

MEDIOS ALTERNATIVOS DE MEDELLIN [1]: Recuento Histórico (1987-2006)

ALTERNATIVE MEDIA OF MEDELLÍN [1]: Historical count (1987-2006)



Mónica María Valle Flórez*

Resumen

En el artículo se hace recuento histórico del surgimiento de los medios alternativos en la ciudad de Medellín (1987-2006). La base informativa del texto se retoma del “Diagnóstico de los medios alternativos y comunitarios de Medellín”, adelantado por la Alcaldía de Medellín y ejecutado por la Caja de Compensación Familiar-COMFAMA- en el 2006; estudio en el que participó la autora en calidad de investigadora.

Ante la relevancia histórica, académica e investigativa del tema, se hace pertinente la difusión de algunos aspectos del estudio con dos artículos: En éste, se referencian los medios y la metodología llevada a cabo en el estudio. En el segundo artículo se presentará la caracterización de cada uno de los medios estudiados: tipo de medio, periodicidad, públicos a los que están dirigidos y algunos aspectos de su sistema organizativo tales como: recursos humanos, técnicos y financieros.

Es de indicar que del informe completo del estudio se editaron pocos ejemplares los cuales se distribuyeron exclusivamente entre los medios y entidades participantes de éste, lo que hace aún más relevante su difusión.

Palabras clave: Medios alternativos de Medellín, periodismo alternativo, comunicación alternativa, red de medios alternativos, historia medios alternativos.

Summary

The article recounts the history of the emergence of alternative media in Medellín (1987-2006). The database of the text was taken up of the “Assessment of alternative and community media in Medellín,” passed by the Alcaldía de Medellín and implemented by the Family Compensation Fund-COMFAMA-in 2006; study in which the author participated as researcher.

Given the historical significance, academic and research the topic, is relevant the diffusion of some aspects about the study published in this edition of our magazine with two articles: In this article referenced media and methodology of the study. The second article presents the characterization of each of the media studied: media type, frequency, audiences you are targeting and some aspects of its organizational system like human, technical and financial resources.

Is important to say that of the full report of study were edited just a few copies which were distributes only in media and participating institutions of this, making more important its diffusion.

Keywords: Alternative media, Medellín, alternative journalism, alternative communication, alternative media network, alternative media history.

* Doctora en Estudios Científico Sociales, Instituto Tecnológico de Occidente –ITESO (México). Magister en Comunicación de la Universidad Iberoamericana (México), Especialista en Gerencia de la Comunicación de la Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia) y Comunicadora Social Periodista de la Universidad de Antioquia (Colombia). Docente investigadora - Politécnico Jaime Isaza Cadavid. Email: mmvalle@elpoli.edu.co

Introducción

El Diagnóstico de medios alternativos de Medellín hizo parte de la consultoría que realizó la Caja de Compensación Familiar COMFAMA para la Alcaldía de Medellín, con el objetivo de “Estructurar una red de comunicación orientada a la convivencia ciudadana en Medellín y sus corregimientos” [1]. La consultoría comprendió las siguientes fases: diagnóstico, cualificación de los integrantes de los medios alternativos, concurso de méritos, formación especializada y estructuración y acompañamiento para la red de medios constituida.

En el diagnóstico se incluyeron los medios impresos, radiales, audiovisuales y electrónicos. Para su identificación y para la conformación de la base de datos, se acudió a fuentes primarias y secundarias tales como las Juntas Administradoras Locales (JAL), Juntas Comunales, ONGs, Alcaldía de Medellín, Universidad de Antioquia, y a la base de datos corporativos de COMFAMA. Se logró un inventario de los medios alternativos de comunicación existentes en las 16 comunas y en los 5 corregimientos del Municipio de Medellín.

Teniendo en cuenta que los medios alternativos de comunicación no se constituyen exclusivamente en emisores de mensajes, sino en herramienta importante para la generación de tejido social, se buscaba, que en términos de convivencia ciudadana, se tornaran en espacios de entendimiento en medio de las diferencias, las discrepancias o los disensos, es decir que se convirtieran en estrategias del consenso.

“En el proceso de cambiar los imaginarios, los medios pueden ayudarnos a preguntar sin miedo, a revivir la capacidad de asombro y la capacidad de indignación, a ver la realidad como es y no como uno desea, a escuchar sin prevención, a dudar sin pesimismo, a auscultar y a inventar otro futuro”. Informe de Desarrollo Humano (2003).

Desde esta perspectiva 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.

1. Metodología Estudio Medios Alternativos Medellín

Para el análisis se aplicaron 2 cuestionarios, uno a los líderes de medios alternativos y otro a sus perceptores. Se realizaron entrevistas semi-estructurada, se realizaron grupos focales y se hizo registro visual de la interacción de los medios y las comunas. La variable e indicadores con los que se construyó el cuestionario para líderes de los medios, se presenta en la tabla N1.

Tabla No.1
Variable e indicadores cuestionario
líderes de Medios Alternativos de Medellín

Variable	Indicadores
Datos generales	Nombre, tipo de medio, constitución legal, número de personería jurídica, vinculación a alguna corporación u organización que avale el trabajo del medio, Nit de la organización que avala al medio, Director del medio, nombre de otro integrante del medio o representante que podría asistir a las capacitaciones; comuna, donde actúa el medio, barrio, dirección, teléfono, Fax, e:mail del medio.
Caracterización:	Tiempo de circulación del medio, periodicidad, tiraje, cobertura, forma de distribución, público(s) objetivos, y fuentes de financiación.
Estructura Organizativa	Número promedio de personas que trabajan en el medio, nivel educativo del personal, ocupación o profesión, edad promedio del personal, promedio de tiempo de vinculación con el medio, promedio de salarios recibidos en el medio, nombres de los cargos que desempeñan en el medio, promedio de costos de elaboración del medio, recursos técnicos con los que dispone el medio, valoración de dichos recursos.
Reseña histórica del medio	Análisis DOFA del medio, perspectivas a corto y mediano y recomendaciones para la Estructuración de la Red de medios alternativos.

En la tabla N2 se presenta la matriz del cuestionario dirigido a los perceptores de los medios.

Tabla N2
Variable e indicadores cuestionario

Localización		Comuna, barrio.																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	¿Conoce usted el (los) Medios Locales que tiene este sector?	SI, NO. Cual (les)																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Apreciación que se tiene del Medio	Califique de uno a 5 los siguientes indicadores, según su percepción.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Medio/ Secciones</th> <th colspan="5">Prensa</th> <th colspan="5">Radio</th> <th colspan="5">Televisión</th> <th colspan="5">Página Web</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Temas</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Anunciantes</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>4</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Concepto de Diseño</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Locutores/ presentadores/ periodistas</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Accesibilidad</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Sistema de distribución</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>4</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Manejo informativo</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Credibilidad</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Pertinencia de informativa</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>4</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Interacción con la localidad/ comuna/ Perceptores</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Información acerca de la convivencia ciudadana</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Medio/ Secciones	Prensa					Radio					Televisión					Página Web						1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Temas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Anunciantes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Concepto de Diseño	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Locutores/ presentadores/ periodistas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Accesibilidad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Sistema de distribución	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Manejo informativo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Credibilidad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Pertinencia de informativa	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Interacción con la localidad/ comuna/ Perceptores	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Información acerca de la convivencia ciudadana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Medio/ Secciones	Prensa					Radio					Televisión					Página Web																																																																																																																																																																																																																																																																			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Temas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Anunciantes	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Concepto de Diseño	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Locutores/ presentadores/ periodistas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Accesibilidad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Sistema de distribución	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Manejo informativo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Credibilidad	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Pertinencia de informativa	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Interacción con la localidad/ comuna/ Perceptores	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Información acerca de la convivencia ciudadana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																																																															
Sugerencias	Que otra apreciación o sugerencia haría usted en relación con el medio (os) alternativos de este sector, comuna, localidad	Pregunta abierta																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Características del Encuestado	Sexo	Masculino, femenino																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	Ocupación	Pregunta abierta																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	Escolaridad	Primaria, Bachillerato, Técnico, Universitario, Otros																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	Edad	Niño, joven (adolescente), Adulto, Adulto Mayor																																																																																																																																																																																																																																																																																	

2. Reconstrucción histórica

La historicidad de los medios alternativos de Medellín y sus corregimientos se reconstruye con relatos de los directores o miembros de los medios estudiados además de la información consignada en el cuestionario aplicado, las entrevistas realizadas y la información de los grupos focales.

2.1 Medios Alternativos en Medellín 1987-2006

Los primeros medios alternativos que aparecen en la ciudad de Medellín son los televisivos. En 1987, varios habitantes del barrio El Salvador se unen y crean la Corporación Antena Parabólica Barrio El Salvador- Corapsal, con la visión de “Crecer de mano de la comunidad, tratando de llegar con la señal a toda la comuna”.

En 1988 se forma en San Antonio de Prado la Corporación Antena Parabólica Aragón, Rosaleda, Guayacanes y Alcázar de los Prados - CORAGRA, con el interés de “Formar un canal comunitario haciendo televisión propia”. En este

mismo año, se constituye en el sector Boyacá las Brisas, al norte de la ciudad, el canal comunitario Teleboyacá, el cual cuenta, desde el 2004, con Licencia de la Comisión Nacional de Televisión para su funcionamiento.

“El Sistema parabólica Boyacá cuenta con una Red moderna y equipos modernos en Digital. Presta un servicio inmediato a cada asociado que cuenta con el sistema. El sistema fue creado por un grupo de gente que vive en el Barrio y por este motivo se considera asociado y no hay dueño sino que todos los que aportan una cuota se hacen asociados”

En 1990 surge Solar Producciones, conformado por documentalistas dedicados a la producción de “video social”, uno de los más destacados es “Urabá para todos”. Su visión transmitir su producción, de manera más continua por los canales comunitarios de Medellín. En relación con la estructuración de una red de medios alternativos consideran que:

“Es el espacio que se necesita para mejorar la calidad de los programas que nuestros hijos necesitan para su arraigo local. Además a través de ellos nos encontraremos como vecinos y conoceremos nuestro entorno que generalmente no conocemos”.

En el 90, también se edita el periódico infantil *Recreo en Papel*, iniciativa de dos comunicadores de la Universidad de Antioquia: Mónica Valle y Carlos Obando. Entre las secciones del medio estaban: “Sol y agua” enfocado al medio ambiente, “Erase una vez” dedicada a la literatura y poesía infantil, “mi abuelita me contó” en donde se rescataban los relatos de los antepasados. Al 2006, los medios dedicados a los niños, eran: periódico “Chispitas” que desde el 2000 circula, aunque de manera esporádica, y el programa radial “Derechos y deberes de la infancia” ambos de la Corporación Simón Bolívar, en la comuna 5. Desde el 2005, la Corporación CORFASO edita el periódico infantil “Noticinco” en la misma comuna.

El 19 de mayo de 1991 la comunidad de San Cayetano se une para crear la Asociación Antena Parabólica San Cayetano, desde entonces este sistema ha desarrollado su actividad en la recepción y distribución de señales incidentales de TV.

“...También hemos realizado algunos eventos de televisión como: la misa dominical, la Semana Santa de la parroquia, celebraciones de grado de los colegios de la Zona...”

A raíz del acuerdo 003 de septiembre de 2004 de la Comisión Nacional de TV que autoriza a los canales comunitarios para hacer televisión, la Asociación ha desarrollado algunos proyectos con el canal universitario Canal U.

En 1992 se establece la Antena Parabólica Barrio Castilla: “Su fortaleza es la unidad del Barrio, su debilidad es la poca cobertura y los monopolios que tiene la zona occidente. A futuro se piensa extender la cobertura y tener un canal interno”. En el mismo año llega a Medellín El Pequeño Periódico, medio fundado en Magangué- Bolívar en 1982 por un grupo de intelectuales militantes del partido MOIR. Este medio es llamado “el órgano de difusión de los descalzos”. En 1989, debido a situaciones de violencia, su fundador Ángel Galeano, sale de Magangué, llega a Medellín y en 1992 edita el número 36 del Pequeño Periódico. Al 2006 contaban con 74 ediciones. Entre los temas que abordan están los culturales, científicos y políticos del mundo y el país. Desde 1993 el periódico es respaldado por la Fundación Arte y Ciencia.

En 1994 surge en la Comuna 16 Telebelén – Coedutel, iniciativa de un grupo de jóvenes que deciden crear un medio alternativo que les permitiese proyectarse hacia la comunidad. Han participado en varios procesos de articulación con las demás organizaciones de la zona. Su mayor fortaleza es la experiencia del canal y el respaldo que tiene en la comunidad. Su debilidad, la poca continuidad de los jóvenes en el proyecto. Sienten como amenaza la normatividad de la Comisión

Nacional de TV-CNTV y la falta de recursos. Este mismo año se constituye la Corporación Comunitaria Parabólica 12 de Octubre, que inició como “Eros Comunicaciones”, con equipos análogos para receptor la señal de televisión con los que funcionaron durante dos años. La Corporación cuenta con personería jurídica N 42441 del año 1995. Su mayor fortaleza “la Junta Administrativa, los equipos, la comunidad y seguir las normas legales que exigen las leyes Colombianas”. La debilidad: “receptor la señal repetidora del padre Amaya”.

Con el fin de informar a toda la comunidad estudiantil y del sector de Aranjuez la Institución Educativa. Gilberto Alzate Avendaño, crea en 1995, el Periódico Orbita. Se editan dos ejemplares al año. Su fortaleza: “excelente grupo de estudiantes, inquietos por el periodismo y con muchos deseos de entregar un excelente material”. La debilidad “que el periódico no tiene un computador propio. No tiene un espacio idóneo para realizar el trabajo a cabalidad”. En este mismo año surgen en el sector centro de la ciudad; Noticias de la Comunidad y la Revista Pro-folclor Artístico de Colombia. Su propósito inicial era informar a las comunidades de Antioquia y Medellín.

En 1996 nace en el sector de Robledo la Emisora Colegio “Guillermo Taborda Restrepo” después de una experiencia radial de 5 años llamada “Radio Fantasía”. Relatan que la emisora contaba con un amplificador de señal, “hecho con el control de un carro” emitía señal de FM. En este proyecto se involucró a los alumnos haciendo locución y programación. Hicieron radio hasta por 6 horas diarias. En mayo de 1995 la emisora fue cerrada por orden del Ministerio de Comunicaciones y los equipos decomisados. A partir de 1996 se toma la decisión de declarar como énfasis del Bachillerato el periodismo, único en el país, y se reabre la emisora con equipos sencillos. Su debilidad “la manutención económica” ya que depende de la disponibilidad financiera del Colegio. Ven como oportunidad “una mayor y apropiada infraestructura en equipos y radio hecha por niños y adolescentes”.

Este mismo año surge en la Comuna 13 “Contá – Contá” iniciativa periodística de un grupo de jóvenes. El medio se financió, hasta la edición N7 con el apoyo del programa PRIMED. En el 2006 se reactivó con dineros del Presupuesto Participativo. La Corporación Cinco Medios, en el sector de Naranjal, también inició actividades en el 96. Tuvo programas radiales en varias emisoras independientes y creó la Red de reporteros comunitarios. El 23 de diciembre de 2004, “adquirió la vida jurídica” y desde ese momento la Corporación empezó a trabajar en el proyecto de televisión comunitaria. Define como amenaza que “algunos funcionarios del Municipio de Medellín no miran bien al Naranjal, la mala imagen que tienen del barrio los demás habitantes de la ciudad”. A futuro buscan ser

“un verdadero centro de producción de medios alternativos al servicio de la comunidad”.

En el 96 se conforma, también, la Corporación Cauces de Oriente - COPROCO, parabólica con canal comunitario que hace “tímidamente algunos programas, avisos sociales y temas de interés comunitario”. Esta Corporación cuenta con licencia de señal incidental 06 del 96 y tiene en trámite la de TV comunitaria, 06 del 1999.

[Su fortaleza] “La junta Directiva que a pesar de los problemas económicos, nos mantenemos firmes, cuidando el bien común: la antena parabólica”.

[Debilidad] “En muchas ocasiones nos sentimos solos, abandonados por la misma comunidad, dejándonos trabajar solos, y sin dinero para continuar el proceso”.

En 1997 surge el Boletín Informativo Parroquia San Francisco De Sales, en las mesas de Paz y convivencia, en el 2006 llegaron a la edición N100.

En el 97 aparece la Web Huellas Rosaristas con la idea de acercarse a la comunidad estudiantil del Colegio Nuestra Señora del Rosario de manera virtual. Fue iniciativa de un docente “gomoso” de la Internet. En el sitio se transcriben los textos del periódico impreso al virtual. Su visión “Ser un medio de comunicación con un alto nivel de influencia en valores” proponen que la Red que se está estructurando genere “Información de otros colegios o instituciones educativas que posean medios alternativos de comunicación en Internet y sobre todo su realización”.

En 1998 se edita El Guayaquil Times, ante la necesidad de un medio informativo para el sector de comerciantes de Guayaquil. Inicialmente el medio lo editaba Asoguayaquil, pero después de cambiarle varias veces el nombre, la Asociación renuncia a seguirlo publicando. Pero Jairo Bernal, miembro de la Junta y comunicador social-periodista, decide continuar con la publicación. “Con mucha constancia, amor por su comunidad y por su periódico, ha logrado convertirlo, a través de los años, en el medio de comunicación oficial del sector”.

[Su fortaleza] “distribución gratuita, en él se refleja la comunidad, entretiene, educa, es el único medio que está autorizado para entrar a los 64 Centros Comerciales del sector, la comunidad siente aprecio por el medio”.

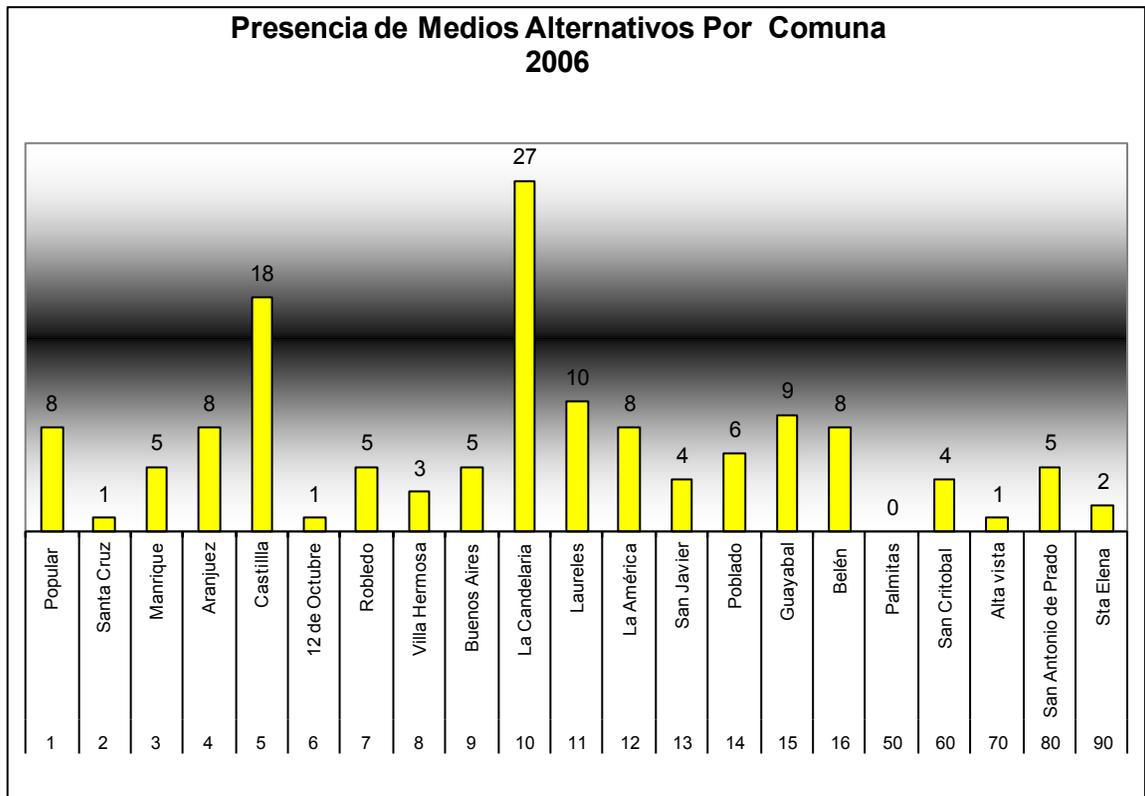
En 1998 se crea el Centro de Producción Audio Visual de la Comuna 1 con el fin de elaborar material didáctico y el programa “Noticomuna”. En el 2005, mediante el presupuesto participativo, la Comuna 1 de Medellín, destinó recursos para capacitar a jóvenes del sector; para que posteriormente produjeran sus medios de comunicación en tres líneas: prensa, televisión y Web.

En 1999 nace en la Comuna 7, sector del barrio Kennedy, el Boletín Atmósfera. Surge como medio de comunicación de los jóvenes del Centro de Formación Juvenil de la Corporación Simón Bolívar, que buscaban una posibilidad de diálogo directo con otros jóvenes del barrio. Esta misma Corporación edita, ese mismo año, el boletín Creando Huellas, medio de comunicación que abre una posibilidad intercambio entre la entidad y la comunidad. Se entrega casa a casa y, en este proceso, participan todos los miembros de la organización.

En el Corregimiento de San Antonio de Prado surge, también en 1999, Ciudad Rural propuesta periodística cuya misión es servir como medio de comunicación de los corregimientos, haciendo visible la pluralidad y protegiendo la reserva ambiental, con una visión humanista. Ciudad Rural ha conformado semilleros de comunicación en los distintos corregimientos de la ciudad y ha participado en los diferentes procesos de comunicación que allí se han gestado.

En el 2005 se constituye como Corporación Ecológica y Cultural. Ven como oportunidad el “Desarrollo de actividades de comunicación, medio ambiente y cultura en los corregimientos. Apoyo de la Administración Municipal, organizaciones nacionales e internacionales para los procesos ambientales. Asignación de Presupuesto Participativo para el 2006. Plantean como amenaza el aumento en los costos de la producción del periódico y posibles medidas restrictivas del Estado a los medios alternativos.

En el 2000 se conforma la Corporación Liderazo, antes “ Club Deportivo y Cultural Pupilos” los cuales producían el programa televisivo “Tome Nota”, en el cual se trataron temas de interés general desde todos los ámbitos: políticos, familiares, organizacional, entre otros; se entrevistaron distintas personalidades, líderes de la comunidad y la administración municipal. En agosto del 2003, los realizadores del programa tuvieron que dejarlo por asuntos personales. “El programa quedó en manos de otras personas que se dieron a la aventura de seguir pero, desconociendo el proyecto o idea original. Esto incidió en la terminación del programa, ya que la dinámica, la filosofía, los objetivos y la misión del mismo se había perdido”.



[Debilidades] Falta de políticas de trabajo serías en los canales comunitarios, falta de presupuesto, ya que el programa demanda mucho tiempo y los encargados deben priorizar las actividades que les ofrezca estabilidad económica.

[Oportunidad] Voluntad política por parte de la Administración Municipal, buen equipo de trabajo, credibilidad que tiene la comunidad en nosotros por el reconocimiento como líderes comunitarios.

[Amenazas] Las políticas estatales por inclusión de fenómenos económicos como el TLC, que pondrían en gran riesgo el patrimonio cultural, de acuerdo a las negociaciones con el área de las telecomunicaciones. Disputas entre líderes de la comunidad por celos, egoísmo, etc.

[Visión] Aprovechando el tiempo que nos tomamos, queremos arrancar en enero, máximo febrero de 2006, con una nueva propuesta "Parque Central", cuyo objetivo principal estará acorde con la misión de nuestra organización "Liderazgo".

En el 2000 también se edita "En Medellín. Lo Mejor"; medio escrito que nace por iniciativa de Claudia Helena Posada, una excomunicadora del sector público departamental. "La visión del medio es generar información temática. Ha evolucionado en su formato, pero conserva el enfoque y su filosofía". La circulación del medio está sujeta a la publicidad, su directora- fundadora hace las veces de periodista, editora y comercializadora. El medio tiene la filosofía de que en él se puedan expresar libremente las ideas y el manejo político administrativo de la ciudad. "Por ello se ha podido sostener y es satisfactorio el aporte social a la cultura ciudadana".

En el 2001 se edita el periódico "Desde abajo" publicación financiada por un grupo de intelectuales y organizaciones sociales que también apoyan la circulación de Le Monde

Diplomatique, en Colombia. El propósito de "Desde abajo" es la democratización de los medios de comunicación. También el 2001 se conforma, en el sector del barrio Tricentenario, CorputriTV, entidad que venía prestando servicios de televisión incidental hasta que, en diciembre de 2003, la CNTV le otorga la licencia de televisión comunitaria para iniciar operaciones en agosto de 2004. CorputriTV produce programas como "Mi Barrio en tu Barrio", "Talentos", entre otros.

En el Corregimiento de San Cristóbal, también en el 2001, se edita por primera vez la Revista Titiritero. Publicación que por motivos económicos ha dejado de circular por varios periodos. En el 2003 se edita el N 2 y el N3. En el 2004 la N4 y la N5, y finalmente en el 2005 se logro editar la No6, N7, N8 y N9. La revista se financia con recursos propios de sus productores. Se enfoca a información de interés general sobre arte, "un área poco conocida y difundida por los medios; lo que le permite una labor pedagógica hacia las mismas instituciones dedicadas al arte en general".

En el 2002 sale El Sol en la Comuna 12, editado por la Corporación BIOSANAR, inicialmente se llamó "El Sol de América", luego "El Sol de la Floresta", pero al ampliarse su circulación a 13 barrios más, cambia su nombre a "El Sol". Este medio es gratuito y se edita mensualmente. Se sostiene con pauta de tiendas y accediendo a otros recursos, como los de presupuesto participativo. Se involucran en procesos comunitarios gestando alianzas y procesos institucionales que facilitan la información y el apoyo del programa participativo. Señalan que una posible amenaza del medio sería la confrontación ideológica política y religiosa, opuesta al libre pensamiento de "El Sol".

El Nororiental, surge en noviembre del 2002. Es un medio impreso impulsado por Oscar Piedrahita Echeverri, egresado de la Facultad de Comunicación Social de la UPB, quien desde su época de estudiante, tuvo en mente crear un medio impreso para el barrio Manrique Central. El medio cubre, aproximadamente 45 barrios. Es redactado por estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la U de A, quienes viven en los mismos barrios de la zona. Es un periódico que posee las secciones tradicionales: editorial, opinión (secciones que escriben los mismos líderes comunitarios), deporte, educación, cultura, generalidades, judiciales, sociales (gratuitas), clasificados (gratuitos), entretenimiento, Dios nos habla, etc. La amenaza que visualiza este periódico es “que los grandes medios tengan la idea de editar un medio, gratuito, para el sector y que la pauta oficial se restrinja”. La fortaleza de este medio es su “gran aceptación” por parte de la comunidad.

En el 2002, también surge Ciudad Mota. Periódico que circula en el Barrio la Mota. El medio nace de la necesidad de la comunidad de conocer de forma más profunda el sector donde habitan, su entorno y todos los elementos que allí se pueden encontrar. El impulsor de este proyecto fue Víctor Andrés Álvarez Comunicador y Relacionista Corporativo de la Universidad de Medellín. Desde entonces, ha procurado convertirlo en un medio más profesional que contribuya con el mejoramiento de la convivencia, logrando generar mayor sentido de pertenencia por parte de los habitantes.

Ciudad Mota ha contemplado desde su inicio aspectos administrativos, financieros y de mercadeo, lo que le ha permitido solidez y ser una empresa de carácter comunitario. La fortaleza de este medio es el equipo de trabajo, compuesto por profesionales de la comunicación, el conocimiento y sentido de pertenencia de todos los integrantes, así como el apoyo por parte de entidades y personas representativas de la comunidad como: párroco, comandante de la policía, comerciantes y administradores de unidades. La amenaza y debilidad es la falta de recursos técnicos y humanos y la complejidad del mercadeo.

“Ciudad Mota ha contribuido al desarrollo social de la zona con información periodística oportuna, responsable y veraz. El periódico ha sido un puente entre la comunidad y el gobierno Municipal para solución de problemas que afectan a la zona”.

En este mismo año, 2002, la Corporación Simón Bolívar impulsa el proyecto Construyendo Realidades, programa televisivo en formato magazín con el objetivo de aportar a la identidad barrial y dar a conocer el quehacer de la Corporación y la dinámica de la zona y

la ciudad. En el 2004, el proyecto se vincula, a la producción de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Popular, grupo de televisión, de la misma Corporación. Las debilidades que presentan son la falta de recursos económicos y la carencia de un equipo de trabajo de tiempo completo que pueda dedicarse a la producción.

En septiembre del 2003 nace la Revista Historias Contadas, bajo la dirección de Carlos López Castro. Editor desde 1992 hasta el 2002 de la “Revista de Interés” de la que se publicaron 73 números y circuló en 10 Municipios del suroeste de Antioquia. De esta revista queda un buen legado en las bibliotecas de los municipios. Esta experiencia le sirvió a López para aprender a realizar medios comunitarios de comunicación y cultura. Con “Historia Contadas” busca rescatar la memoria oral de los adultos mayores, además de destacar el patrimonio arquitectónico e histórico, por lo que con la revista se obsequia una foto antigua de la ciudad. A corto y mediano plazo, la revista tiende a ampliar su circulación a más barrios, de igual forma, realizar investigación periodística e histórica.

[Debilidad] “La parte financiera que se debe fortalecer, el tiempo que se debe dedicar a la búsqueda de financiación”.

Este mismo año se hace pública la Web Carlos E, ante la necesidad de comunicar a los vecinos acerca de los avances en la “acción popular” interpuesta por la comunidad, en defensa de un espacio público de la ciudad. Este medio busca potenciarse con información diversa. Tienen como visión “lanzar un periódico que integre toda la comunidad y que no dependa de conectividad virtual”.

Noti-Aures- de la Corporación Pintando El Cielo Con Estrellas, surge también en el 2003. Señalan sus creadores que “este medio nace por la necesidad de ver una luz”. La gente necesita la fuente de comunicación para informar de los sucesos y eventos de la comunidad. Su mayor debilidad la falta de recursos para hacer lo que les gusta y lo que la comunidad requiere.

Este mismo año, 2003, se constituye el periódico Signos Desde la Trece después de que un grupo de 7 jóvenes de la comuna 13, participaran en talleres de sensibilización sobre comunicación. De allí nace la idea de conformar el grupo Kinésica y la de elaborar un medio alternativo juvenil. El grupo ha asistido a talleres de fotografía, prensa y otros que han ayudado al desarrollo del medio. Participan también en proyectos realizados por la Red Juvenil. Este grupo fue distinguido con el premio Juventud COMFAMA en la categoría de mejor medio escrito alternativo. Su fortaleza es la estructura organizativa definida, la continuidad en las ediciones del periódico, el reconocimiento de la comunidad y los conocimientos adquiridos

por los integrantes del grupo en la realización del medio. Su mayor debilidad “no contar con apoyo económico y su amenaza no persistir en la continuidad de las ediciones”.

W3. Redjuvenil.org surge en el 2003. Esta página Web “nace como propuesta comunicativa encaminada a difundir políticas antimilitaristas, la objeción de conciencia al servicio militar, la no violencia y la difusión de los grupos académicos de formación política, encaminados a la búsqueda de la paz”. Su fortaleza “la difusión eficaz de la propuesta y la metodología política a la que se acude”, además del fácil acceso para la población juvenil entre la que difunde el medio. Su amenaza es la eventual falta de presupuesto para sostener el medio, sus fuentes de financiamiento provienen de la cooperación internacional.

En el 2004 nace en Aranjuez la Radio Revista Alzate Avendaño. Su fortaleza es el “excelente grupo de muchachos y muchachas, además, la existencia previa del periódico escolar”. El equipo de producción de la radio revista se interesa por indagar y consultar actividades de conocimiento y actualidad. En el futuro se piensa contar con un equipo de trabajo organizado para consultar e investigar sobre temas de actualidad para los estudiantes, y transmitirlos de manera dinámica por la emisora.

“El medio se utiliza para colocar música del gusto de los muchachos y muchas veces predomina el reggaeton. El equipo de sonido es utilizado básicamente en el tiempo de los descansos y en actos cívicos”.

Este mismo año surge El Común, medio creado por la Junta de Acción Comunal del Barrio Simón Bolívar, después de que recibiera su personería jurídica. Se han publicado 5 ediciones, 4 con recursos propios generados por la pauta publicitaria y dos con eventos realizados con los habitantes del barrio.

“Esperamos el fortalecimiento del medio con el apoyo económico anunciado por la Administración Municipal”. Las oportunidades: “las aprovechamos con actitud mental positiva. Las amenazas: “La venceremos”. La fortaleza: “El espíritu de servicio de la personas que activamos el medio”.

El 2005 fue un año propicio para el surgimiento de medios alternativo en la ciudad de Medellín, entre ellos: La Ventana de Santa Mónica, que se editó por primera vez en noviembre. Este medio fue incluido en el programa de planeación y presupuesto participativo por la Junta Administradora Local. Desde el 2000 la Junta Administradora Local editaba el “Boletín Cívico de Santa Mónica 2”, con información exclusiva de la acción comunal, “por lo que nunca tomó fuerza y no despertó el interés de la comunidad. Salió muy esporádicamente y se perdió en el tiempo. Ahora, con nuevo nombre, y nueva orientación de la información se volvió realmente comunitario y de interés para los habitantes del sector”.

[La fortaleza] “El acompañamiento de la Alcaldía, nuestra juventud, las ganas de tratar por la comunidad, la receptividad de la idea en la gente, el apoyo que nos quiere brindar la JAL y la JAC, los medios con los que contamos, la ausencia de otro medio en el sector, la formación profesional de los que integramos el equipo y la necesidad latente en la gente de estar informados de lo que pasa en el barrio”.

También en el 2005 se edita, en el sector del Popular número 2, el Periódico Nuevo Horizonte, medio informativo de la Corporación Nelson Mandela, dirigido especialmente hacia la comunidad Afrocolombiana. Se crea mediante Acta N 09 del 6 de marzo de 2005. Su objetivo “llevar información inherente al desarrollo socio-cultural, y crear a la vez tejido social y convivencia, haciendo decrecer las desigualdades sociales y la cultura del racismo”.

[Su fortaleza] “Voluntad de sus integrantes para sacar el medio y de una comunidad que espera y busca su reivindicación, respeto y reconocimiento de los Colombianos”. [Debilidad] “carencia de recursos, poca colaboración práctica del Estado y otras instituciones”.

Unión Barrial Comuna 1 - UBC1- surge también en el 2005, ante la necesidad manifestada por líderes de la Comuna 1 de contar con medios de comunicación propios. Desde allí se concibe la idea de crear una Red de comunicación que estuviera compuesta por televisión, prensa y Web. El proyecto se presenta en el Consejo Consultivo y la Asamblea en votación libre y espontánea aprueba el proyecto. La debilidad: la falta de presupuesto, “ya que no nos tuvieron en cuenta para el presupuesto del 2006. Otra debilidad la deserción de los participantes. La poca experiencia”.

El proyecto comunicativo se inicia:

“con una capacitación de conceptos básicos de comunicación (20 horas) y de prensa (30 horas), dictadas por las corporaciones contexto y convivamos. El proyecto se llama “comunicación y medios para el desarrollo de la comuna 1” y es avalado por la Alcaldía de Medellín, por medio del Presupuesto participativo (PP). El apoyo es hasta sacar las primeras 2 ediciones del periódico y de ahí formar un comité de comunicaciones y buscar presupuesto”.

Producciones la 1, nace también como proyecto en el 2005. La debilidad: la falta de recursos económicos y técnicos para continuar con la realización de documentales.

El Periódico La Tuerca, se edita también este año, ante la necesidad del Barrio Naranjal de “proyectarse a instituciones estatales y “ser escuchados”. La amenaza de este medio es la “financiación gota a gota que se debe hacer ante las instituciones estatales”.

La Esquina, en el barrio Danubio, es otro medio que surge en el 2005. “El periódico nace como respuesta a la necesidad de mejorar la comunicación con los vecinos de nuestro barrio y de un concurso en la Comuna 12, para seleccionar la propuesta más creativa y auto sostenible para recibir un apoyo periodístico y publicitario”. Alter TV, se da a conocer también este año. “Es un medio que se crea por la necesidad de tener producción propia de TV en la comuna 9, buscando con ello tener un acercamiento entre los habitantes del sector, a través de los programas comunitarios, educativos y culturales”.

Otro proyecto comunicativo que surgen este año es el Boletín y página Web de la Corporación Convivamos los cuales se financian mediante presupuesto participativo de la Comuna 1. La fortaleza de estos proyectos es que cuentan con el apoyo del Consejo Comunal, la financiación por presupuesto participativo y la vinculación de un amplio grupo de jóvenes capacitados. La debilidad las “bajas posibilidades de mercadeo para la autofinanciación”.

El Periódico Comunidad, surge ante la ausencia de un plan general o proyecto de desarrollo cultural en el corregimiento de San Cristóbal y por el potencial humano de la localidad, animado por crear un espacio cultural amplio. Inicialmente se creó el Colectivo Cultural Ciudadano, independiente de la administración local de San Cristóbal. Busca difundir principios de solidaridad, asociatividad y libertad.

[La amenaza] “La presión de la ciudad por ruralidad del corregimiento. Intolerancia de funcionarios públicos, presencia activa de AUC. Poca colaboración del sector pedagógico, la falta de recursos tecnológicos. [Oportunidad] Patrimonio cultural local, claridad hacia donde va el trabajo cultural, innovación de la propuesta, gran número de población juvenil sin perspectivas actuales”.

Comité Medios de Comunicación- José Antonio Galán, esta es una iniciativa del docente Wilson A. Ospina de la I.E José Antonio Galán de Aranjuez. El comité empezó a funcionar en abril del 2005, después de aprobado el proyecto. Desde allí se han desarrollado actividades con el fin de impulsarlo.

“Se comenzó trabajando la emisora en horas de la tarde, y después, también en la mañana, se trabajó en la edición del periódico estudiantil, cuando se consiguió el video- proyector cogimos gran prestigio y, últimamente, desarrollamos nuestro periódico virtual”.

W.J.P Comunicaciones - Corporación SOS por Colombia. Esta experiencia surge en el 2006, ante la poca producción de televisión en la Comuna 4. Sus integrantes cuentan con la experiencia de trabajo en – Segovisión- otro medio de comunicación. W.J.P Comunicaciones se ha sostenido con la ayuda del Centro de Apoyo y servicios de la Comuna y la Corporación SOS por Colombia.

Conclusiones

Los medios alternativos de comunicación no se constituyen exclusivamente en emisores de mensajes, sino en herramienta importante para la generación de tejido social. Desde esta perspectiva 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.

La comunicación alternativa es la herramienta básica 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 puede trabajar cualquier información de actualidad desde la perspectiva que interesa a los miembros de la comunidad que participan en ella. Puede usarse para ampliar información que no es lo suficientemente desarrollada en los medios masivos, o para propiciar debates y discusiones en la comunidad que permitan a todos comprender mejor lo que suceda en ella misma, en el país o en el mundo.

También puede usarse como herramienta educativa, de capacitación, y para divulgar información diaria que no tiene cabida en otros medios de comunicación y que, sin embargo, es útil para toda la comunidad. Sirve para la generación de campañas de prevención, sensibilización y acción frente a problemas particulares. 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, haciéndola más democrática.

La comunicación alternativa surge entonces como iniciativa entre los miembros de la comunidad para su propio beneficio pues los medios son de fácil acceso y participación para todos. La colectividad participa en su construcción y mantenimiento y se ve reflejada en ellos. Por eso se dice que cuando los medios son utilizados de la manera adecuada, con buenos criterios de información y teniendo en cuenta siempre a toda la comunidad, la comunicación alternativa puede ser, incluso, mucho más efectiva que la de los medios de información masivos.

En el 2006 Medellín contaba con 137 medios alternativos. El mayor número de medios los presenta la Comuna 10 que comprende el Centro de Medellín y sectores aledaños tales como San Diego, Boston, Prado, etc. Allí se registran 24 medios.

Hay una presencia diferenciada del número de medios que actúan en Medellín y sus corregimientos. Esta situación se presenta presumiblemente por varios aspectos entre ellos: el desarrollo comercial y de servicios de la comuna, caso de la 10. Presencia consolidada de organizaciones sociales y culturales, caso de comuna 5, Castilla. El impulso mediante el presupuesto participativo y apoyo de la comunidad, caso comuna 1, 10, 12, 15. Las comunas 1, 2, 3 y 4 al igual que los corregimientos presentan menor desarrollo en cuanto a presencia de medios alternativos y consolidación de estos, en relación con las comunas 11,12, 13, 14, 15.

La segunda comuna con mayor presencia de medios es la 5 con 18 medios. En tercer lugar se ubica la Comuna 11 con 10 medios respectivamente. La Comuna 15 ocupa el cuarto lugar con la presencia de 9 medios alternativos. El quinto lugar lo ocupa la Comuna 1, 4, 12 y 16 con la presencia, cada una, de 8 medios alternativos. El séptimo lugar con la presencia de 6 medios, lo ocupa el sector del poblado, comuna 14. El octavo lugar con 5 medios cada una, lo ocupan la Comunas 3, 7, 9 y 80.

El décimo lugar lo ocupan la Comunas 8, Villa Hermosa y sector de los Mangos que registra 3 medios, es de aclarar que dos de ellos son solo proyectos: el periódico Ecos, el proyecto de Web www.Coldivsal.8m.Com. En decimoprimer lugar está la Comuna 90 con dos medios alternativos. En Santa Elena los proyectos de periódico Viviendo en Santa Elena y la Web <http://www.santaelena.ws/> de la Corporación Siete Cueros.

Las Comunas 2, 6 y 70 se ubican en el lugar decimosegundo, no hay medios constituidos, solo se registra proyectos de estos. El lugar decimotercero lo ocupa la comuna 50, donde se ubica las Veredas El Frisol, La Potrera, La Suiza, entre otras, lugar donde no se registran medios ni proyecto de estos.

Bibliografía

Alcaldía de Medellín, Secretaria de Gobierno Municipal- Unidad de Convivencia Ciudadana. Boletín mensual Internet. 2005.

Alfaro, Rosa María. Comunicación y Violencia: nuevas sensibilidades y certezas. Conferencia en Seminario BID, Mayo 13 de 1998.

Banco Interamericano de Desarrollo, Instituto Interamericano para el Desarrollo Social (Indes)- “Diseño y gerencia de políticas y programas sociales, agosto, 2000.

Benedicto, Jorge. La Construcción Comunitaria del Espacio Público, Revista Foro, N 45. Septiembre 2002.

Conferencia Ana María Cano. Directora “la Hoja”. Diciembre 12-2005. COMFAMA.

Conferencia Omar Rincón (2005). “Televisión pública y medios locales” Proyecto Convite.

Diagnóstico de los Medios Alternativos y Comunitarios de Medellín (2005-2006). Alcaldía de Medellín- COMFAMA.

Encuentro Distrital de Comunicación Comunitaria. Enrédate en Procesos de Comunicación. 12 y 13 de Diciembre- 2005. Bogotá. Colombia.

Garay, Luis Jorge. La exclusión social en la sociedad colombiana. Bogotá: Contraloría General de la República, 2002.

La comunicación social como promotora de la convivencia ciudadana (1998) Programa de convivencia ciudadana de la Alcaldía de Medellín. Alfaro Rosa María. Comunicación y violencia, nuevas sensibilidades y certezas. Conferencia en Seminario BID. Mayo 13.

Plan de Desarrollo Municipal: Medellín 1995-1997; 1998-2000 y 2004-2007.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Edición Mundial, Prensa. 2003.

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.

Reguillo, Rossana. La Relación entre Ciudadanía y Comunicación. Revista Foro, No 45, septiembre 2002.

Notas

[1] El estudio se llevó a cabo en el 2006, durante la Alcaldía del Doctor Segio Fajardo Valderrama, actualmente Gobernador de Antioquia.

La consultoría estuvo a cargo de COMFAMA bajo la dirección de su Directora María Inés Restrepo de Arango. El diagnóstico estuvo a cargo de la investigadora Mónica Valle F. y la ejecución de las fases de capacitación a cargo de Luis Carlos Hincapié Muñoz.

Para citar este artículo:

Valle Flórez, Mónica María (2012). MEDIOS ALTERNATIVOS DE MEDELLIN [1]: Recuento Histórico (1987-2006). *Revista Virtual Luciérnaga*, Año 4, N7. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2017-1557. Págs. 36-46.