con el lugar de residencia, la cual se caracteriza por una interacción alta con la familia y el tejido social de la vecindad. Segundo, una relación con un espacio asociado a la productividad como los espacios educativos, o generalmente lugares para ejercer labor insertada en el mundo económico. Tercero, una relación de apropiación con el espacio urbano y rural para el disfrute, la recreación, el ocio y el encuentro con el otro. Es de anotar que esto aplica para todos los medios, dado que todos tienen un lugar en el territorio y dentro de sus dinámicas habitan la ciudad, independiente de como la miren, o si sectorizan sus intereses o no, pero de alguna forma construyen proceso ciudadano y social en la ciudad independiente de la escala. Por tanto, habitar el territorio implica relaciones distintas para el *vivir y el convivir*, para la función social de la *labor* (o el estudio), y para la *apropiación ciudadana* de acuerdo con las necesidades y preferencias de las subjetividades. Por ejemplo, una persona puede vivir y convivir en los barrios de las Independencias de la Comuna de San Javier, laborar en La Candelaria, y habitar el territorio de Barrio Colón para el encuentro con amistades, el barrio El Socorro para la recreación y el deporte, y el barrio Santa Lucía para el encuentro con sus colegas activistas de Derechos Humanos.

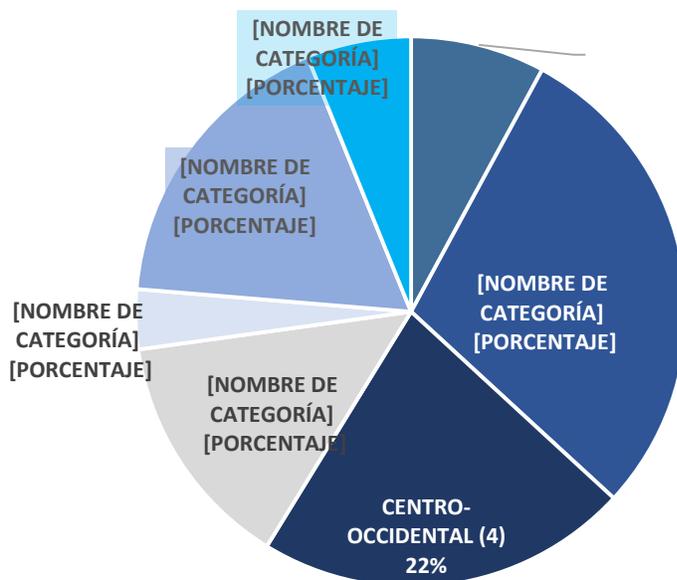
Ilustración 1. Modelo Comunicativo de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos



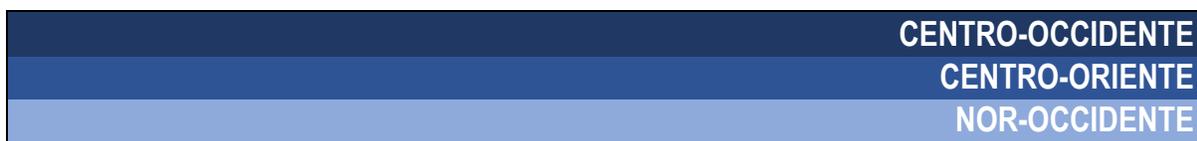
Fuente: (Universidad EAFIT, 2017) a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

El modelo también diferencia entre dos narrativas que se configuran como los procesos vitales de un medio. El primer proceso está asociado con la creación de contenidos que se difunden a través de la tecnología propia del medio, con el objetivo de comunicar algún tipo de mensaje. Los procesos comunicativos son la esencia de cualquier medio de comunicación, incluyendo a los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. Además, estos medios se caracterizan por procesos que generan desarrollo no exclusivamente a través de procesos comunicativos, por ejemplo, procesos de activismo social, cartografía humana, proyectos de desarrollo local, entre otros. Cada uno de estos dos procesos puede estar dirigido a distintas audiencias que, a su vez, se territorializan en el vivir, el trabajar y el recrear. En suma, un medio puede no tener una relación directa con el espacio, no obstante, la ubicación de su planta física puede tener una alta relación sobre el *lugar* en el cual se desarrollan sus procesos comunicativos y sociales de acuerdo a las tres formas de habitar el territorio de sus audiencias. Los datos que se presentarán a continuación se procesaron con el supuesto de que la variable “N°7 Dirección” indica el lugar de funcionamiento principal de la planta física del medio, esto para los que tienen sede en Medellín por lo que se deduce que aplica a todos los medios independiente si tienen un interés por generar procesos territoriales.

Gráfico 3 Distribución por Zonas de los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín en 2015, a partir de datos de la encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

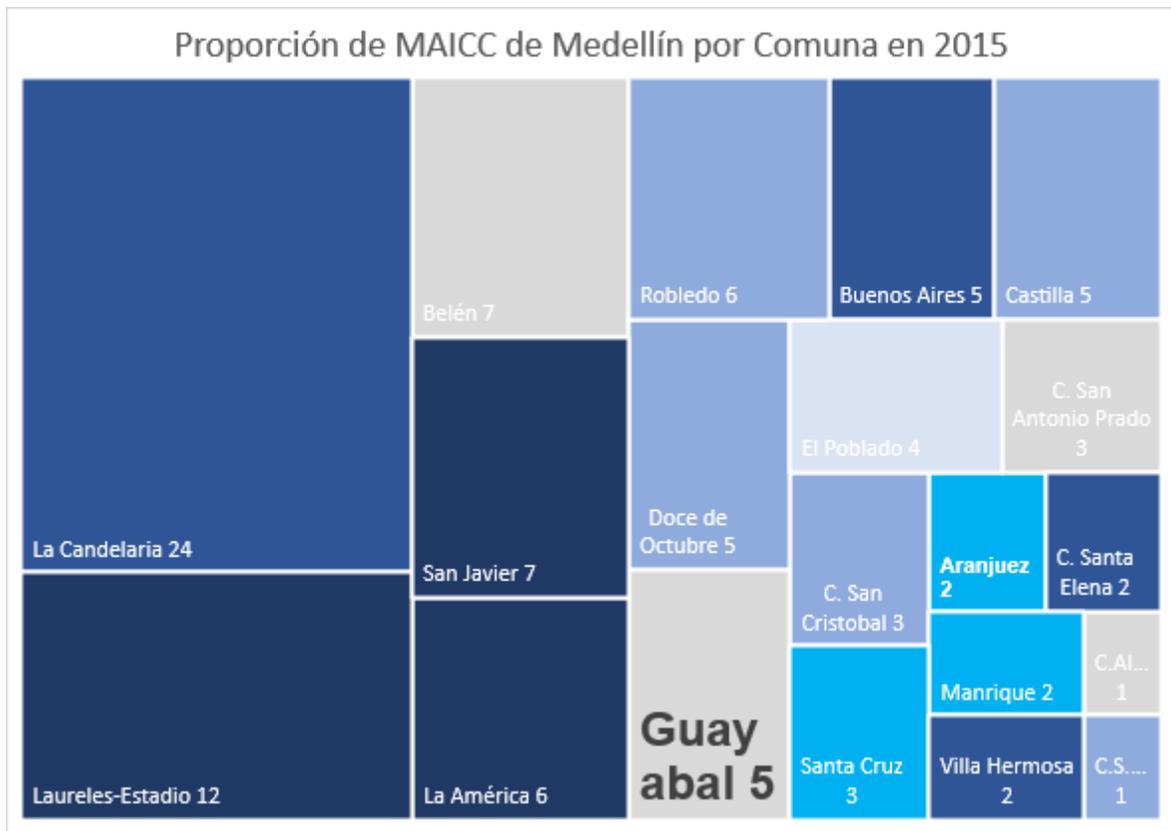


Fuente: (Universidad EAFIT, 2017) a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.



<b>NOR-ORIENTE</b>
<b>SUR-OCCIDENTE</b>
<b>SUR-ORIENTE</b>

Gráfico 4 Proporción de medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín por Comuna, en 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.



Fuente: (Universidad EAFIT, 2017). (Es de anotar que este gráfico es una producción automática por lo que las proporciones de la letra puede cambiar) a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

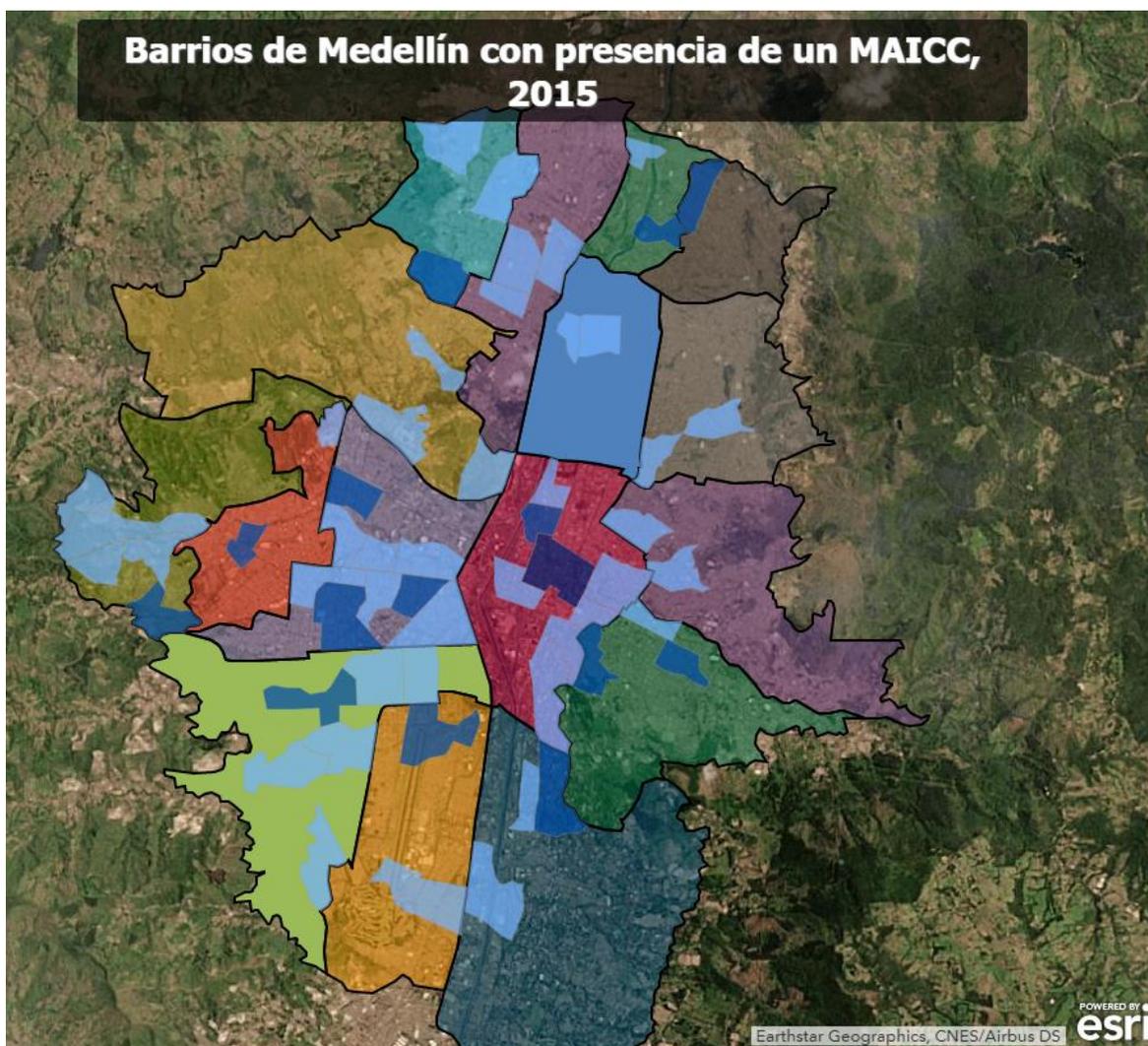
El análisis de georreferenciación de los medios comunitarios, alternativos, independientes y ciudadanos de Medellín se hizo con base en la dirección reportada por cada uno de los encuestados en la matriz entregada por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín a la Universidad EAFIT en mayo de 2017. Es importante señalar que, según estos datos, no son 115 medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín diagnosticados y referenciados por el proceso realizado en el año 2015, según la

información elaborada por la Universidad de Medellín, sino 105, puesto que 1 de ellos no informó dirección y 9 de estos están ubicados por fuera de Medellín (7 en Itagüí, 1 en Envigado, 1 en Bello). Estos han sido ubicados en la categoría “Otro”.

Si bien la ubicación geográfica del medio no indica necesariamente el territorio al cual pertenece, el análisis se realizó de esta manera puesto esa es la información que ofrece la matriz entregada por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín a la Universidad EAFIT en mayo de 2017. De estos 105 medios ubicados en Medellín —según la dirección reportada en la matriz— el 15% pertenece a corregimientos y el otro 85% al área urbana. De acuerdo con la información entregada, la cual ha sido analizada según la dirección geográfica que ofreció cada encuestado, la Comuna 1 —Popular—, no tiene medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos; no obstante, se sabe que allí hay un movimiento fuerte en materia de comunicación como el proceso *El megáfono* y su periódico *La 1, más la información entregada no lo ubica dentro de la comuna sea por un error de digitación o por un error al entregar la información, lo que es un tema de reflexión sobre la precisión de la información.*

De los 326 barrios y veredas de Medellín, 68 cuentan con la presencia de al menos un medio de comunicación. De los anteriores, 17 cuentan con más de un medio (ver azules oscuros en el **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**5). En otras palabras, el 20% de las comunas y veredas de Medellín cuentan con al menos un medio, y el 5% tiene más de uno de los anteriores medios. Desde un punto de vista limitado al análisis urbano, territorialmente se pueden distinguir dos grandes centralidades que agrupan grandes conglomerados. Por ejemplo, la primera centralidad gira en torno a la Comuna 10, La Candelaria, la cual cuenta con la mayor cantidad de medios. Alrededor de La Candelaria pueden distinguirse 14 barrios conectados por alguno de sus límites, a excepción de San Miguel, ubicado a una distancia de dos cuadras (110 metros) del conglomerado. A este conglomerado pertenecen también Jesús Nazareno, Enciso, Boston, Guayaquil, Bomboná N°1, Las Palmas, San Diego, Villa Carlota, Estación Villa, El Salvador y Castropol; de los cuales los tres últimos cuentan con la presencia de más de un medio. Es importante aclarar que 7 medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos no registraron ningún barrio.

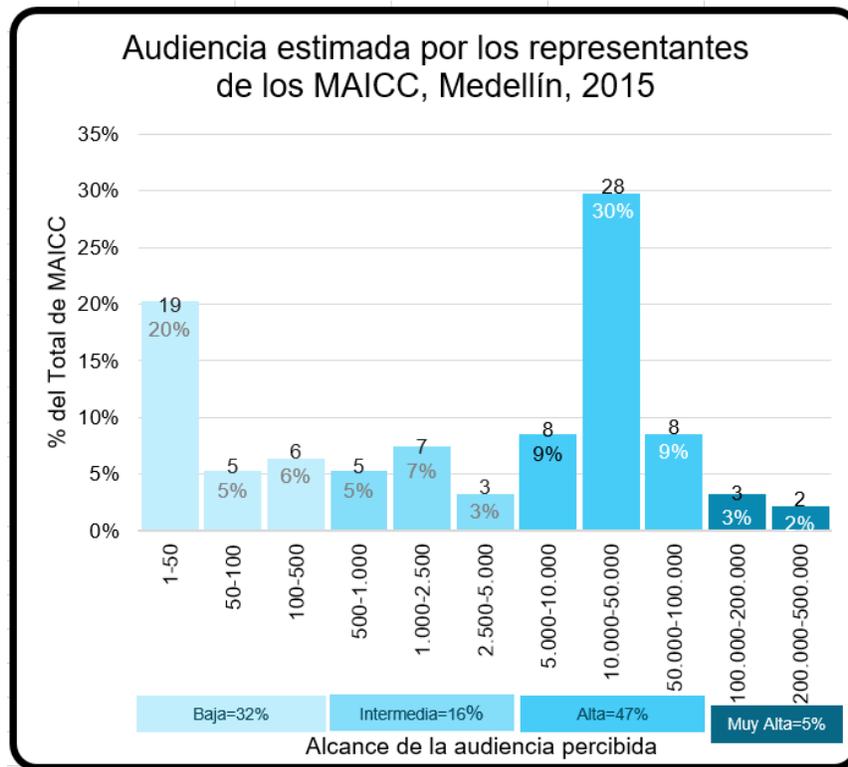
*Gráfico 5 Territorialización por barrio de los medios comunitarios, alternativos, independientes y ciudadanos de Medellín en 2015 partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. Marcadores: Azul muy oscuro=presencia de 12 MAICC; Azul = presencia de 2 a 4 MAICC; Azul claro= presencia de 1 Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos. El dato de El Megáfono fue readaptado a el barrio Popular.*



Fuente: (Universidad EAFIT, 2017) a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

## 2.2.4 Variable N°11: Estimado de usuarios

Gráfico 6 Audiencia estimada por los representantes de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, Medellín, 2015



2.2.5 Variables 18-27: Variables dicotómicas asociadas a aspectos teleológicos, axiológicos y operativos

Tabla 7 Aspectos organizacionales de los medios de comunicación

Aspecto Organizacional	Sí	No
Misión	99	15
Visión	98	16
Valores	95	19
Objetivos	102	12
Plan de Negocio	68	46
Reglamentos	89	25
Director General	102	12
Junta Directiva	80	34
Consejo de Programación o Redacción	88	26
Departamentos	37	77

Tabla 8 Relación porcentual de aspectos organizacionales de los medios de comunicación

Aspecto Organizacional	Sí	No
------------------------	----	----

Misión	87%	13%
Visión	86%	14%
Valores	83%	17%
Objetivos	89%	11%
Plan de Negocio	60%	40%
Reglamentos	78%	22%
Director General	89%	11%
Junta Directiva	70%	30%
Consejo de Programación o Redacción	77%	23%
Departamentos	32%	68%

El componente teleológico y axiológico es uno de los aspectos más importantes al definir la razón de ser de un medio, entendiendo que la misión, la visión, los valores y objetivos deben orientar todos los propósitos, acciones, intenciones, esfuerzos, presupuestos, proyectos entre otros de un medio como organización social.

La ausencia de alguno de estos aspectos supone preguntarse por la coherencia del medio con su razón de ser, o incluso, de su razón de ser *per se* cómo medio. ¿Se justifica que existan medios que no reporten tener asuntos teleológicos y axiológicos? ¿Deberían tener estos medios asistencia del Estado, incluso en caso de no tener claro su orientación o razón de ser?

Aunque la mayoría de los medios (más del 82%) reportan tener aspectos teleológicos y axiológicos, no es el mismo caso de asuntos más operativos que buscan ejecutar y hacer realidad los aspectos que enrutan el norte del medio. Dentro de estos asuntos operativos se encuentran: órganos de personas como la junta directiva, la junta de programación o los departamentos; cargos individuales como el de director general; e instrumentos organizacionales como los reglamentos o el plan de negocios. De estos asuntos operativos, el más débil en general es la existencia de departamentos, puesto que sólo el 32% de los medios reportaron tenerlo.

Tabla 9 Cantidad de medios con junta de programación

Etiquetas de fila	Presencia Junta de Programación	Ausencia de Junta de Programación	Total general
Alternativos	8	23	31
Ciudadanos	4	12	16
Comunitarios	11	44	55
Concesionarios	3	9	12
Total general	26	88	114

Tabla 10 Relación porcentual de la cantidad de medios con junta de programación

Etiquetas de fila	Presencia Junta de Programación	Ausencia de Junta de Programación	Total general
Alternativos	7%	20%	27%

<b>Ciudadanos</b>	4%	11%	14%
<b>Comunitarios</b>	10%	39%	48%
<b>Concesionarios</b>	3%	8%	11%
<b>Total general</b>	23%	77%	100%

Entendiendo que los Medios Comunitarios por esencia posibilitan la participación de cualquier persona de la comunidad, por lo tanto, es crítica la presencia de una Junta de Programación, Consejo de Redacción, Consejo o Comité Editorial. Si éste órgano es quien toma las decisiones más importantes asociadas a los contenidos del medio, entonces, la existencia de una Junta de Programación (o el órgano que haga asus veces) sería el primero paso para garantizar que distintas voces de la comunidad dialoguen acerca de qué debería estar en la agenda, programación o parrilla de programación del medio.

Vale la pena preguntarse qué tan importante es la presencia de una Junta de Programación para un medio que no sea comunitario. No necesariamente los medios alternativos, ciudadanos o concesionarios debiesen tener una Junta de Programación, entendiendo que la participación de la comunidad no debe ser su prioridad o interés de acuerdo a la razón de ser.

Bajo estas dos ópticas, es importante preguntarse por la presencia de una Junta de Programación en los medios Comunitarios a comparación de los no comunitarios (alternativos, ciudadanos y concesionarios). De los 55 medios comunitarios de la muestra de Universidad de Medellín, 44 reportaron tener una Junta de Programación. De los 59 no comunitarios, 15 reportaron no tener una Junta de Programación. En otras palabras, del total de medios comunitarios el 75% tiene una Junta de Programación, mientras que en los medios no comunitarios este porcentaje es mayor en cinco puntos porcentuales. Es preciso reiterar que esta estadística alarmante no es conclusiva, en cuanto que el muestreo de la Universidad de Medellín no es representativo (no fue aleatorio); no obstante, este hallazgo indica que es importante seguir revisando empíricamente la proporción de la Junta de Programación en estos dos grandes grupos.

### 2.3. Generación de Indicadores Compuestos

A continuación, se presenta una primera versión de indicadores que usan como insumo 10 variables dicotómicas<sup>29</sup> del diagnóstico de la Universidad de Medellín (2015) —según el documento entregado por la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín a la Universidad EAFIT en mayo de 2017 — y el indicador *Nivel de independencia* diseñado en concepto previo por la Universidad EAFIT (CAP, 2017). Un buen indicador debe ser diseñado previo a la toma de datos para garantizar que distintas variables logren medir el conjunto necesario de dimensiones que representan la propiedad o constructo. Por ejemplo, para medir la educación puede ser importante tener en cuenta las dimensiones de cobertura, eficiencia y calidad; así mismo, esta última dimensión puede ser medida con las variables eficiencia administrativa, recurso humano, infraestructura, tecnologías de la información, evaluación por competencias, ingreso a la educación superior y grupos poblacionales (ver DANE, 2013d, 29). Un indicador que adolezca de alguna dimensión o de alguna variable implica que disminuya su capacidad de representar la propiedad esperada; por ejemplo, en el caso anterior ante la ausencia de la variable de grupos poblacionales o evaluación por competencias, la

<sup>29</sup> Las variables dicotómicas son un tipo de variable nominal que representa si existe o no una propiedad específica. Suele ser representada como 1 en caso de presencia de la propiedad, y 0 ante ausencia de la misma.

dimensión “calidad de la educación” subrepresentaría la propiedad que pretende medir. El subíndice, los tres índices y el indicador que se presentarán a continuación deberán ser leído con estas cautelas de *subrepresentación* y *sobrerrepresentación*. Por último, las dimensiones y variables de un indicador deberán basarse en la teoría y la evidencia empírica, por lo cual, los índices e indicadores también deberán ser ajustados de acuerdo a futuros hallazgos en la revisión de literatura del CAP. Por último, metodológicamente los puntajes que varían de 0 a 1 de los índices o indicadores se han traducido a una escala del 0 al 100%, que a su vez ha sido reclasificada en la mayoría de casos de la siguiente manera cualitativa ordinal:

Tabla 11 Nivel de un subíndice o indicador e intervalo

Nivel de un (sub) índice o indicador	Intervalo en porcentajes
Muy alto	(80-100]
Alto	(60-80]
Medio	(40-60]
Bajo	(20-40]
Muy Bajo	(0-20]
Nulo	[0]

Fuente: Universidad EAFIT, 2017 a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.



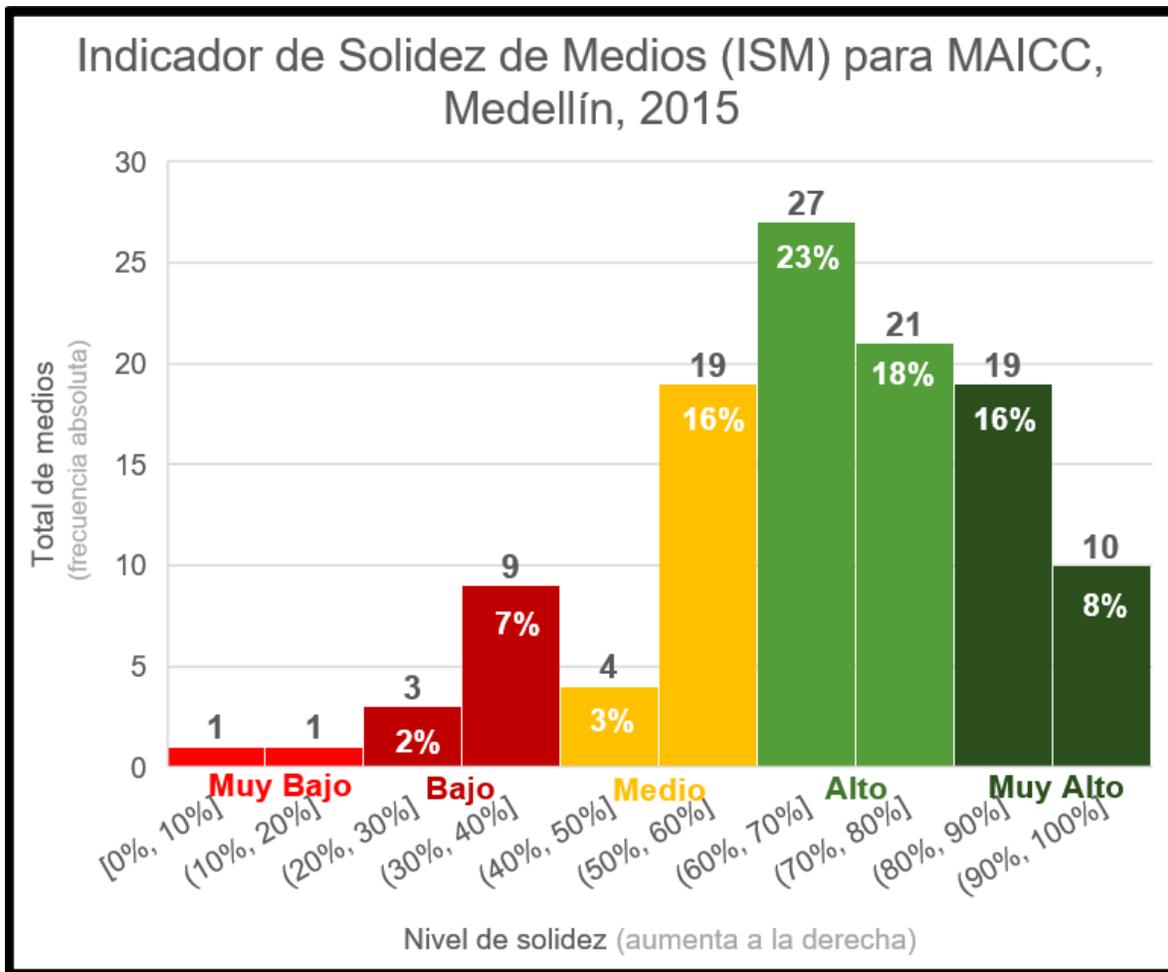
Ilustración 2 Indicador de solidez de Medios (ISM)

Fórmula 1

$$ISM = 0,3IEO + 0,5IS + 0,2IESJ$$

Los resultados del IS y el IESJ están disponibles en los anexos, como también la fórmula con la cual fueron calculados. El IEO está explicado a continuación en el punto 2.4.

Gráfico 7 Resultados agregados el Indicador de Solidez, partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. Un medio no respondió la mayoría de las preguntas asociadas a variables, por lo cual no fue incluido. Dos medios no respondieron una de las variables dicotómicas, por lo cual se asumió un valor de cero (0).



Fuente: Universidad EAFIT, 2017 a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

## 2.4. Índice de Estabilidad Organizativa (IEO)

El Índice de Estabilidad Organizativa (IEO) busca medir qué tan estructurado y organizado es el medio de comunicación alternativo, independiente, comunitario y ciudadano de Medellín para garantizar la sostenibilidad humana y del capital social. Aunque pueden ser diversas las variables que componen este constructo, el IEO se limita a las disponibles como presencia de Director General, Junta Directiva, Consejo de

Programación o Redacción, y Departamentos. Idealmente un medio de comunicación alternativo, independiente, comunitario o ciudadano de Medellín sólido deberá tener un director que garantice la coordinación y el direccionamiento, por el contrario, la ausencia de la figura supone una debilidad para la toma de decisiones prácticas y eficientes o la ejecución y coordinación en clave de gestión de proyectos. Además, un medio de comunicación alternativo, independiente, comunitario y ciudadano de Medellín estable organizacionalmente deberá estar compuesto por órganos colegiados que garanticen la pluralidad e interacción social al nivel directivo, como la Junta Directiva, y al nivel creativo, como el Consejo de Redacción o Programación<sup>30</sup>. Por último, la división de roles puede ser un factor crítico para la estabilidad del medio, en cuanto que supone la pluralidad de actores con funciones diferenciadas por criterios de objetivos que, al mismo tiempo, deben coordinarse reforzando la idea de tejido social y discusión participativa, por tanto, como puede verse en la Fórmula esta variable tiene una importancia que duplica las anteriores.

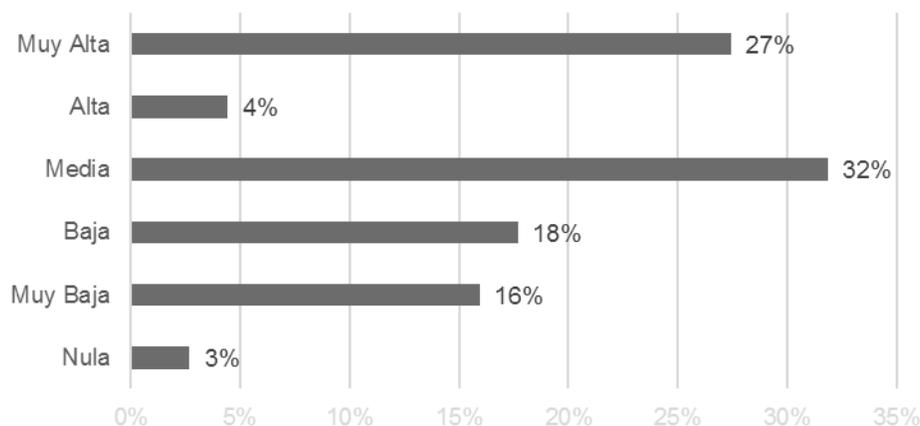
Fórmula 2

$$IEO = 0,2Director\ General + 0,2Junta\ Directiva + 0,2Consejo\ Programación + 0,4Departamentos$$

Más de la mitad de los medios (68%) tiene un IEO inferior al nivel alto, y más de un tercio (36%) cuenta con una estabilidad organizacional baja, muy baja o nula. En este último caso se encuentran los medios Asociación San Cayetano, la Mesa de Comunicaciones y la Producción Radial Mujeres al Son de la Ciudad, quienes reportaron no tener ninguna de estas características organizativas. En general, la mayoría de medios no tienen una estabilidad organizacional que supere el nivel medio debido a que sólo una cuarta parte de los medios se dividen por departamentos, aproximadamente la mitad no tiene junta directiva, y dos tercios no tienen un órgano colegiado esencial como el Consejo de Programación. La presencia de un director general es lo más recurrente en los medios (68%), lo cual es preocupante teniendo en cuenta que los órganos colegiados se encuentran en proporciones muy inferiores.

Gráfico 8 Índice de Estabilidad Organizativa (IEO) de medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. (Dos medios no respondieron alguna de las variables, por lo cual no fueron incluidas en el índice).

### Índice de Estabilidad Organizativa (IEO) de MAICC, Medellín, 2015



<sup>30</sup> De hecho, en los avances de revisión teórica a nivel interno del CAP se ha venido identificado que esta característica parece ser una de las más relevantes a la hora de discriminar los medios de naturaleza comunitaria respecto a los que no lo son.

Fuente: Universidad EAFIT, 2017 a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

### 3. ANÁLISIS MIXTO: CRUCE DE VARIABLES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS ASOCIADAS A LOS RECURSOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS DE MEDELLÍN.

La Universidad de Medellín (2015) realizó 21 entrevistas semiestructuradas a líderes que representaran las comunas y corregimientos de Medellín. De acuerdo con lo señalado en *Matriz de priorización* (anexo 1), a través de la Matriz Cualitativa se codificaron y filtraron 49 citas asociadas a los subtemas “Recursos” y “Financiación”, las cuales fueron usadas para este análisis mixto de la información.

Es constante el anunciamiento de narrativas que señalan la dependencia de los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos al presupuesto priorizado en el programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo de la Secretaría de Participación. Esta dependencia es reconocida de forma recurrente por líderes de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín en el territorio, la cual es vista como frágil e inestable por las dinámicas de la financiación pública. De los 21 líderes entrevistados, 8 desarrollaron de forma explícita la idea sobre la dependencia de los recursos de Presupuesto Participativo. Es posible que en una entrevista estructurada (encuesta) se identifique fácilmente un patrón, no obstante, es sorprendente la reiteración de esta dependencia en un instrumento (entrevista semi-estructurada) que no sugiere explícitamente preguntas asociadas a esta dependencia. Esta “PP dependencia”, como la nombra Stiven Rojas de la Comuna 9, es ilustrada por él de la siguiente manera: “las cosas no son infinitas y si se acaba el proceso presupuesto participativo, pues ya sostener un medio de particular con las características que tiene este de 10 mil ejemplares por edición sale muy costoso”<sup>31</sup>. Rojas nos introduce a la idea de la fragilidad e inestabilidad que implica depender de la financiación pública, por lo cual Edal Monsalve de La Candelaria señala que debido a que

“solo estamos dependiendo de presupuesto participativo. [...] tenemos que hacer una gestión público-privada; más privada que público porque el periódico se ha sostenido con lo público. Necesitamos hacer la gestión con lo privado para que tenga una autosostenibilidad y no dependa del recurso público”<sup>32</sup>.

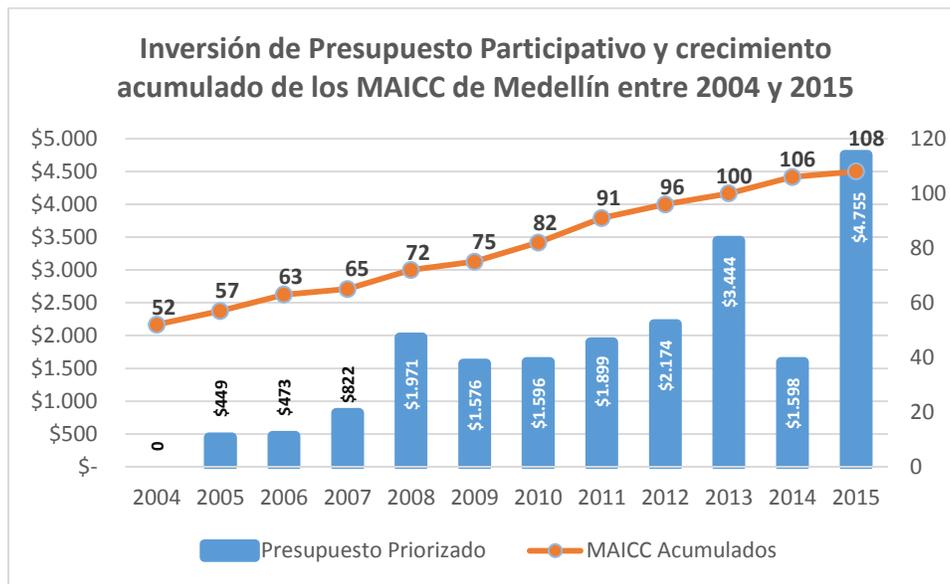
El fenómeno de la dependencia de los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín al presupuesto de un programa del gobierno local contrasta con la idea del crecimiento acelerado de estos medios. A pesar de que existe una dependencia de la inversión pública para la sostenibilidad económica de los medios, al menos el crecimiento acelerado de estos parece indicar un buen indicio del efecto que puede tener tal inversión. De hecho, como puede verse en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, existe una correlación bastante alta entre el presupuesto priorizado y el

<sup>31</sup> Página 4. Centro de Opinión Pública, Universidad de Medellín (2015) Diagnóstico de Medios

<sup>32</sup> Página 3. Centro de Opinión Pública, Universidad de Medellín (2015) Diagnóstico de Medios

crecimiento acumulado de medios ( $r=0,7627^{33}$ ). Esta correlación debe interpretarse con cautela, debido a que el ritmo de crecimiento de los medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos después del 2004 podría ser igual al de años anteriores, por lo cual se puede deducir que el crecimiento no se explica por la inversión pública. Además, esta correlación tiene sólo en cuenta un intervalo de 27 años, por lo que podría requerirse más años para tal aseveración. No obstante, la causalidad podría controlarse (de forma no rigurosa) señalando que antes del 2005 en promedio se creaban 3 medios al año, y después del 2004 se han venido creando 5, representando una diferencia de crecimientos del 67%. Por tanto, aunque es relevante resaltar que valores de las ciudadanías comunicativas y civiles parecen prosperar debido al crecimiento de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, es importante seguir testeando la medida en que este crecimiento se deba a una dependencia del presupuesto público. El aumento de los medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín puede verse afectado en el largo plazo, la amenaza yace –en palabras de Eliana Herrera y James Zuluaga– en que “nosotros no tenemos ningún otro mecanismo aparte de la gestión de presupuesto participativo. Eso es lo que garantiza durante la mitad del año que el medio pueda ser publicado”<sup>34</sup>. Por tanto, los avances para hacer visibles las voces de la sociedad civil también podría llegar a verse afectado.

Gráfico 9 Inversión de Presupuesto Participativo y crecimiento acumulado de los MAICC de Medellín entre 2004 y 2015, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015. (Seis medios no incluidos debido a ausencia de respuesta).



Fuente: Universidad EAFIT, 2017 a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015.

<sup>33</sup> Una correlación mayor a 0,5 en los fenómenos sociales suele ser reconocida como muy alta. Para controlar el efecto de casos atípicos, se excluyó del cálculo el año 2015 ( $z=2,36$ ) y 2004 ( $z=1,35$ ).

<sup>34</sup> Página 4. Centro de Opinión Pública, Universidad de Medellín (2015) Diagnóstico de Medios

## 4. METODOLOGÍA PARA LA NUEVA ENCUESTA

1- *Etapa de identificación de las necesidades que se deben priorizar con base en el árbol de problemas.* La idea de este árbol es priorizar las necesidades de la información, esenciales para entender el problema, desarrollar la línea base y otros indicadores. Esta etapa es vital para no cometer errores anteriores.

2- *Desarrollar el muestreo aleatorio definido.* Para este ejercicio es primordial contar con el universo o población a encuestar (N) para poder definir y relacionar la muestra (n) que se encuentra definida en 100 encuestas. Por eso es esencial tener cuanto antes el marco muestral que nos van a proporcionar.

3- Identificación de 8 problemas y de alrededor de 70 sub problemas. Con esto establecimos las necesidades de información y los agrupamos en *5 bloques principales para la encuesta*:

Bloque A. Razón de ser: Este grupo incluye primordialmente la razón de ser como tal del medio, la sostenibilidad social y política y la representación plural y de inclusión.

Bloque B. Regulación Jurídica

Bloque C. Censura

Bloque D. Calidad

Bloque E. Sostenibilidad económica y audiencias.

Se considera este orden apropiado para abordar a los encuestados y evitar efectos cognitivos de expectativa como preguntas sensibles asociadas a lo económico.

4- *Revisión de instrumentos* para medios de comunicación en Colombia y creación de nuevas preguntas basadas en las problemáticas y bloques descritos.

- Es importante tener en cuenta que se espera hacer una carta de sensibilización que permita informar y preparar a la población a encuestar.

- La encuesta contará con una tabla poblacional para cada medio que nos permitirá identificar un gran número de variables

- Se está considerando hacer un envío de la encuesta vía correo electrónico al mayor número de seleccionados posibles y que ellos vayan adelantando la encuesta, y luego hacer una visita de revisión y aclaración de dudas. Esta propuesta está en consideración.

**TALLER - DOCUMENTO DE TRABAJO para reunión con Comité Interinstitucional el 2 de agosto**

Entregaremos un documento de trabajo a cada uno de los asistentes, que incluye: encuesta COMFAMA, encuesta UDEM y BLOQUES propuestos para encuesta. La actividad consistirá en determinar con resaltadores rojo, amarillo y verde preguntas o características relevantes en los tres documentos. Los colores representan un semáforo:

Rojo: marcar con este color preguntas que consideran fuera de contexto o que estén mal direccionadas

Amarillo: seleccionar o crear preguntas que cuenten con algún grado de duda.

Verde: preguntas nuevas que definitivamente consideran necesarias en la encuesta.

Presentará tres momentos importantes:

- 1- Análisis individual de las dos encuestas anteriores y de la propuesta de Bloques identificados para la encuesta.
- 2- Análisis en grupos de trabajo de las dos encuestas anteriores y de la propuesta de Bloques identificados para la encuesta.
- 3- Socialización en grupo de lo encontrado.

## 5. ANEXOS

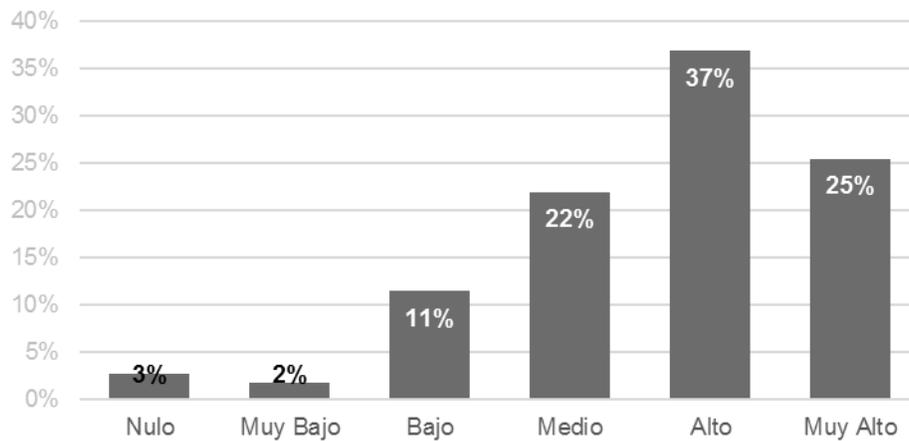
### 5.1. Matriz de Priorización (Ver anexo externo)

### 5.2. Asociados al Análisis Cuantitativo

#### 5.2.1. Índice de Sostenibilidad (IS)

$$IS = 0,2Plan\ Negocios + 0,8Nivel\ Independencia$$

Gráfico 10. Índice de sostenibilidad de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos., Medellín, 2015

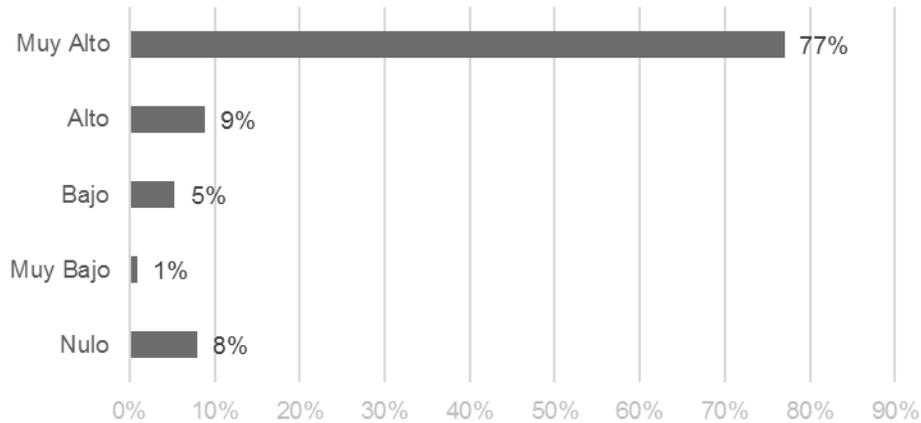


Fuente: (Universidad EAFIT, 2017, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015). Un medio no respondió alguna de las variables, por lo cual no fue incluido en el índice.

### 5.2.2. Índice de Estrategia y Sostenibilidad Jurídica (IESJ)

$$IESJ = 0,7\text{Subíndice Axiológico} + 0,3\text{Reglamentos}$$

Gráfico 11. Índice de Estrategia y Sostenibilidad Jurídica (IESJ) de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, Medellín, 2015

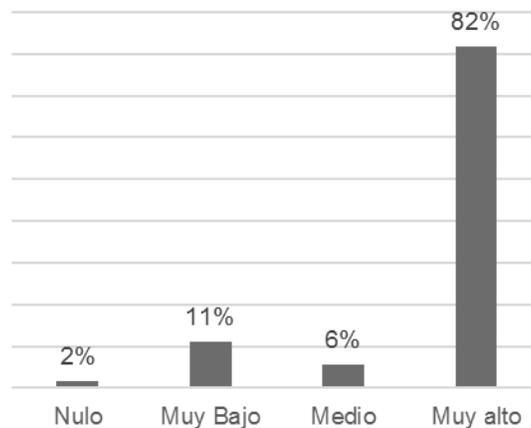


Fuente: (Universidad EAFIT, 2017 a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015). Dos medios no respondieron alguna de las variables, por lo cual no fueron incluidas en el índice.

### 5.2.3. Subíndice Axiológico (SA)

$$SA = 0,25\text{Misión} + 0,25\text{Visión} + 0,1\text{Valores} + 0,4\text{Objetivos}$$

Gráfico 12. Subíndice Axiológico (SA), Medellín, 2015



Fuente: (Universidad EAFIT, 2017, a partir de datos de encuesta de Universidad de Medellín, 2015). Dos medios no respondieron alguna de las variables, por lo cual no fueron incluidas en el subíndice.

5.3. Cantidad de medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín por barrio y comuna.

COMUNA/BARRIO/CORREGIMIENTO	#
<b>Aranjuez</b>	<b>2</b>
Bermejál-Los Álamos	1
Aranjuez	1
<b>Belén</b>	<b>7</b>
Belén	2
Rosales	1
La Mota	1
Fátima	1
San Bernardo	1
La Gloria	1
<b>Buenos Aires</b>	<b>4</b>
El Salvador	2
Miraflores	1
Barrio Caycedo	1
<b>Castilla</b>	<b>3</b>
Castilla	1
Tricentenario	1
Francisco Antonio Zea	1
<b>Corregimiento de Altavista</b>	<b>1</b>
Altavista Sector Central	1
<b>Corregimiento de San Antonio de Prado</b>	<b>2</b>
San Antonio de Prado	2
<b>Corregimiento de San Cristobal</b>	<b>2</b>
La Loma	1
Cabecera Urbana Corregimiento San Cristobal	1
<b>Corregimiento de San Sebastian de Palmitas</b>	<b>1</b>
Palmitas Sector Central	1
<b>Corregimiento de Santa Elena</b>	<b>1</b>
El Placer	1
<b>Doce de Octubre</b>	<b>5</b>
Kennedy	2
Doce de Octubre No.1	1
Progreso No.2	1
Pedregal	1
<b>El Poblado</b>	<b>4</b>
Castropol	2
Villa Carlota	1
Patio Bonito	1

COMUNA/BARRIO/CORREGIMIENTO	#
<b>Guayabal</b>	<b>5</b>
Trinidad	3
Cristo Rey	1
Parque Juan Pablo II	1
<b>La_América</b>	<b>6</b>
El Danubio	3
La Floresta	2
Ferrini	1
<b>La_Candelaria</b>	<b>24</b>
La Candelaria	12
Prado	4
Estación Villa	2
Boston	1
Las Palmas	1
Bombona No.1	1
San Diego	1
Guayaquil	1
Jesús Nazareno	1
<b>Laureles Estadio</b>	<b>12</b>
Estadio	2
San Joaquín	2
Laureles	2
Los Conquistadores	1
El Velódromo	1
Naranjal	1
Bolivariana	1
Florida Nueva	1
Lorena	1
<b>Manrique</b>	<b>2</b>
Manrique Central No.2	1
El Raizal	1
<b>Robledo</b>	<b>6</b>
Facultad de Minas U. Nal	2
Universidad Nacional	1
San German	1
Cucaracho	1
Bosques de San Pablo	1
<b>San_Javier</b>	<b>7</b>
Betania	2
San Javier No.1	1
Nuevos Conquistadores	1

COMUNA/BARRIO/CORREGIMIENTO	#
Eduardo Santos	1
Veinte de Julio	1
El Salado	1
<b>Santa_Cruz</b>	<b>3</b>
Villa del Socorro	2
La Frontera	1
<b>Villa_Hermosa</b>	<b>2</b>
San Miguel	1
Enciso	1
<b>Total general</b>	<b>99</b>

#### 5.4. Metodología para reprocesamiento de datos, de la Encuesta de Universidad de Medellín.

Variables sin modificaciones

#
1. Nombre del Medio
2. Nombre del Responsable del Medio
4. Género
8. Teléfono
9. E-Mail
10. Nombre de la organización a la que pertenece

Variables subsanables

3. Cargo	23. Reglamentos
7. Dirección	24. Director General
11. Estimado de usuarios	25. Junta Directiva
12. Fecha de creación (AAAA/MM/DD)	26. Consejo de Programación o Redacción
13. Fecha de constitución (AAAA/MM/DD)	27. Departamentos
18. Misión	28. Número de integrantes del Medio
19 Visión	28b Recursos tecnológicos
20. Valores	29. Recursos físicos
21. Objetivos	30b. Recursos financieros
22. Plan de Negocio	30.1 Subvenciones?

## Variables no subsanables

5. Comuna
6. Barrio
11.1 TIPO DE MEDIO
15. Sector al que pertenece (Medio)
17. Competencia
14. Principales medios y/o organizaciones con los que se relaciona, cómo lo hace?
16. Productos y/o Servicios
27.1 ¿Cuáles?
30.2 Propios?
30.3 Ventas?
31. Públicos objetivos
32. Temáticas que trabaja el medio
33.1 Mensajes y canales propios VISUALES
33.2 Mensajes y canales propios SONOROS
33.3 Mensajes y canales propios ESCRITOS
34.1 Medición de impacto CANALES
34.2 Periodicidad
34.3 Medición del Impacto del Medio (Autoevaluación)
34.4 Registros de mediciones de Impacto

## Variables reprocesadas (no incluyen las del Concepto CAP, 2017)

3.1 Función Directiva	13b Constitución-Creación
3.2 Función Admva.	18a Misión
3.3 Función Creativa	19a Visión
3.4 Función Estatutaria	20a Valores
6a Barrio	21a Objetivos
5a Comuna	22a Plan de Negocio
6b Zona	23a Reglamentos
6aa Código Barrio	24a Director General
12a Creación	25a Junta Directiva
13a Constitución	26a Consejo de Programación o Redacción <sup>2</sup>

## REFERENCIAS

------(2013b) *Guía para Diseño, Construcción e Interpretación de Indicadores*. 2da Edición. Estrategia para el Fortalecimiento Estadístico Territorial.

------(2013c) *Planificación Estadística Estratégica*. 2da Edición. Estrategia para el Fortalecimiento Estadístico Territorial.

------(2013d) *Línea Base de Indicadores*. 2da Edición. Estrategia para el Fortalecimiento Estadístico Territorial.

Acevedo, J. (2008) Sistematización de experiencias Proyecto: "Asociación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Medellín - La REDECOM - junio 12, 2017, Federación Antioqueña de Organizaciones no Gubernamentales – Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria. <http://centroderecursos.alboan.org/sistematizacion/es/registros/7831-sistematizacion-de-experiencias-proyecto>"

Acta (2016) Asesoría de planeación sobre Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos por DAP. 18 de julio de 2016. Medellín, Colombia.

Acta (2016) A Reunión café mesa articuladora de medios para la política pública. 28 de octubre del 2016. Casa del maestro piso 3, Medellín, Colombia.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Corregimiento AltaVista, Incidiendo entre desafíos para a inclusión con dignidad. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 1 Popular. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 10 La Candelaria. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 11 Laureles Estadio. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 12 La América, Planéalo - Construyendo un mejor futuro. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 14 El Poblado. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 15 Guayabal. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 16 Belén, Construyendo Ciudad. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 2 Santa Cruz. Un mapa abierto a las propuestas de vida de la gente. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 3 Manrique. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 4 Aranjuez. Innovación y desarrollo una apuesta colectiva por la vida, la paz y la movilidad social. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 5 Castilla. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 7 Robledo. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 8 Villa Hermosa, Construyo, siento y vivo mi comuna. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 9 Buenos Aires. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Corregimiento de Santa Elena. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Corregimiento San Antonio de Prado. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Corregimiento San Cristóbal. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 13 San Javier. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación. (2015). Plan de Desarrollo Local Corregimiento San Sebastián de Palmitas. Medellín, Colombia: Divergráficas LTDA.

Alcaldía de Medellín, Secretaría de Cultura Ciudadana, Subsecretaría de Metrocultura & Universidad de Antioquia. (2011). Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011-2020. Medellín, Colombia: Imprenta Universidad de Antioquia.

Alcaldía de Medellín. (2006). Plan estratégico Comuna 6 - 2006 - 2015, Construyendo Ciudad. Medellín, Colombia.

Acta. Asesoría de planeación sobre Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos. DAP. 1 de agosto de 2016. Medellín, Colombia.

Apolonia, Y. (2005). Proyecto Comunicación, Vida y Territorio. junio 20, 2017, de La Iniciativa de Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe Sitio web: <http://comminit.com/la/content/proyecto-comunicaci%C3%B3n-vida-y-territorio>

Centro de Análisis Político (CAP), Universidad EAFIT (2017), *Concepto sobre el “Diagnóstico de Medios” de la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín realizado por*

*la Universidad de Medellín en 2015*, Medellín. Documento interno entregado a Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín durante la etapa de formulación del convenio de asociación de las dos instituciones.

Centro de Investigaciones y Educación Popular (CINEP), Corporación Viva la Ciudadanía & la Fundación Foro Nacional por Colombia. (2017). Matriz Resultado de la discusión Foro Nacional 30 y 31 de marzo de 2017. junio 20, 2017, Espacio nacional de participación para la formulación de lineamientos para un proyecto de ley de garantías de promoción de la participación ciudadana y garantías para el ejercicio del derecho a la movilización y protesta social, Sitio web: [http://participando.co/media/docs/leyes/Mesa17-Organizaciones\\_de\\_periodistas\\_y\\_medios\\_independientes\\_y\\_comunitarios.pdf](http://participando.co/media/docs/leyes/Mesa17-Organizaciones_de_periodistas_y_medios_independientes_y_comunitarios.pdf)

Concepto de Personería, Correspondencia del 28 de octubre de 2013, de Rodrigo Ardila para presidente de la Comisión Tercera del Concejo de Medellín sobre el proyecto de acuerdo 199 de 2013 Lineamientos para la creación de la política pública de Medios Alternativos, y comunitarios para el Municipio de Medellín.

DANE (2013a) Instrumentos para el Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional- SEN. 2da Edición. Estrategia para el Fortalecimiento Estadístico Territorial.

Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2005). Medios de comunicación alternativos para la convivencia. junio 06, 2017, de Propuesta Técnica de COMFAMA, para la Consultoría Estructuración de una Red de Medios de Comunicación orientada a la Convivencia Ciudadana de Medellín y sus Corregimientos. 2005. Sitio web: <https://es.scribd.com/doc/6919283/MEDIOS-DE-COMUNICACION-ALTERNATIVOS-PARA-LA-CONVIVENCIA>

Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín & Caja de Compensación Comfama. (2006). Diagnóstico de los medios Alternativos y comunitarios de Medellín 2005 - 2006. Medellín: Dirección de Comunicaciones Alcaldía de Medellín.

DRP Secretaría de Comunicaciones, Alcaldía de Medellín. 2016.

Escobar, M. Secretaria de Cultura Ciudadana. Aportes que, desde la Secretaría de Cultura Ciudadana, con sus programas. 25 de noviembre de 2016. Municipio de Medellín.

Herrera, N. & López, C. (2015). Diagnóstico de Medios. Entrevistas del proceso de construcción de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín. Centro de Opinión Pública - COP Universidad de Medellín.

Kaplún, G. Acta octavo encuentro con la mesa de trabajo de Política Pública de medios. Viernes 18 de noviembre de 2016. Secretaría de Comunicaciones Alcaldía de Medellín. 2016.

Medios de comunicación, colectivos, organizaciones & personas firmantes. (2015). Pronunciamiento público - Política de medios. Junio 15, 2017, de Corporación para la Comunicación Ciudad Comuna. Sitio web: <http://www.ciudadcomuna.org/ciudadcomuna/noticias/item/pronunciamiento-publico-politica-de-medios.html>

Mesa Distrital De La Política Pública De Comunicación Comunitaria. (2011). Lineamientos para la creación y funcionamiento de las Mesas Locales de Comunicación Comunitaria y Alternativa De Bogotá. junio 7, 2017, de Red de Comunicación Comunitaria, Sitio web: [http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=78:lineamientos-para-la-creacion-y-funcionamiento-de-las-mesas-locales-de-comunicacion-comunitaria-y-alternativa-de-bogota&catid=13:mesas-locales](http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/index.php?option=com_content&view=article&id=78:lineamientos-para-la-creacion-y-funcionamiento-de-las-mesas-locales-de-comunicacion-comunitaria-y-alternativa-de-bogota&catid=13:mesas-locales)

Reunión de Secretarías y entes corresponsables de la Política Pública para medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos. 24 de mayo de 2017. Medellín, Colombia.

Rodríguez, H. (2006). Red de medios alternativos y comunitarios de Medellín, Redecom, jornada de planeación de estrategia. Junio 12, 2017, De Alcaldía De Medellín Dirección General De Comunicaciones Sitio web: [https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportalDelCiudadano\\_2/PlandeDesarrollo\\_0\\_0\\_0/ShareContent/pdf%20codigo%20buen%20comienzo/Resultados%20Planeacion%20REDECOM.pdf](https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportalDelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_0_0/ShareContent/pdf%20codigo%20buen%20comienzo/Resultados%20Planeacion%20REDECOM.pdf)

Secretarías de las Mujeres y de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín y la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín. (2017). Foro periodismo ciudadano y género. Medellín, Colombia.

Universidad de Medellín, Centro integral de asesorías y consultorías. (2015). Cuarta mesa de articulación política pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos. Medellín, Colombia.

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