






Universitat Autònoma de Barcelona

LA INFORMACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS LOCALES EN LOS MEDIOS REGIONALES. COLOMBIA, REGIÓN CARIBE

JOHANNA MARÍA MUÑOZ LALINDE

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DOCTORADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

**LA INFORMACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS LOCALES EN
LOS MEDIOS REGIONALES. COLOMBIA, REGIÓN CARIBE**

Tesis doctoral presentada por:

JOHANNA MARÍA MUÑOZ LALINDE

Dirigida por:

DR. PEDRO MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS

BELLATERRA, JULIO DE 2019

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DOCTORADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

TESIS DOCTORAL

**LA INFORMACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS LOCALES EN
LOS MEDIOS REGIONALES. COLOMBIA, REGIÓN CARIBE**

Presentada por:

JOHANNA MARÍA MUÑOZ LALINDE

Con el visto bueno del director:

DR. PEDRO MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS

BELLATERRA, JULIO DE 2019

DEDICATORIA

A Dios, a mi esposo y a mi madre.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, el gran ayudador, a mi madre y a mi esposo, que me brindaron durante todo este proceso su apoyo y comprensión. También al profesor Pedro Manuel Molina Rodríguez- Navas, porque – de principio a fin- fue una guía para el desarrollo de esta investigación. Por supuesto, a Carlos Andrés Martínez, quien en 2015 me incitó a empezar mi doctorado, porque consideraba que le daría un plus a mi hoja de vida, que para aquella época solo tenía un listado de experiencias en periodismo que él consideraba debía aprovechar para mi investigación. A mi tía Gina, porque siempre me ha brindado una mano con mis estudios.

A la Universidad del Norte por apoyarme en esta última etapa y a todos aquellos que directa o indirectamente me ayudaron a terminar esta etapa. Si me pongo a construir un listado de todas las personas que me dieron su mano podría incurrir en un gran error, al momento de olvidar a alguno de ellos.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1. OBJETO DE ESTUDIO	8
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.3. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN COLOMBIA	18
1.4. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN LA REGIÓN CARIBE	22
1.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ÉLITES POLÍTICAS Y ECONÓMICAS EN LA REGIÓN CARIBE	37
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	44
2.1. OBJETIVOS.....	44
2.1.1. Objetivo General	44
2.1.2. Objetivos Específicos	45
2.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	45
3. MARCO TEÓRICO	47
3.1. COMUNICACIÓN Y PODER.....	47
3.1.1. Primeras investigaciones en Europa y Estados Unidos.....	47
3.1.2. Comunicación, Poder y Política desde América Latina	52
3.2. AUTORITARISMO SUBNACIONAL	59
3.3. TRANSPARENCIA, DEMOCRACIA Y PERIODISMO LOCAL	64
4. DEFINICIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	72
5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	73
5.1. ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA INFOPARTICIPA AL CASO COLOMBIANO.....	74
5.2. ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS MEDIOS	110

5.3. ENTREVISTAS	122
6. DISEÑO DE LA MUESTRA O CORPUS DE INVESTIGACIÓN	126
7.1. HIPÓTESIS	135
8. RESULTADOS	136
8.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LAS WEBS DE LAS ALCALDÍAS DE BARRANQUILLA, SANTA MARTA Y CARTAGENA	136
8.2. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS COMUNICADOS DE LAS ALCALDÍAS DE BARRANQUILLA, SANTA MARTA Y CARTAGENA	139
8.2.1. Alcaldía de Barranquilla	141
8.2.2. Alcaldía de Santa Marta	147
8.2.3. Alcaldía de Cartagena	153
8.2.4. Los otros elementos que acompañan los comunicados	159
8.2.5. Tablas comparativas entre alcaldías	168
8.3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS PERIÓDICOS DE BARRANQUILLA, SANTA MARTA Y CARTAGENA	177
8.3.1. El Heraldó	177
8.3.2. La Libertad	190
8.3.3. El Universal	203
8.3.4. Hoy diario del Magdalena	215
8.3.5. Tablas comparativas entre periódicos	229
8.3.6. Análisis similitudes entre comunicados de prensa y noticias de periódicos.....	240
8.4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS NOTICIEROS DEL CANAL TELECARIBE	253
8.4.1. CV Noticias	253
8.4.2. Televista	264
8.4.3. Las Noticias	274
8.4.4. Tablas comparativas entre noticieros	285

8.4.5. Análisis similitudes entre comunicados de prensa e informaciones de noticieros	294
8.5. ENTREVISTAS A PERIODISTAS MEDIOS PRIVADOS	301
8.5.1. Conclusiones entrevistas medios privados	364
8.6. ENTREVISTAS A JEFES DE ÁREA DE COMUNICACIÓN DE LAS ALCALDÍAS	367
8.6.1. Entrevista a Diana Acosta (secretaria de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla).....	367
8.6.2. Entrevista a Aníbal Terán (jefe de Comunicaciones de la Alcaldía de Cartagena).....	380
8.6.3. Entrevista a Eduardo Brito (jefe de la Oficina de Comunicación Estratégica de la Alcaldía de Santa Marta)	385
8.6.4. Conclusiones entrevistas a jefes de área de Comunicación de las Alcaldías.....	397
9. CONCLUSIONES.....	400
9.1. Discusión	408
10. BIBLIOGRAFÍA.....	412
11. ANEXOS.....	427

1. INTRODUCCIÓN

1.1 OBJETO DE ESTUDIO

Esta tesis estudia la información que se publica sobre las administraciones locales en la Región Caribe de Colombia, concretamente, en las tres ciudades más importantes de esa zona del país: Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. Lo anterior incluye lo que informan las alcaldías (o ayuntamientos en España) a través de sus páginas web, lo que divulgan a través de los comunicados de prensa y la información que se entrega sobre estas en los medios de comunicación privados, de mayor circulación y de mayor audiencia del Caribe colombiano.

Se estudia cómo procesan la información los periodistas de la prensa escrita y los noticieros de televisión, así como qué tipo de situaciones enfrentan estos profesionales en los medios para los que trabajan en lo que respecta a las informaciones relacionadas con las administraciones locales. Para ser más concretos, se revisa si los periodistas de las alcaldías tienen intereses en publicar la información que beneficia a las administraciones de turno, porque esto se convierte en indicador de gestión de su trabajo, y si los medios locales adoptan una posición que beneficia a los mandatarios locales, sea porque los periodistas reciben órdenes de sus superiores (propietarios de medios) o porque se convierten en colaboradores de la administración, es decir, jefaturas de prensa dentro de los medios masivos de comunicación. Todo como resultado de estrategias en el marco del Autoritarismo Subnacional o, incluso, porque existen incentivos económicos ocultos. Edward Gibson (2006), en *Autoritarismo Subnacional: estrategias territoriales de control político en regímenes democráticos*, expone que las élites políticas locales (sean autoritarias o democráticas) en un país democrático o en proceso de democratización nacional se valen de estrategias territoriales para preservar el Autoritarismo Subnacional con el fin de lograr la maximización de tres valores:

“(…) control, autonomía y poder o influencia – esto es, control sobre actores políticos en la provincia, autonomía de influencias nacionales, y poder sobre líderes políticos nacionales. Estos son valores defendidos por las élites periféricas en el poder, en cualquier contexto de relaciones centro-periferia (…)” (Gibson, 2006: 214).

Es indispensable señalar que la situación afecta a los profesionales que manejan las áreas de prensa de las alcaldías, para el caso de Colombia. Para estudiarlo se han realizado una serie de entrevistas a periodistas de distintos medios y a los que lideran las oficinas de comunicación de las alcaldías de las ciudades analizadas.

Investigaciones anteriores ya habían indicado que las administraciones locales no se comportan como fuentes de información transparentes, sino que tienden a inclinarse hacia intereses partidistas o personalistas, situación que termina por enlodar el debate público, lo que supone un fortalecimiento de los convenios con que los políticos favorecen a determinados medios de comunicación (Moreno, Molina, Corcoy, 2013: 506).

Es importante mencionar que la investigación se aplica en las ciudades citadas por cuanto son las más importantes de Colombia y con mayor número de habitantes en la Región, mientras que los periódicos que se estudian son los de mayor circulación en la Región Caribe. De igual forma, se analiza el contenido de los tres noticieros (telediarios), que se emiten en el canal regional Telecaribe – con sede en Barranquilla (capital del departamento del Atlántico)- y que llegan a la población de esta zona del país. Este canal es el segundo con mayor audiencia en la Costa Caribe, después del nacional Caracol.

Todo lo anterior, teniendo en cuenta lo que dice Gibson (2006), quien asegura que los líderes de un régimen autoritario provincial buscan controlar sus fronteras, y una de sus estrategias es controlar la información que se difunde a través de los medios provinciales o locales. Esta

dinámica es producto de lo que ya anteriormente llama Autoritarismo Subnacional. El debate sobre el poder de los medios de comunicación menciona el modelo de los medios dominantes y sugiere que las organizaciones mediáticas están controladas por un pequeño grupo de poderosos intereses que, por tanto, “difunden una visión del mundo limitada e indiferenciada de acuerdo con las perspectivas de los intereses dominantes” (McQuail, 1985:123).

Diversos autores coinciden en que hay regiones en Colombia donde la democracia, como régimen político, no cumple con las mínimas condiciones para ser denominada como tal (Pino, 2017). Por consiguiente:

“De ahí la caracterización de estas regiones como “ordenes sociales autoritarios” (Camacho, 2009), “contextos totalitarios” (Wills y Rivera, 2009) o “territorios autoritarios” (Duncan, 2009), conceptos que enfatizan cómo actores ilegales o legales utilizan prácticas no democráticas para cooptar la institucionalidad democrática e impedir o restringir el ejercicio de los derechos civiles y políticos de los ciudadanos” (Pino, 2017:229).

La Región Caribe no está exenta de estas dinámicas, ya que esta termina por influir en los medios de comunicación, porque producto del Autoritarismo Subnacional se dan negociaciones implícitas entre los líderes autoritarios en la subnación y los dueños de medios de comunicación, lo que impacta en la calidad de la información que se difunde. Todo esto da lugar a que se genera autocensura en los periodistas locales y desinformación de la audiencia sobre la realidad local.

Es posible decir, entonces, que la influencia del Autoritarismo Subnacional hace que la información de los medios públicos y privados sea de poca calidad y, a su vez, vuelve a la audiencia pasiva, que termina por estar desinformada frente a temas trascendentales para los

ciudadanos. Esto da lugar a que los medios de comunicación pierdan esa labor social de informar verazmente a su público.

La investigación está dada en una época de la historia en que la tecnología ha permeado todos los campos, ya que ahora una mayor proporción de nuestra comunicación y de nuestro contacto con los demás y con el entorno se hace por medio de la tecnología, aunque de forma individual y privada (McQuail, 2011: 117) y las administraciones locales también se han visto en la obligación de hacer uso de todos los mecanismos que la tecnología le permite para poder conversar con los ciudadanos (página web, correo electrónico, redes sociales) (Pina, Torres & Royo, 2007; Gandía, Marrahí & Huguet, 2016; Cameron, 2004; Bertot, Jaeger and Grimes, 2012). Sin embargo, el Periodismo sigue siendo fundamental porque una prensa libre e independiente da lugar a la libertad en la formación de opinión y de voluntad, lo que a su vez es “garantía de desarrollo y la preservación de la democracia” (Dovifat, 1960:164).

El gran problema es que los periodistas tienen que tratar con personas a las que les interesa o impacta lo que ellos informan y cómo lo informan. Es frecuente que esas personas intenten, ya sea con sobornos, ofertas de trabajo, entre otras maniobras, influir en la actividad de los periodistas y en la información que difunden (Swain, 1983:31).

Es preciso lograr ajustes que permitan que los ciudadanos tengan acceso a la información transparente, completa e inteligible sobre los mandatarios locales y cómo gestionan sus recursos (Moreno, Molina, y Corcoy, 2013: 505), también abrir una página de reflexión para que los medios de comunicación y los periodistas locales revisen cómo están procesando y difundiendo la información que procede de las alcaldías y cómo se pueden mejorar sus prácticas, lo que permitirá a la ciudadanía intervenir como sujeto político en los asuntos públicos y en las decisiones de los políticos de las administraciones locales.

Por todo esto, se estudia la información que difunden las páginas web de las alcaldías de las tres ciudades citadas anteriormente sobre sus propias actuaciones. Para hacer dicha evaluación se ha tomado como base la Ley de Transparencia y la legislación de régimen municipal y de distritos de Colombia, así como la Constitución Política de Colombia, con el fin de adaptar la metodología Infoparticipa (España) al caso de Colombia.

Infoparticipa es un producto que nace del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de la Universidad Autónoma de Barcelona para revertir los efectos de un periodismo deshumanizado en su enfoque, en el que hay predominio de las instituciones, entidades y otros datos abstractos, según lo concluyen diversas investigaciones (Molina, 2015: 21-22). Infoparticipa “se plantea como una auditoría cívica de la transparencia de las administraciones públicas” (Molina, Simelio y Corcoy, 2017: 825). La metodología cuenta con 52 indicadores, con los que ya se ha evaluado la calidad y transparencia de la información que difunden las administraciones locales de España, los Consejos Comarcales y Diputaciones de Cataluña, así como los municipios de Ecuador. Para hacer la evaluación de este país también se hizo la adaptación de la metodología Infoparticipa a la reglamentación ecuatoriana.

Es una propuesta para la innovación del periodismo, que tiene como propósito facilitar la participación ciudadana en el seguimiento y la evaluación de la actuación de los líderes políticos y las políticas públicas (Moreno et al., 2013: 505).

La metodología Infoparticipa Colombia, que se ha diseñado en este trabajo, está compuesta por 39 indicadores que evalúan la transparencia y la calidad de la información que entregan las administraciones locales a sus ciudadanos a través de sus páginas electrónicas. No solo sirve para analizar la calidad y la transparencia de la información que se difunde en las

páginas electrónicas en esas tres ciudades, sino que este procedimiento se convierte en un instrumento para analizar el contenido de todos los websites de los municipios y distritos en el país.

Para que se genere la gobernanza democrática se hace indispensable que la ciudadanía haga un acompañamiento a la gestión de sus gobernantes, y ese acompañamiento solo se logra cuando hay transparencia en la gestión, por tanto transparencia en la información pública, que se convierte en evidencia de lo que están ejecutando los gobernantes de turno. Dahl (2000) señala que la garantía de que exista un acceso a la información pública es una condición importante para que se dé la democracia, porque los ciudadanos bien informados tomarán mejores decisiones en su actuar público.

La presente investigación también analiza los comunicados de prensa, difundidos por el área encargada de las comunicaciones y la prensa en las alcaldías, y que tienen como destinatario a los periodistas locales de los medios privados de la Región Caribe. A lo que se suma el análisis de la información que difunden los periódicos de mayor circulación en la Región Caribe sobre las alcaldías de estas tres ciudades, así como también se hace un análisis de lo que difunden los tres noticieros que tiene el canal regional Telecaribe sobre estas administraciones locales.

Se finaliza el análisis con la comparación entre la información que difunden la prensa y los noticieros del canal Telecaribe en relación a los comunicados de prensa que difunden las áreas de prensa de las administraciones locales analizadas, es decir, se revisa qué tan similar o distinta es y cómo se transforma la información que llega a los ciudadanos a través de los medios tradicionales. Se entiende como medios tradicionales aquellos periódicos y noticieros

que tienen mayor tiempo de circulación y que, por tanto, tienen un reconocimiento importante en la audiencia.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La información de las administraciones públicas debe ser un elemento de conexión entre los ciudadanos y los gobernantes de turno, más que un canal para hacer propaganda política o a favor de las administraciones. El objetivo de la información pública debe ser dar una información clara que permita a la ciudadanía asumir un rol político hasta el punto de que se convierta en guardador de sus intereses.

Los ciudadanos podrán intervenir en los asuntos públicos y en las decisiones de los políticos que manejan las administraciones siempre y cuando cuenten con una información transparente, completa e inteligible sobre los políticos y cómo gestionan sus recursos (Moreno, Molina, y Corcoy, 2013: 505).

Lo anterior se suma al contexto global en el que vivimos, en el que la democracia está en crisis, porque la gente ha perdido la confianza en los políticos, es decir, se ha llegado a tal situación que los ciudadanos no se sienten representados por aquellos que están en el poder, tanto así que:

“Más de dos tercios de las personas en el planeta piensan que los políticos no los representan, que los partidos priorizan sus intereses, que los parlamentos resultantes no son representativos y que los gobiernos son corruptos” (Castells, 2017: 18).

Una de las herramientas para lograr que esa relación entre gobernantes y gobernados sea bidireccional se logra a través de la transparencia en las informaciones públicas, donde los gobernantes tienen la forma de enviar una señal clara a sus representados, es decir, cuando la

información que entregan es clara y completa, tal como lo indica la Ley de Transparencia y del Derecho al Acceso a la información pública de Colombia (1712 de 2014), que habla del Principio de la calidad de la información:

“Toda información de interés público que sea producida, gestionada y difundida por el sujeto obligado, deberá ser oportuna, objetiva, veraz, completa, reutilizable, procesable y estar disponible en formatos accesibles para los solicitantes e interesados en ella...” (Artículo 3, 2014:1).

Pero, esos sujetos obligados, es decir, todo aquel que debe entregar información pública debe generar una cultura de transparencia, tal como lo señala la misma ley, en su principio de divulgación proactiva de la información.

“El derecho de acceso a la información no radica en dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que conlleva a publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y proactiva, actualizada, accesible y comprensible...” (Artículo 3, 2014: 1)

Y en esa línea de difusión de información para la ciudadanía, los medios de comunicación privados también sirven de canal para que la información pública tenga la difusión que debiese, es decir, que llegue a los ciudadanos. Sin embargo, esos medios de comunicación que deben estar desligados de cualquier interés particular para lograr la independencia, sin convertirse en medios al servicio de las administraciones públicas. Esos nexos están determinados por razones económicas y políticas. En el caso particular del Caribe colombiano, los periódicos tradicionales son de propiedad de familias de la élite de la Región o vinculadas con la política por mucho tiempo. En otros casos son de propiedad de

familias que tienen negocios en otros sectores de la economía. Los noticieros de televisión del canal regional Telecaribe también están permeados por esas dinámicas y en el caso de algunas emisoras se producen situaciones similares.

Lo anterior lo explica muy bien el Autoritarismo Subnacional, que según Wayne Cornelius y Edward Gibson (Cornelius, 1999; Gibson, 2005), citados por Jacqueline Behrend (2011), es una categoría que ha sido usada para describir provincias en las cuales los gobernantes ejercen control sobre la legislatura, el sistema de aplicación de la ley y los medios, por lo regular, a través de medios coercitivos.

Entonces, la presente investigación intentará no solo revisar qué tipo de información entregan las administraciones locales en la Región Caribe a los ciudadanos, sino que también pretenderá mostrar qué conexiones existen entre los medios de comunicación y los líderes en la subnación, concretamente élites y familias políticas tradicionales de esta zona del país, que en algunas ocasiones tienen participación accionaria en dichos medios.

Se podrán establecer las formas cómo los periodistas de las administraciones locales construyen la información que llega a los periodistas de los medios privados y cómo estos últimos la difunden a los ciudadanos. De igual forma, la investigación posibilitará conocer si se dan fenómenos de autocensura entre los periodistas de los medios de comunicación privados y tradicionales, producto de esas negociaciones implícitas entre líderes en la subnación y los medios de comunicación, así como también si se da la réplica exacta o casi exacta de las comunicaciones que emiten los periodistas de las alcaldías para conocer si la información que reciben los ciudadanos es parcializada o si el periodista se dedica a difundir tal cual la recibe de sus colegas de prensa de las alcaldías.

La presente investigación está distribuida de la siguiente forma: en primera instancia se encuentra información que permite entender la División Política Administrativa de Colombia, luego información sobre las administraciones locales de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, así como quiénes han sido sus alcaldes y cuáles están emparentados con las familias históricamente vinculadas con la política en cada ciudad. Seguidamente aparecen datos sobre medios de comunicación en la Región Caribe y los vínculos con las familias políticas de cada ciudad. Luego está el Marco Teórico, Objetivos, Preguntas de Investigación e Hipótesis. Lo anteriormente citado permitirá entender la dinámica de las administraciones locales y los medios de comunicación en las tres ciudades y cuál es el propósito de la investigación.

A continuación se describe la metodología, que está dividida en apartados:

1. Análisis de las páginas web de las administraciones locales.
2. Análisis de los comunicados y/o boletines de prensa de las administraciones locales.
3. Análisis de contenido de las notas relacionadas con las tres alcaldías y que fueron publicadas en los periódicos tradicionales más importantes de la Región Caribe.
4. Análisis de contenido de las notas relacionadas con las tres alcaldías y que fueron emitidas por los tres noticieros que tiene el canal regional Telecaribe.
5. Entrevistas a periodistas de los medios analizados.
6. Entrevistas a los encargados de las comunicaciones de las tres alcaldías analizadas.

1.3 ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN COLOMBIA

Para la realización de la presente investigación se hace necesario conocer cómo es la División Político-Administrativa de Colombia, de tal forma que sea posible entender el grado de importancia de las administraciones locales, así como quiénes son las autoridades.

Colombia está compuesta por entidades territoriales de segundo nivel denominadas departamentos y distritos, y de tercer nivel llamadas municipios y territorios indígenas. Así lo señala el IGAC¹ (Instituto Geográfico Agustín Codazzi), que menciona que la Ley también puede crear regiones y provincias como entidades territoriales. Además, existen áreas metropolitanas, comunas y corregimientos como divisiones administrativas para el cumplimiento de funciones del Estado y la prestación de servicios.

Colombia, según el IGAC, tiene seis regiones geográficas, es decir, divisiones territoriales realizadas a partir de características relacionadas con el relieve, clima, la vegetación y clases de suelo. Esas seis regiones naturales son: Amazonia, Andina, Caribe, Insular, Pacífico y Orinoquía.

La Región Caribe, importante para la presente investigación, tiene ocho departamentos: Atlántico, Bolívar, Magdalena, Córdoba, Cesar, Sucre, La Guajira, y San Andrés y Providencia. Las tres ciudades más importantes de esta zona del país son: Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, en las cuales concentraremos el presente estudio.

El país cuenta con 32 departamentos, 1.096 municipios, y siete distritos que son: Barranquilla, Santa Marta, Cartagena, Buenaventura, Bogotá, Mompox y Riohacha.

¹ Instituto Geográfico Agustín Codazzi (n.d.). División Político Administrativa. Obtenida el 23 de julio de 2015, de <https://www.igac.gov.co/es/contenido/areas-estrategicas/fronteras-y-limites-de-entidadesterritoriales>

Teniendo en cuenta la estructura de la división política administrativa, se definen las siguientes entidades territoriales: Departamento, Distrito, Municipio y Territorios indígenas.

Departamentos: son entidades territoriales con autonomía administrativa para asuntos seccionales así como para planificar y promocionar el desarrollo económico y social dentro de su territorio². “Tienen funciones administrativas, de coordinación, de complementariedad de la acción municipal, de enlace entre la Nación y los municipios” (Artículo 298 de la Constitución Política de Colombia).

Distritos: son entidades territoriales, organizadas de acuerdo con lo que contempla la Constitución Política de Colombia, y que están sujetas a un régimen especial. La Ley 1617 del 5 de febrero de 2013³ señala que:

“Sus órganos y autoridades gozan de facultades especiales diferentes a las contempladas dentro del régimen ordinario aplicable a los demás municipios del país, así como del que rige para las otras entidades territoriales establecidas dentro de la estructura político-administrativa del Estado colombiano” (artículo 2, 2013: 1).

Pero, es preciso mencionar que la misma Ley dice que los distritos:

“Ejercen las competencias que les atribuye la Constitución y la ley, conforme a los principios señalados en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, en la Ley 136 de 1994 y en las normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan” (artículo 3, 2013: 1).

² Artículo 286 y 298 de la Constitución Política de Colombia

³ Ley 1617 del 5 de febrero de 2013, por la cual se expide el Régimen para los Distritos Especiales, descargado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51601>

Municipio: es la entidad territorial fundamental de la división política-administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa⁴. En todo municipio o distrito hay un alcalde, que es el Jefe de la Administración Municipal.

Territorios indígenas: las entidades territoriales indígenas se harán, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, según lo contempla el artículo 329 de la Constitución Política de Colombia⁵ que también dice que:

“Su delimitación se hará con sujeción a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial y su delimitación se hará por el Gobierno nacional, con participación de los representantes de las comunidades indígenas, previo concepto de la Comisión de Ordenamiento Territorial” (artículo 329, 1991: 90).

1.2.1 Autoridades en el Distrito

Para la presente investigación se analizarán las informaciones que proceden de las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, tres ciudades que entran en la categoría de Distrito. Para que una entidad territorial se convierta en Distrito debe cumplir con las siguientes características: contar con por lo menos 600 mil habitantes, según reporte del Dane (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas), o que se encuentre ubicado en zona costera, tenga potencial para el desarrollo de puerto o para el turismo y la cultura, sea municipio capital del departamento o fronterizo (Ley 1617 del 5 de febrero de 2013).

⁴ Artículo 311 de la Constitución Política de Colombia y Ley 136 de 1994

⁵ Artículo 329 de la Constitución Política de Colombia, en <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/col127440.pdf>

En cuanto a las autoridades del Distrito, la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013, señala que el gobierno y la administración de esta entidad territorial está bajo el encargo de:

1. El Concejo Distrital: con atribuciones de carácter normativo y de control de la gestión de las autoridades distritales (artículo 25, 2013: 4).
2. El Alcalde Distrital: con funciones recogidas en la Constitución y en la Ley de Distritos (artículo 31, 2013: 5).
3. Los alcaldes locales: los distritos están divididos en localidades (artículo 34) y cada localidad tiene un alcalde (artículo 39, 2013: 7).
4. Las Juntas Administradoras Locales: elegidas popularmente y formadas por entre 9 y 15 (artículo 43, 2013: 8).
5. Las entidades que el Concejo, a iniciativa del Alcalde Distrital, cree y organice (artículo 4, 2013: 1).

Los colombianos eligen a sus alcaldes y gobernadores por voto popular, después de que se expidiera el Acto Legislativo del 9 de enero de 1986⁶. El 13 de marzo de 1998 se realizó la primera elección popular de alcaldes, y desde 2004 los alcaldes y gobernadores son elegidos por periodos de cuatro años. En octubre de 2015, los colombianos salieron a elegir a los alcaldes y gobernadores, que empezaron a gobernar en enero de 2016 y que terminan su periodo este año (2019). Las próximas elecciones regionales se realizarán el 27 de

⁶ Acto Legislativo del 9 de enero de 1986, extraído de <http://www.suinuriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1825330>

octubre de 2019, lo que quiere decir que esta tesis fue elaborada durante el periodo de los alcaldes actuales en cada uno de las ciudades señaladas.

1.4 ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN LA REGIÓN CARIBE

El acto legislativo del 9 de enero de 1986 reglamenta que alcaldes y gobernadores sean elegidos por voto popular. La primera elección se realizó en marzo de 1988. Desde 2004, el mandato de alcaldes (municipios/distritos) y gobernadores (departamentos) tiene una duración de cuatro años.

En este apartado aparece quiénes son las figuras que han sido elegidas como alcaldes de las tres ciudades en los últimos diez años y a qué casas o familias políticas tradicionales pertenecen. No existen muchos estudios que aborden el tema de familias políticas en la Región Caribe. En la literatura encontrada se pueden citar algunos textos como *Poderes regionales, clientelismo y Estado* (Ocampo, 2014), que intenta comprender la dinámica política en el departamento de Córdoba desde la época colonial; otros como *Familias, redes y facciones* (Gutiérrez y Ramírez, 2002), que pretende explicar cómo la familia es un elemento importante en la cohesión de los partidos políticos tradicionales en Colombia, y *Algunas notas sobre la historia del caciquismo en Colombia* (Deas, 1993).

Hay otros como *Sociedad civil y Estado: del mito a la realidad* (García, 2008), que no solo hace una radiografía histórica de la ciudad de Barranquilla, sino que también aborda el poder y la élite política en la capital del departamento del Atlántico. Otros textos se centran en la visión de Región que tiene la élite política en la Costa Caribe (Algarín y García, 2013).

También aparecen una lista de monografías, realizadas por la Misión de Observación Electoral (MOE, 2007), que hablan de la historia política de distintos departamentos del

país. Para esta tesis fueron revisadas las que corresponden a los departamentos de Atlántico, Magdalena y Bolívar.

Hay otros trabajos no menos importantes, pero más concretos como es el caso de *La Familia Char: análisis de la estructura electoral de una familia política* (Barros, 2016: 5), un estudio de caso que habla sobre cómo se transfiere el caudal político de esta familia en Barranquilla, en el periodo 2007-2014, y otros que se centran en Cartagena y hablan sobre los partidos políticos y el comportamiento electoral en Cartagena (Ruiz, 2016), así como *Caminando entre camaleones. El autoritarismo subnacional en Cartagena, Colombia* (Espinosa, 2005), que pretende conocer las trayectorias de desarrollo del régimen político de Cartagena, desde las reformas de apertura democrática y descentralización de 1986 y 1991. También se citan informaciones de portales y periódicos reconocidos en el país como La Silla Vacía⁷ porque, como lo dije anteriormente, la bibliografía no es muy extensa. Este es el único medio colombiano especializado en contenido de índole política. Fue fundado por la periodista Juanita León, salió al aire el 30 de marzo de 2009, y es el nativo digital más consultado e influyente en el país (Salaverría, 2016: 84).

Como se analizan las informaciones de las administraciones públicas de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena es clave conocer quiénes han ejercido el rol de alcalde, luego de que los ciudadanos eligieran a través del mecanismo del voto. Las ciudades citadas aparecen en la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013 (por la cual se expide el régimen para los distritos especiales) y están nombradas de la siguiente forma:

⁷ La Silla Vacía (<https://lasillavacia.com/>). Es un portal periodístico especializado en temas políticos. Fue fundado por la periodista Juanita León.

- a. Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla.**
- b. Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.**
- c. Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias.**

a. Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla

Esta es la capital del departamento del Atlántico. Es la cuarta ciudad más importante de Colombia y la primera en la Región Caribe en número de habitantes. Es un Distrito Especial, Industrial y Portuario, que contaría a la fecha con una población que asciende a 1.223.616 habitantes⁸.

Está ubicada sobre la margen occidental del Río Magdalena, a 7.5 kilómetros de su desembocadura en el Mar Caribe. Su ubicación la convierte en un puerto importante tanto marítimo como fluvial. Es un territorio con tradición exportadora, en el que se destacan las ventas al exterior de productos químicos, metalmecánica y alimentos y bebidas⁹.

En el Atlántico hay familias históricamente vinculadas con la política. En la década de los 70 aparecen los Name y los Gerlein, que surgieron para ejercer contrapeso a las familias para entonces tradicionales como lo eran los Carbonell y Pumarejo, tal como lo menciona la Monografía Política Electoral (MOE, 2007). Estas últimas familias pertenecían a líneas políticas opuestas, es decir, Partido Conservador (Carbonell) y Liberal (Pumarejo).

⁸ Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Estimaciones y proyección de población nacional, departamental y municipal total por área 1985-2020. Obtenida el 04 de febrero de 2016, de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

⁹ Probarranquilla. Ubicación Estratégica y Economía. Obtenida el 6 de mayo de 2019, de <https://www.probarranquilla.org/index.php?lang=es&opc=3&sel=1>

En la década de los 80 aparecen nombres como Fuad Char (Liberal) y otros como Efraín Cepeda (Conservador) y Bernardo Hoyos Montoya (Movimiento Ciudadano). Fuad Char es el primero de su familia que ingresa al escenario político cuando se convierte en senador de la República en 1998. En adelante, sus hijos le siguen los pasos.

Para las elecciones de 2006, su hijo, Arturo Char es elegido senador por el partido Cambio Radical, mientras que Alejandro Char gana la Alcaldía de Barranquilla en 2007, avalado por el mismo partido. Alejandro Char es reelegido para el periodo 2016-2019.

La familia Char tienen negocios en distintos sectores de la economía como son la cadena de supermercados Olímpica, el equipo de fútbol Junior y medios de comunicación como la Organización Radial Olímpica y el noticiero CV Noticias.

Otro de los apellidos que ingresan a este listado de familias tradicionalmente vinculadas con la política son los Name (de tradición Liberal). José Antonio Name Terán (fallecido) es considerado uno de las figuras liberales más importantes del Atlántico.

Logra ser senador de la República por varios periodos consecutivos entre 1982 y 2002.

José David Name Cardozo, su hijo, se convierte en el heredero del capital político de su padre, según cuenta la Monografía Político Electoral del departamento del Atlántico (2006). Los Name se deslindan de las filas del Liberalismo para adicionarse al partido de la U (Partido Social de Unidad Nacional), al cual pertenece actualmente José David Name Cardozo.

Otra familia importante son los Gerlein. Su máximo referente es Roberto Gerlein (Partido Conservador) quien fue senador de la República por más de 40 años. También ocupó otros cargos importantes como el de Gobernador del Atlántico, cuando todavía no había

elecciones populares, y embajador ante las Naciones Unidas (1973). Por el Partido Conservador (uno de los más antiguos en el país) también se debe mencionar a Efraín Cepeda, quien es elegido por primera vez como senador en 1991 y, desde ese momento, ha sido reelegido ininterrumpidamente. En Barranquilla desde que se da la elección popular de mandatarios locales, los barranquilleros han votado en 10 elecciones y Alejandro Char ha sido elegido en dos ocasiones, tal como lo muestra la siguiente tabla:

Periodo	Alcalde
1988-1989	Jaime Pumarejo Certain
1989-1990	Gustavo Certain
1990 - 1992	Miguel Bolívar Acuña
1992-1994	Bernardo Hoyos Montoya
1995 -1997	Edgar George González
1998 - 2000	Bernardo Hoyos Montoya
2001- 2003	Humberto Caiaffa Rivas
2004-2006	Guillermo Hoenisberg
2006 - 2007	Juan García Estrada (alcalde encargado durante el mandato de Hoenisberg)
2008 - 2011	Alejandro Char
2012 - 2015	Elsa Noguera
2016- 2019	Alejandro Char

Tabla 1. Alcaldes de Barranquilla elegidos por voto popular. (Fuente: elaboración propia, 2019)

Alejandro Char, quien ha sido alcalde en dos periodos, es un empresario barranquillero de uno de los grupos políticos más importantes de la Región Caribe: la familia Char.

Elsa Noguera se desempeñó en el periodo 2012-2015. Tanto Noguera como Char pertenecen al partido político Cambio Radical. Noguera es hija de Vicente Noguera Carbonell, político

conservador y quien fue también alcalde de Barranquilla (1973) cuando todavía no había elección popular de mandatarios locales. La ex alcaldesa tiene otros parientes vinculados con la escena política como es el caso de Roberto Zabaraín Manco, quien fue secretario de Obras Públicas del Atlántico en la década de los 90. También está Juan B. Fernández Renowitzky, su tío político, uno de los dueños del diario El Heraldo (medio analizado en esta tesis) y quien también fungió como Alcalde de Barranquilla en la década de los 70¹⁰, según aparece en el portal La Silla Vacía, un medio digital especializado en información sobre el poder y la política en Colombia y uno de los más consultados e influyentes en el país (Gutiérrez y García, 2016:84). Noguera es candidata a la Gobernación del Atlántico en las elecciones que se realizarán en octubre del presente año.

b. Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta

Esta es la capital del departamento de Magdalena. Su economía se basa en el turismo. Es un puerto de mucha importancia para el país y el más profundo del continente americano. Los principales productos agrícolas son: banano, café, cacao, frutales y yuca¹¹. Contaría a la fecha con una población que asciende a 491.535 habitantes¹².

Así como sucede en Barranquilla, en Santa Marta también existe un grupo de familias tradicionales vinculadas con la política. Las más representativas son:

¹⁰ Perfil de Elsa Noguera, obtenido el 26 de julio de 2018, de <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/elsa-noguera-de-la-espiella>

¹¹ Alcaldía de Santa Marta. Economía. Obtenida el 25 de diciembre de 2015, de <http://www.santamarta.gov.co/portal/index.php/conoce-santa-marta/vive-en-santa-marta/economia.html>

¹² Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Estimaciones y proyección de población nacional, departamental y municipal total por área 1985-2020. Obtenida el 04 de febrero de 2016, de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

Los Dávila: entre los representantes más importantes de este clan familiar está Rafael Pérez Dávila, quien se desempeñó como gobernador (1975) y senador (1984). Manuel Pérez, su hijo, fue concejal. José Domingo Dávila Armenta también es otra de las figuras de la familia que tuvo vínculos con la política, porque fue gobernador y representante a la Cámara.

Otra de las familias importantes es la que lleva el apellido Vives. Entre sus miembros se cuentan desde gobernadores hasta alcaldes y senadores. Para citar solo algunos: en la década de los 30, Pepe Vives (empresario bananero) es designado Gobernador por el entonces presidente Eduardo Santos. Su hermano Rodrigo Epifanio fue representante a la Cámara¹³. José Benito Vives, el hijo mayor de Pepe, tuvo 10 hijos con Rosita Lacouture Dangond. Otro hijo de Pepe, Edgardo Vives Campo, fue alcalde a principios de los 70, gobernador en los 80 y senador en tres periodos (1982-1986-1990). Repitió como alcalde en 1995 y dirigió el periódico El Informador, de propiedad de la familia. Alfonso Vives Campo, hermano de Edgardo, fue el primer alcalde elegido por voto popular en Santa Marta. Otro miembro de esta parentela es uno de los sobrinos de Pepe Vives, José Ignacio 'Nacho' Vives, quien llega a la Cámara de Representantes en 1960 y luego al Senado en 1962.

Por su parte, los Diazgranados, también grandes terratenientes, tiene como su mayor representante político a José Ignacio Diazgranados Alzamora, quien fue congresista, gobernador (1972) y Ministro de Salud (1970). Su hijo Sergio ha ocupado varios cargos que van desde concejal hasta viceministro de Desarrollo en 2008, mientras su nieto Juan Pablo Diazgranados Pinedo fue alcalde de Santa Marta en 2008.

¹³ El otoño de los Vives, tomado el 9 de mayo de 2019, de <https://www.elespectador.com/impreso/articuloimpreso-el-otono-de-los-vives>

El apellido Pinedo pertenece a otra de las familias que han tenido una fuerte presencia en la política de Santa Marta y Magdalena. Miguel Pinedo Barros fue concejal de Santa Marta en 10 ocasiones y senador (MOE, 2007). Su hijo, Miguel Pinedo Vidal, estuvo en la Cámara de Representantes por tres periodos (1974 – 1978-1982), y también fue senador (1986) y gobernador (1992).

Los Gneco también han tenido vínculos con la política a través de Hugo Gnecco Arregocés, quien fue alcalde de Santa Marta en dos periodos, sin embargo no pudo terminar ninguno de los dos por órdenes judiciales. El ex mandatario es sobrino de Lucas Gnecco, ex gobernador del Cesar, y Pepe Gnecco, ex senador.

Los Cotes también han tenido a varios de sus miembros vinculados con la política. Tal es el caso del Luis Miguel Cotes, quien fue gobernador del Magdalena (2012-2015), mientras que su tía Rosa Cotes le sucedió en el cargo (2016-2019). Francisco Zuñiga, el esposo de Rosa Cotes, fue alcalde de Santa Marta.

Los samarios han elegido en 10 ocasiones y estos han sido sus alcaldes:

Periodo	Alcalde
Alfonso Vives Campo	1988-1990
José Ignacio Vives Echeverría (Periodo 1991 fue decretado Álvaro Ordoñez Vives, por la suspensión del titular José Ignacio Vives).	1990-1991
Hugo Alberto Gnecco Arregocés (Periodo 1993 a 1994 fue decretado José Francisco Zuñiga, tras la suspensión del titular Hugo Gnecco).	1992-1994
Edgardo Vives Campo	1995-1997

Jaime Solano Jimeno	1998-2000
Hugo Alberto Gnecco Arregocés Periodo de 2003: Fernando Celis Santos fue decretado, tras la suspensión del titular Hugo Gnecco.	2001-2003
José Francisco Zuñiga Riascos	2004-2007
Juan Pablo Díaz-Granados Pinedo	2008-2011
Carlos Eduardo Caicedo Omar	2012-2015
Rafael Alejandro Martínez Durante este periodo fue encargada Jimena Abril de Angelis (noviembre de 2017), tras la suspensión del titular Rafael Martínez. Martínez dejó encargado a Adolfo Torné desde el 21 de marzo hasta el 2 mayo, por la medida de aseguramiento en contra del titular ¹⁴ .	2016-2019

Tabla 2. Alcaldes de Santa Marta elegidos por voto popular. (Fuente: elaboración propia, 2019)¹⁵

Juan Pablo Díaz Granados Pinedo (2008-2011). Este político pertenece a otra de las grandes familias referentes de la política de Santa Marta: Los Diaz Granados. Este clan familiar forjó su poder económico como grandes terratenientes al igual que los Vives (otro de los clanes tradicionales de la política en esta ciudad), que utilizaron sus tierras en las bonanzas marimbera (marihuana), el café y el banano¹⁶. Su abuelo, José Ignacio Diaz Granados, fue congresista por varios periodos y presidente del Senado en 1980, también fue gobernador y

¹⁵ La tabla es de elaboración propia, con información del blog *Historias del Magdalena de Raúl Ospino Rangel*, obtenida el 9 de mayo de 2019. <http://historiasdelmagdalena.blogspot.com/2017/06/alcaldes-elegidos-por-voto-popular-en.html>

¹⁶ Misión de Observación Electoral (MOE). Monografía Político Electoral del Magdalena 1997-2007, obtenida el 30 de julio de 2018, de https://moe.org.co/home/doc/moe_mre/CD/PDF/magdalena.pdf

Ministro de Salud. Otros en esta familia como Sergio Díaz Granados también han desempeñado cargos públicos como el de concejal y diputado.

Carlos Caicedo Omar (2012-2015). Comenzó su carrera como político en los movimientos ¡A Luchar! y la Séptima Papeleta. Es recordado por su gestión como Rector en la Universidad del Magdalena (la institución pública de Educación Superior del Departamento), que pasó de ser una de las más ineficientes a convertirse en una de las mejores del país¹⁷. El rol que jugó en la Universidad lo permitió convertirse en una figura con mucho potencial para la política. Datos entregados por fuentes cercanas a la administración local de esa ciudad aseguran que Carlos Caicedo fue encargado en la Rectoría por el ex gobernador del Magdalena Jorge Caballero y luego Juan Carlos Vives lo nombra en propiedad. Es importante mencionar que este último pertenece a la familia Vives, una de las tradicionales de la política de Santa Marta.

Rafael Martínez (2016-2019). Pertenece al movimiento ciudadano Fuerza Ciudadana, creado por el alcalde Carlos Caicedo Omar. Se le conoce por haber trabajado con Caicedo, en la época en la que este último era Rector de la Universidad del Magdalena. En esa institución, Martínez ocupó los cargos de dirigente estudiantil, coordinador académico y también fue decano de la facultad de Ciencias Empresariales y Económicas¹⁸. También asumió el rol de Jefe de Campaña cuando Caicedo lanzó su candidatura en las elecciones de 2011.

a. Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias

¹⁷ Perfil Carlos Caicedo Omar, obtenida el 30 de julio de 2018, de <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/carlos-caicedo-omar>

¹⁸ Perfil Rafael Alejandro Martínez, obtenido el 31 de julio de 2018, de <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/rafael-alejandro-martinez>

Capital del departamento de Bolívar, es la primera ciudad industrial de la Región Caribe y el primer exportador y productor de petroquímicos del país. La capital del departamento de Bolívar cuenta con la infraestructura portuaria más eficiente del país y la cuarta más importante de América Latina. Es el puerto que más mueve contenedores¹⁹. Contaría a la fecha con una población que asciende a 1.013.389 habitantes²⁰.

Cartagena tiene una situación particular en cuanto a las familias políticas como al periodo de duración de sus acaldes, tal como se explicará en este apartado. Antes de las elecciones populares, en Cartagena había un grupo de familias tradicionales que tenían una fuerte presencia en la escena política, porque tenían buenas relaciones con las élites Liberal y Conservador, del centro, y eso daba lugar a que las designaciones de los alcaldes se distribuían entre las familias liberales y conservadoras de la ciudad, entre las que se pueden destacar Los Román, Los Emiliani y otros apellidos tradicionales. Sin embargo, luego de las elecciones populares se empiezan a dar otras dinámicas en la ciudad y es así como aparecen una serie de grupos económicos, sociales y políticos, que proceden de Bolívar grande (Córdoba, Sucre y Bolívar), y también una serie de figuras que terminan por desplazar a las familias tradicionales. A continuación se mencionan esos nuevos grupos:

La casa política García Romero es quizá la más antigua y con más poder en Bolívar y, por supuesto, en Cartagena. Los García son originarios de Ovejas (departamento de Sucre), y los Romero, del Carmen de Bolívar. Gabriel García Taboada es la primera figura de este clan

¹⁹ Procolombia. Oportunidades de inversión en Cartagena –Bolívar. Obtenida el 25 de diciembre de 2015, de <http://www.inviertaencolombia.com.co/informacion-regional/cartagena.html>

²⁰ Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Estimaciones y proyección de población nacional, departamental y municipal total por área 1985-2020. Obtenida el 04 de febrero de 2016, de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

familiar. Sus hijos son: Juan José García, Álvaro ‘el gordo’ García y Héctor Tico García. Juan José García y Álvaro, que han sido senadores, son cabezas de este clan familiar y ambos han tenido líos con la justicia²¹. Juan José García, quien fue senador, es esposo de Piedad Zucardi, otra política importante del departamento de Bolívar. Por su parte, Gabriel García (sobrino de García Taboada) fue alcalde de Cartagena en el periodo 1992-1994.

Informaciones entregadas por académicos dan cuenta que la historia del clan García empieza con la historia del tabaco en la región de Montes de María, zona ubicada entre los departamentos de Sucre y Bolívar. Esta familia era empresaria y comerciante de este producto antes de ingresar a la escena política.

Los cambios en las reglas electorales, a razón de la Constitución de 1991, y los efectos del proceso 8.000²² y de otros procesos judiciales, cumplieron un rol importante en el que el dinero se volvió sinónimo de votos²³. A partir de ese momento aparecen figuras como Alfonso ‘El Turco’ Hilsaca y Enilce López, ‘La Gata’, que empiezan a tener un papel clave en la política del departamento de Bolívar y, por tanto, de Cartagena.

Enilce López es una reconocida empresaria del chance (juegos de azar) en la Región Caribe, que tuvo fuerte presencia empresarial en Bolívar y Cartagena. Sin embargo, medios

²¹ La tenaza de los García Romero, obtenido el 14 de septiembre de 2018, de <https://www.semana.com/nacion/articulo/la-tenaza-garcia-romero/329344-3>

²² Revista Semana. El Proceso 8000, obtenido el 2 de agosto de 2018, de <https://www.semana.com/especiales/articulo/el-proceso-8000/32798-3>

²³ Misión de Observación Electoral. Monografía Político Electoral Departamento de Bolívar 1997 a 2007, obtenida el 2 de agosto de 2018, de https://moe.org.co/home/doc/moe_mre/CD/PDF/bolivar.pdf

especializados en política nacional como lo es la Silla Vacía²⁴ señalan que López ya no tiene negocios en Cartagena y que su nombre ha perdido prestigio, luego de que fuera condenada por homicidio. Aunque todo parece indicar que el movimiento que lidera pone votos y tiene cuotas y cargos públicos²⁵.

Alfonso ‘El Turco’ Hilsaca²⁶, un contratista del Estado en el departamento de Bolívar y otro de los financistas importantes, pues apoyó a varios políticos con el fin de mantener su capital económico y cuotas políticas. Así lo asegura la MOE (2007), en el documento Monografía Político Electoral del Departamento de Bolívar, cuando señala que:

“El alcalde que más comprometió su administración con Hilsaca fue Alberto Barboza Senior, elegido alcalde de Cartagena en el año 2003. Barboza adquirió el compromiso, que efectivamente cumplió, de otorgar la licencia y la concesión del relleno sanitario de Cartagena a Construcciones Hilsaca, empresa de ‘El Turco’” (MOE, 2007: 95).

Existen otras figuras públicas, al igual que Alfonso Hilsaca y Enilce López, entran en la categoría de financistas políticos – según indicó un académico que ha estudiado el tema y pidió no develar su identidad- entre los que también se pueden citar a Javier Cáceres (ex Senador), quien fue destituido e inhabilitado por presuntos grupos paramilitares.

²⁴ La Silla Vacía. Medio especializado en contenido político en Colombia. Se ha convertido en referente de análisis sobre temas políticos

²⁵ Los súper poderosos de Bolívar. Obtenido el 2 de agosto de 2018, de <http://lasillavacia.com/historia/lossuper-poderosos-de-bolivar-50510>

²⁶ La sombra del ‘Turco’, obtenido el 2 de agosto de 2018, de <https://www.semana.com/nacion/articulo/lasombra-del-turco/74532-3>

Una de las familias tradicionales de la política en Cartagena y que sigue teniendo un rol importante son los Araújo. Entre sus miembros se pueden citar: Alberto Araújo Merlano (fallecido), quien fue el primero en insertarse a la política por este clan familiar. Su hijo Fernando Araújo Perdomo fue canciller de Colombia, mientras Fernando Nicolás Araújo Rumie (hijo del anterior) es actual senador por el partido Centro Democrático. Esta familia es propietaria del diario El Universal, el más tradicional y con mayor influencia en el departamento de Bolívar, que está bajo la dirección de Gerardo Araújo Perdomo, hermano del ex Canciller. También tienen participación accionaria en la inmobiliaria Araújo & Segovia, y en los hoteles Capilla del Mar y Las Américas, así como en el Centro de Convenciones del hotel Las Américas, tal como lo cita el informe *Los súper poderosos de Bolívar*²⁷, de La Silla Vacía.

Aunque los periodos de los alcaldes deberían tener una duración de cuatro años, en Cartagena esa regla no se ha cumplido en la última década (2008-2018). Este Distrito Especial ha tenido unos 11 alcaldes en los últimos diez años²⁸, sin embargo, según datos entregados por académicos consultados, ese número sería mayor porque durante el mandato de Campo Elías Terán se dieron encargos hasta de días, a razón de un cáncer de pulmón que padecía el entonces mandatario y su posterior suspensión²⁹. Para el caso de esta tesis solo se nombrarán los mandatarios que tuvieron una presencia relevante:

²⁷ Los súper poderosos de Bolívar es un informe periodístico, publicado el 8 de junio de 2015 en el portal La Silla Vacía, <https://lasillavacia.com/historia/los-super-poderosos-de-bolivar-50510>

²⁸ La crisis de gobernabilidad en Cartagena, en <https://www.razonpublica.com/index.php/regiones-temas->

²⁹ Fallan a favor del difunto Campo Elías proceso por el cual lo suspendieron, en <https://www.eluniversal.com.co/cartagena/fallan-favor-del-difunto-campo-elias-proceso-por-el-cual-losuspendieron-203590-GTEU305102>

1. Judith Pinedo Flórez (2008-2011)
2. Campo Elías Terán (2012-2015)
3. Felipe Merlano. Se desempeñaba como Secretario General y asumió como alcalde encargado en el periodo de Campo Elías Terán.
4. Oscar Brieva. También se desempeñó como alcalde encargado durante el mandato de Campo Elías Terán.
5. Bruce Mc Master: encargado por el presidente Juan Manuel Santos en octubre de 2012, durante licencia médica de Campo Elías Terán.
6. Carlos Otero Gerdts: fue designado por el Gobierno Nacional como alcalde. Estuvo en el periodo comprendido entre noviembre de 2012 y julio de 2013.
7. Dionisio Vélez: fue alcalde para el periodo atípico comprendido entre 2013 y 2015
8. Manuel Vicente Duque: alcalde elegido por voto popular. Estuvo en el periodo comprendido entre el primero de enero de 2016 y el 26 de agosto de 2017.
9. Sergio Londoño Zurek: fue nombrado alcalde encargado de Cartagena, después que fuera suspendido Manuel Vicente Duque. Londoño fue designado en mayo de 2017
10. Antonio Quinto Guerra: en mayo 6 de 2018 fue elegido como Alcalde en elecciones atípicas. Quinto fue suspendido porque su elección fue considerada por el Ministerio Público como ilegal.
11. Yolanda Wong. Fue designada en remplazo de Antonio Quinto Guerra.
12. Pedro Pereira. Desde el 18 de septiembre de 2018 fue designado por el presidente de la República, Iván Duque, como alcalde encargado para terminar el actual periodo, que finaliza en octubre de 2019.

1.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ÉLITES POLÍTICAS Y ECONÓMICAS EN LA REGIÓN CARIBE

Mientras que en la esfera nacional los medios de comunicación pertenecen a grandes conglomerados económicos como son los casos de los canales nacionales en Colombia, es decir, Caracol Televisión (de propiedad del Grupo Santodomingo) y RCN Televisión (de Ardila Lulle), en la Región Caribe colombiana los medios de comunicación de mayor circulación e impacto permanecen en manos de familias tradicionalmente vinculadas a la política o familias con negocios en otros sectores y que son nativos de esta zona del país.

Se hizo un listado de medios y propietarios, información que fue construida con base en lo publicado en el portal Poderopedia³⁰, una plataforma que contiene información sobre personas, empresas y organizaciones influyentes en Colombia, Venezuela y Chile. Otra parte fue obtenida a través de entrevistas realizadas a personas cercanas a los medios de comunicación de varias ciudades del Caribe colombiano, así como lo que registra el documento “Observatorio de Medios del Caribe colombiano” (Coronell, Herrera, Gutiérrez, 2016).

1.5.1 El Heraldo

Es el diario más antiguo de la Región Caribe, circula en todos los departamentos de esta zona del país, excepto en San Andrés y Providencia. Según información del portal Poderopedia, el diario es propiedad de El Heraldo S.A., que tiene por accionistas a varias firmas³¹, que son:

³⁰ Poderopedia (<http://www.poderopedia.org/poderopedia/index/chapters>).

³¹ En Poderopedia: http://www.poderopedia.org/co/empresas/El_Informador

- Pumarejo Certain S.A. Tiene el 33,3% del Heraldo S.A, Fernández Iglesias y CIA.
Tiene el 16,6% del Heraldo S.A.
- Fernando Noguera y CIA. tiene el 16,6 % del Heraldo S.A.
- Inversiones Deman S.A. tiene el 16,6 % del Heraldo S.A
- Gieseken Manotas Ingiman S.A.S. tiene el 16,6 % del Heraldo S.A.

1.5.2 La Libertad

Fue fundado el 7 de abril de 1979 y fue pensada como una escuela en práctica para todos los que quisieran estudiar periodismo y no pudieran financiarse el pregrado (Coronell, Herrera, Gutiérrez, 2016, p. 60). Este diario es el segundo de mayor tradición en Barranquilla. Su fundador fue el empresario barranquillero Roberto Esper Rebaje, quien fungió como director hasta que falleció en febrero de 2017. La hija de Roberto Esper, Luz Marina Esper Fayad, es la nueva directora del diario. Esta compañía también es propietaria de una cadena radial.

1.5.3 El Universal

Es el periódico tradicional y más influyente de Cartagena, capital del departamento de Bolívar. Es de propiedad de Editora del Mar, cuyo principal accionista es Alejandro Galvis Ramírez, que posee 71% de las acciones. La familia Araújo también es socia de este periódico, de hecho el gerente es Gerardo Araújo Perdomo, hermano del ex canciller Fernando Araújo Perdomo. El padre de Gerardo y Fernando es Alberto Araújo Merlano,

quien es socio fundador de la inmobiliaria Araújo & Segovia, de los hoteles Capilla del Mar y Las Américas, de la lavandería Lavamejor y de Credinver S.A.³²

1.5.4 El Informador

Este diario es de los más tradicionales y con mayor circulación de Santa Marta. Es propiedad de la familia Vives, de las que tienen mayor tradición política en el departamento del Magdalena. La familia Vives pertenece a ese grupo de grandes terratenientes que utilizaron sus tierras en las conocidas bonanzas como la marimbera, el café y el banano³³. De los primeros representantes de esta casa política (Liberal) aparecen nombres como el empresario bananero Pepe Vives, quien fue designado gobernador en la década de los 30, cuando todavía no había elecciones populares de orden local y regional. Edgardo Vives Campo, uno de los hijos de Pepe Vives, también fue designado alcalde en la década de los 70, gobernador en los 80 y se desempeñó como director del periódico El Informador, una de las empresas de propiedad de la familia.

El hermano de Edgardo, Alfonso Vives Campo, fue el primer alcalde de Santa Marta elegido por voto popular y actualmente es el director de El Informador.

1.5.5 Hoy Magdalena

Este diario y El Informador son los diarios más importantes de Santa Marta. Es propiedad de la firma Editora de Medios S.A., en la que aparece como accionista el periodista Ulilo

³² Los Super Poderosos de Bolívar, obtenido el 21 de agosto de 2018, de <http://lasillavacia.com/historia/lossuper-poderosos-de-bolivar-50510>

³³ Misión Observación Electoral. Monografía Político Electoral del Magdalena. Obtenida el 31 de julio de https://moe.org.co/home/doc/moe_mre/CD/PDF/magdalena.pdf

Acevedo, según información del portal Poderopedia³⁴. Informaciones de prensa señalan que la Fiscalía 25 Antiterrorismo ordenó la captura de Acevedo en 2009 por el presunto delito de concierto para delinquir agravado³⁵.

1.5.6 El Meridiano

Es el diario más importante de Córdoba, cuya marca también circula en Sucre. El diario es de propiedad del Grupo Editado SAS, cuyos accionistas son William Enrique y William Antonio Salleg Taboada, que también son propietarios del diario popular El Propio de Córdoba³⁶. Es tal la influencia de este medio, que lo que se publique allí termina por imponer la agenda de discusión departamental³⁷.

En abril de 2015, el Tribunal de Justicia y Paz de Medellín compulsó copias a la Fiscalía para que investigue al director de este medio, William Salleg Taboada por sus presuntos nexos con el ex jefe paramilitar Salvatore Mancuso, en sentencia contra tres miembros del Bloque Córdoba de las AUC (Autodefensas Unidas de Colombia)³⁸. El Tribunal también cuestionó al medio del que dice que “el Meridiano de Córdoba sirvió en distintos momentos como caja

³⁴ Mapa de Medios: descubre quién es quién en la industria de las comunicaciones de Chile y Colombia, obtenido el 17 de septiembre de 2019, de http://www.poderopedia.org/co/empresas/Hoy_Diario_del_Magdalena

³⁵ Fiscalía ordena captura del director del Hoy Diario del Magdalena, Eduardo Dávila Armenta y tres políticos, obtenido el 17 de septiembre de 2018, de <https://verdadabierta.com/fiscalia-ordena-captura-del-directordel-diario-hoy-del-magdalena-tres-concejales-y-eduardo-davila-armenta/>

³⁶ Meridiano de Córdoba, Poderopedia, obtenido el 9 de agosto de 2018, de http://www.poderopedia.org/co/empresas/Meridiano_de_Cordoba

³⁷ Los Súper poderosos de Córdoba, obtenido el 9 de agosto de 2018, de <http://lasillavacia.com/historia/lossuper-poderosos-de-cordoba-50567>

³⁸ Duro cuestionamiento de Tribunal de Justicia y Paz al Meridiano de Córdoba, obtenido el 9 de agosto de 2018, de <https://verdadabierta.com/duro-cuestionamiento-de-tribunal-de-justicia-y-paz-al-meridiano-decordoba/>

de resonancia, justificación del fenómeno paramilitar y como un instrumento para divulgar y propagar el ideario de dichos grupos, lo que lo hace responsable ante la Ley”.

1.5.7 Canal Regional Telecaribe³⁹

Es el Canal Regional de Televisión del Caribe colombiano, creado el 28 de abril de 1986 en Valledupar. Su señal llega a los departamentos del Atlántico, Bolívar, César, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre. Su sede está ubicada en Barranquilla (capital del Atlántico).

Es una empresa de industrial y comercial del Estado, lo que quiere decir que el canal debe producir recursos para los gastos de funcionamiento. El presupuesto de este canal es de \$17.000 millones, de los cuales \$7.000 se los entregan la ANTV (Autoridad Nacional de Televisión, fondo creado para administrar los dineros a los distintos canales públicos), y \$10.000 millones los genera el canal a través de la venta de publicidad, la cesión de espacio y asociación o riesgo compartido.

La composición de la junta directiva del canal son las gobernaciones de seis departamentos de la Región Caribe, donde se emite su señal. También tiene participación el Mintic (Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación), la Universidad del Magdalena y la Universidad de Cartagena (universidades estatales), así como la Alcaldía de Barranquilla. En total son 11 socios. Este canal regional cuenta con tres noticieros:

Noticiero	Propietarios
-----------	--------------

³⁹ La información sobre Telecaribe fue conseguida a través de una entrevista personal al jefe de Planeación del canal, Fabián Pinedo, realizada el 27 de diciembre de 2015.

<p>Televista</p> <p>Emisión 1:00 a 2:00 de la tarde</p>	<p>Es producido por la firma Televista S.A.</p> <p>Su fundador es Jaime Vargas Suárez (fallecido). El noticiero pasó a manos de sus hijas la ex congresista Victoria Vargas y María Claudia Vargas.</p>
<p>Las Noticias</p> <p>Emisión a las 6:30 de la tarde</p>	<p>Es producido por la firma Versión Libre Ltda., cuyos propietarios son José Gómez Daza y Lucy Flórez Arrieta</p>
<p>CV Noticias</p> <p>Emisión a las 7:30 de la noche</p>	<p>Es producido por CV Televisión Ltda., cuyo propietario es Fuad Char</p>

Tabla 3. CV Noticias, Las Noticias y Televista. (Fuente: elaboración propia, 2019)

1.5.8 Televista

Es uno de los tres noticieros del canal regional Telecaribe. Se emite de lunes a viernes, de 1 a 2 de la tarde. El difunto senador liberal Jaime Vargas Suárez es el fundador del noticiero que ya lleva al aire 34 años. Jaime Vargas también fue diputado del Atlántico, concejal de Barranquilla y representante a la Cámara. Después del fallecimiento de Vargas Suárez, el noticiero pasó a manos de su hija, Victoria Eugenia Vargas, que también se desempeñó como representante a la Cámara en dos periodos (1998- 2002 y 2010-2014).

1.5.9 CV Noticias

Es uno de los tres noticieros del Canal Regional Telecaribe. Se emite de lunes a viernes, de 7:30 a 8:30 de la noche. Su director es el periodista Jorge Cura, que también dirige el portal

de noticias Zona Cero⁴⁰. Es de propiedad de Fuad Char, uno de los políticos tradicionales de la corriente liberal en el Departamento. Char fue gobernador del Atlántico y senador de la República, y también es uno de los empresarios de mayor poder en el país, por cuanto su familia es propietaria de la cadena de supertiendas Olímpica, que tiene presencia en toda Colombia. Los hijos de Fuad Char también han estado vinculados con la política. Su hijo Alejandro Char es el actual alcalde de Barranquilla, mientras que su hijo Arturo Char, al igual que su padre, ha ocupado el cargo de senador de la República.

1.5.10 Las Noticias

Este noticiero del canal regional Telecaribe, fundado en marzo del 2002, se emite de lunes a viernes, de 6:30 a 7:00 de la noche. Lo dirigen los periodistas Lucy Flórez y José Gómez Daza. Lucy Flórez también se desempeña como corresponsal del noticiero nacional Noticias Uno, mientras que Gómez Daza tiene un programa de entrevistas llamado “Versión Libre”, que también se emite por el canal Telecaribe.

1.5.11 Organización Radial Olímpica

Esta compañía cuenta con seis marcas radiales, entre las que aparecen: Olímpica Stéreo (cubre 17 ciudades), Radio Tiempo (llega a 9 ciudades), La Reina (2 ciudades) y Emisora Atlántico (Costa Caribe)⁴¹. Empresas de la familia Char también aparecen en la composición accionaria de la compañía. Datos del portal Poderopedia dan cuenta de las siguientes firmas

⁴⁰ Portal Zona Cero, fundado el <http://zonacero.com/>

⁴¹ Mapa de Medios: Descubre quién es quién en la industria de las comunicaciones de Chile y Colombia. Organización Radial Olímpica. Obtenido el 21 de agosto de 2018, de http://www.poderopedia.org/co/empresas/Organizacion_Radial_Olimpica_S._A._-O.R.O._S.A

con los respectivos porcentajes, en los que el actual alcalde de Barranquilla también aparece como propietario:

- Char Hermanos Limitada, representada por Joaquín Diazgranados (39,1%)
- Char Díaz y Cia, representado por Miguel Char Abdala (20%)
- Farid Char y Cia, representado por representado por Farid Char Abdala (9,4%)
- Simba Limitada, representado por Simón Char Abdala (9,4%)
- Caraballo Rodríguez y Cia, representado por Jabib Char Abdala (9,4%)
- Antonio Char Chaljub tiene un 6.7%; Olímpica S.A., representado por Antonio Char Chaljub (1,5%)
- Granos y Cereales de Colombia, representada por Manuel Jiménez (1.5%)
- Arturo Char Chaljub (1,3%)
- Alejandro Char Chaljub (1,3%)

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General

Determinar si las administraciones públicas de la Región Caribe y los medios regionales informan a la ciudadanía para favorecer el seguimiento de las actuaciones de los gobiernos locales y la participación democrática o si, por el contrario, se observa el impacto de Autoritarismo Subnacional en la información que se difunde.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer cuál es la información que proporcionan las alcaldías a sus ciudadanos sobre su gobierno y gestión, a través de las páginas web oficiales/corporativas.
- Conocer cuál es la información que las alcaldías entregan a los medios de comunicación a través de comunicados de prensa.
- Saber cuál es la información que ofrece la prensa escrita local sobre las alcaldías, comparándola con la información que estas últimas ofrecen en sus webs y con los comunicados que emiten.
- Saber cuál es la información que ofrecen los noticieros de televisión sobre las alcaldías comparándola con la información que estas últimas ofrecen en sus webs y con los comunicados que emiten.
- Conocer cómo elaboran los periodistas de las alcaldías la información que entregan sobre estas administraciones, y que son recibidas por los medios de comunicación.
- Identificar si se dan casos de autocensura de la prensa escrita y TV de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta.

2.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es la información que proporcionan las alcaldías a sus ciudadanos sobre su gobierno y gestión, a través de las páginas web?
2. ¿Cuál es la información que entregan las alcaldías a los medios de comunicación, a través de comunicados de prensa?

3. ¿Cuál es la información que ofrece la prensa escrita local sobre las administraciones de las alcaldías, si se compara con la información que estas últimas ofrecen en sus webs y los comunicados que emiten?
4. ¿Cuál es la información que ofrecen los noticieros de televisión sobre las administraciones de las alcaldías, si se compara con la información que estas últimas ofrecen en sus webs y los comunicados de prensa que emiten?
5. ¿Cómo elaboran los periodistas de las alcaldías la información que entregan sobre las administraciones, y que son recibidas por los medios de comunicación?
6. ¿Se dan casos de autocensura en la prensa escrita y los noticieros de televisión de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena?

3. MARCO TEÓRICO

3.1. COMUNICACIÓN Y PODER

3.1.1 Primeras investigaciones en Europa y Estados Unidos

Aunque el espectro es amplio cuando se refiere a investigaciones en comunicación, se hace necesario hablar de las primeras investigaciones en Estados Unidos y Europa que estudiaron las relaciones poder-medios, ya que los medios suponen un recurso de poder, una esfera donde se desarrollan asuntos de la vida pública, además de una fuente importante de representación de la realidad y la fuente primaria de la fama (McQuail, 2000).

De la década de los 20 se debe citar al estadounidense Walter Lippmann (2003), quien manifiesta cómo la manipulación dificulta la formación de una opinión pública informada. Para esa época, Lippmann ya hablaba sobre elementos como la autocensura, que afectaban la información que llegaba al público a través de la prensa.

“Aunque la censura y el secretismo interceptan gran parte de la información en su misma fuente de origen, es aún mayor el número de hechos que nunca llegan a ser de dominio público, o llegan a serlo mucho tiempo después. Esto se debe a que existen muchas formas de limitar la circulación de ideas” (Lippmann, 2003:55).

Sin embargo, aclara que no todo es responsabilidad de ese secretismo, sino que es culpa de la “anemia” que embarga a una parte de la población que dedica su tiempo a hablar sobre

los mismos temas con las mismas personas y que se preocupa poco por explorar cosas interesantes.

La aportación de la Escuela de Fráncfort (1922-1985) es clave en lo que respecta a investigaciones sobre medios. Los francfortianos optaron por revisar los principios teóricos de Marx, porque consideraron que era el mejor aporte intelectual que podían ofrecer para este tiempo.

Y aunque Marx y Engels no entrarían en ese listado de investigadores de los medios de comunicación, ya habían manifestado cómo la clase poseedora de los medios controla los medios de producción mental. Ambos autores, citados por Murdock y Golding (1977), decían que:

“La clase que dispone de los medios de producción material controla al mismo tiempo los medios de producción mental, de manera que, por lo mismo, las ideas de los que carecen de los medios de producción mental están sujetos a ella. (...) Por tanto, mientras gobiernen como clase y determinen el alcance y los límites de una época, es evidente que ellas (...) entre otras cosas (...) regulan la producción y distribución de las ideas de su tiempo: así sus ideas son las ideas rectoras de su época. (Marx y Engels, 1938:39)”. (Murdock y Golding, 1981:25)

De la Escuela de Fráncfort tenemos el aporte del libro *El hombre unidimensional*, de Marcuse (1968), que plantea que el poder hace uso de los medios para consolidar su status quo, para así desviar la mirada de los ciudadanos de las preocupaciones que, realmente, afectan sus vidas.

Hay otros enfoques como es el de la Industria Cultural, del cual se habla en el libro que lleva el mismo nombre y que menciona que la producción cultural (una emisora, un diario,

un canal de televisión) está en un aparato burocrático, y ese aparato hace un filtro de la idea creadora, antes de que llegue a las manos del jefe de redacción o el productor. Este último determina si la idea tiene salida en términos de rentabilidad y oportunidad política (en lo relacionado con el Estado) y lo deja en manos de los técnicos (Morin y Adorno, 1967).

En Europa, sin duda, el alemán Max Weber fue una figura representativa, porque él estudia la prensa y sus funciones, así como el impacto en las estructuras de propiedad. Su conferencia titulada *Sociología de la prensa* (1992), habla precisamente de la prensa como empresa privada y capitalista que tiene dos tipos de clientes distintos: los compradores (masa compuesta por individuos) y los anunciantes.

A esa línea también está adscrito Otto Groth, quien fue discípulo de Weber y el fundador del primer instituto de estudios de prensa en Alemania (Leipzig). Los esfuerzos de Groth se enfocaron en la ciencia periodística, tal como lo señala Faus:

“La obra de Groth está dirigida fundamentalmente al periodismo escrito, aunque deja muchos lugares el campo abierto para la ampliación a los otros “mass media” (...) puesto que el campo científico, como parte del todo cultural, social o natural, es bien claro, no es necesario insistir más sobre lo mismo” (Faus, 1966: 24).

La línea la sigue Emil Dovifat (1959), en cuya obra *Periodismo* se hace referencia a cómo debería funcionar un periódico, y cómo este “da a sus lectores con la propia noticia una determinada orientación” (Dovifat, 1959: 62). El ideal, en opinión de Dovifat, es una prensa libre, totalmente independiente y con veracidad.

Las contribuciones en las Ciencias Sociales de Harold Lasswell van desde el análisis naturalista de poder político, los estudios de elites y la aplicación de los principios del psicoanálisis al comportamiento político (Janowitz, 1968:646). Entre sus obras se pueden

citar *Who gets what, when and how*, obra que, según Marvick (1980), es un mapeo del estudio de la política:

“‘*How*’ requires us to cope with the power aspects of any situation; ‘*when*’ suggests the need to chart the results through time; ‘*what*’ raises the question of which value conditions are being sought, gained, and lost; and ‘*who*’ poses the task of identifying elites –that is, those in any situation who have the most of what there is to get” (Marvick, 1980: 219)⁴².

La definición que da Laswell a la élite en esta obra es:

“Influyentes son quienes obtienen la mayor participación en los valores disponibles, valores que pueden clasificarse como respeto, renta, seguridad. Quienes obtienen esa mayor participación constituyen la élite; el resto, la masa” (Laswell, 1974:9).

El austriaco Paul Lazarsfeld se destaca por sus estudios relacionados con encuestas de opinión y campañas electorales, entre los que se puede citar *The People`s Choice. How the voters makes up his mind in the presidential campaign*. El estudio, que está concentrado en un grupo de 600 encuestados, tenía como fin observar el desarrollo y los efectos de la campaña presidencial en la comunidad del condado de Erie, Ohio. Las elecciones observadas se dieron en noviembre de 1940 en la campaña en la que se enfrentaban Roosevelt y Wilkie. Los resultados del estudio determinaron que la gente elige producto de predisposiciones y que más que una decisión determinada por los mensajes difundidos es resultado de una experiencia de grupo, en la que las relaciones y los contactos tienen

⁴²“‘*Cómo*’ nos exige lidiar con los aspectos de poder en cualquier situación, ‘*cuándo*’ sugiere la necesidad de trazar los resultados a través del tiempo; ‘*qué*’ plantea la cuestión de qué condiciones de valor se buscan, se ganan y se pierden; y ‘*quién*’ tiene la tarea de identificar a las élites – es decir- aquellos que en cualquier situación tienen más de aquello de lo que se va a conseguir. Texto traducido por la autora.

mucho poder en la decisión. También se concluyó que el mensaje persuasivo de los medios de comunicación tiene mayor efecto en el refuerzo de preferencias y en la activación de los indiferentes (Moragas, 2011).

Para la década de los 50, investigadores como el sociólogo estadounidense C Wright Mills mencionaba en su libro *The Power Elite* (1956) las relaciones entre la élite y los medios de comunicación. En su obra hace referencia a las dinámicas de las ciudades pequeñas de las que dice:

“In every town and small city of America an upper set of families stands above the middle classes (...) they hold the keys to local decision; their names and faces are often printed in the local papers; in fact, they own the newspapers as well as the radio station” (Mills, 1956:30)⁴³.

Así como Wright Mills hay otros investigadores que aparecen adscritos a la teoría de la Sociedad de Masas como es el caso Kornhauser, Bell, Bramson y Newman. Esta teoría destaca la interdependencia de las instituciones que ejercen el poder y la integración de los medios a las fuentes de poder. Es así como los medios sirven a los que son poseedores del poder político y económico (McQuail, 2000).

La alemana Elisabeth Noelle-Newman, discípula de Lazarsfeld y con una fuerte influencia de Lippman, es recordada por la teoría del Espiral del Silencio, que estudió el comportamiento del electorado en momentos de campaña. La investigadora señala que:

“A diferencia de la élite, la mayor parte de la gente no espera obtener un cargo o poder con la victoria. Se trata de algo más modesto: el deseo de evitar el

⁴³ “En cada pueblo y pequeña ciudad de Estados Unidos, un grupo de familias que están por encima de la clase media (...) tienen las llaves de las decisiones locales; sus nombres y rostros aparecen con frecuencia en los periódicos locales; de hecho, ellos son propietarios de los periódicos tanto como de las estaciones de radio”. Texto traducido por la autora.

aislamiento, un deseo aparentemente compartido por nosotros” (Noelle-Newmann, 1995:23).

El sociólogo alemán Luhman establece una relación entre noticias/reportajes y la política, por cuanto asegura que esta última se apoya en las menciones que se le hacen en los medios, además considera que “las noticias en los medios de comunicación provocan, en la mayoría de casos, un efecto en el sistema político” (Luhman, 2000: 99).

3.1.2 Comunicación, Poder y Política desde América Latina

En esta región del mundo surgen investigaciones que, en opinión de Rossana Reguillo (2004) no solo trascienden lo cultural, sino que también tienen un enfoque transdisciplinar.

Para la investigadora social:

“Pensar el mundo y la propia sociedad en condiciones asimétricas de poder no solo intelectual, obligó a que muy temprano los pensadores latinoamericanos construyeran sus andamiajes teóricos desde la lógica de las intersecciones: había que entender la historia al tiempo que la economía, la dependencia al tiempo que la colaboración de las élites locales con los dominadores...” (Reguillo, 2004: 19).

En opinión de otros como César Bolaño, entrevistado por Daniel Valencia (2010), en principio los debates o estudios eran sobre dependencia o imperialismo cultural, más tarde se amplió con los estudios culturales y economía política.

En Venezuela Antonio Pascuali es uno de los pioneros del Trabajo de la Escuela de Fráncfurt en América Latina. La posición de Pascuali se fundamenta en que el modo de

comunicación define el tipo de estructura social (Entel, Lenarduzzi y Gerzovich, 1999), es así como dice en su libro *Comunicación y Cultura de Masas*:

“Los medios masivos son la punta de lanza de una tecnología que es la expresión suprema de la razón instrumental y represiva. Ellos han sido acaparados - no importa el sistema – por la ‘industria cultural’ (...); por una industria encargada de desempeñar con eficiencia una función vital en el respectivo sistema: la de mantener el equilibrio homeostático entre amos y súbditos (...)” (Pascuali, 1977: 29-30).

Esa idea la refuerza años más tarde cuando dice que “el poder de la información noticiosa ha pasado a manos de unos pocos oligopolios transnacionales, al margen de fueros y sanciones” (Pasquali, 2007: 30).

La obra de Jesús Martín Barbero es de las más importantes porque se convierte en menos dependiente y más aplicable a las políticas culturales y de comunicación (Moragas, 2011). Para algunos investigadores, Martín Barbero ayudó a potenciar una nueva forma de mirar a los medios y, “con ello, una estrategia para mantener “atado”, el estudio de la comunicación en su intersección con la cultura” (Reguillo, 2004:194).

Uno de los documentos más reconocidos es *Comunicación masiva: discurso y poder*. En este texto menciona el impacto que tienen las informaciones que se difunden en la prensa cuando cita a Biedman (1972) y dice que “la burguesía se apropia del acontecer diario y le da forma a sus intereses”. A lo que añade que:

“Si la burguesía ha llegado a imponer su lenguaje como el lenguaje de los medios no ha sido por arte de magia sino por otro arte, el del control de propiedad, el del monopolio económico de los medios” (Barbero, 2015:34).

De los medios a las mediaciones, también de Martín-Barbero, es considerada de las obras de mayor influencia en los estudios de Comunicación y Cultura en América Latina. En ella, el autor explica que lo popular en la cultura se puede comprender si se tiene en cuenta el rol del pueblo en la política. Y hace referencia a nuevas burguesías, citando a Romero (1976) que surgieron en América Latina en la mitad del siglo XIX, que manejan negocios y política.

“De ahí que fuera licito- así lo declaran filósofos y hombres de ciencia – marginar o instrumentalizar a los sectores inertes, a todo lo que constituyera rémora y obstáculo. De lo contrario, lo que estaba en peligro era la existencia de la nación misma” (Barbero, 1987:167).

En este viaje por América Latina también es notable el aporte de Néstor García Canclini porque su trabajo, según Barbero, citado por Moragas, Terrón y Rincón (2011:76), establece una relación entre cultura y crisis de la cultura nacional y cultura cotidiana, a lo que le suma las grandes dinámicas transnacionales.

A Barbero, Canclini y Renato Ortiz se les atribuye el rescate de lo popular, lo que se considera de los grandes aportes de la investigación latinoamericana (Moragas, Terrón, Rincón, 2017:13). En el caso particular de Ortiz manifiesta que:

“La cultura mundializada no se encuentra fuera de nuestras sociedades nacionales; al contrario, forma parte de nuestra vida cotidiana, de nuestros hábitos. Sería un equívoco atribuir a este movimiento un carácter de exterioridad (...), como si se trata de algo extraño en nosotros mismos” (Ortiz, 1998: XX)

En la década de los 90, aparecen otros nombres como Rossana Reguillo, José Joaquín Brunner, Germán Rey, Omar Rincón, Nelly Richard, por citar algunos. Por ejemplo, el texto *La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia* (Martin-Barbero y Rey, 1999) menciona cómo por mucho tiempo el Periodismo era un instrumento de la política y cómo la investigación que se hacía estaba concentrada en la prensa:

“... la hegemonía que durante años tuvo el periodismo escrito frente a medios que apenas empezaban su itinerario como modernos, pero sobre todo a su mimetismo exagerado con la política. El Periodismo era un instrumento doctrinal, confundido con los partidos, combativo, combinaba la propiedad familiar con la filiación política” (Barbero y Rey, 1999:1)

Por su parte, el colombiano Omar Rincón, habla de telepresidentes en América Latina (Rincón, 2008), y sobre cómo el electorado elige a un presidente, movido por sus emociones. También sugiere cómo estos países “históricamente han sido explotados por las élites locales en unión con las transnacionales”, y la democracia que se construye es la que personaliza el poder, que busca más seguidores que ciudadanos (Rincón y Bonilla, 2004: 2).

Para esta investigación también es clave entender los medios de comunicación y la forma cómo estos manejan la información. En ese orden de ideas, cabe señalar la teoría del enmarcado, la cual es definida por Entman (2004) como “el proceso de seleccionar y resaltar algunos aspectos de los acontecimientos o asuntos y establecer relaciones entre ellos con el fin de promover una determinada interpretación, evaluación y/o solución” (Castells, 2009: 218).

Sin embargo, es Goffman quien habla por primera vez del concepto. Para Goffman (1974), el “framing” o “teoría del enmarcado” es un “esquema de interpretación” que permite a las personas “localizar, percibir, identificar y rotular” experiencias de vida, mientras que académicos como Castells aseguran que el enmarcado de los medios se asemeja a un proceso multinivel que inicia con una negociación entre los actores políticos y los medios antes de llegar a la audiencia (Castells, 2009:222).

Por su parte, Mc-Combs (2004) señala que la mayor parte de los conocimientos que las personas tienen sobre las cuestiones públicas proceden de los medios de comunicación, que son la principal fuente de información.

El establecimiento de la agenda resulta del proceso de selección que hacen los medios de la información que divulgan, lo que lleva a que se centren en algunos problemas y se olviden de otros. Por lo anterior, se modifica la aproximación del público a la realidad social, porque tal escogencia de los asuntos determina lo que la gente debe discutir (Mc-Combs y Reynolds, 2002). Sobre este tema también habló Lippmann que demostró:

“...hace ya muchos años que la prensa es más bien un foco, y su enfoque puede estar orientado por grupos con especial interés en un tema, por seudoeventos creados para llamar la atención, o por ciertos hábitos y rituales de los periodistas”
(Severin y Tankard, 1997: 227)

No es nueva la discusión sobre la relación entre información y los dueños de los medios. En Colombia, por ejemplo, los grandes medios de comunicación tienen como propietarios a fuertes grupos económicos (Réniz, 2011), tal como lo reafirma el libro *Medios, Democracia y Poder*:

“Los actores grandes de los medios en Colombia son cuatro personas y con esos cuatro se decide cuál es la información que va a recibir el 90% de los colombianos” (Coronell, 2011: 165).

No es discutible que la globalización ha provocado cambios en la relación entre propiedad, poder político y medios de comunicación, porque ya no es posible señalar que los dueños de los medios son los que determinan quiénes gobernarán al país, pero es clave reconocer que existe concentración de algunos de los medios en familias prestigiosas de la sociedad colombiana (Londoño, 2007:50). En la Región Caribe, concretamente, esta dinámica se sigue perpetuando porque, por ejemplo, los periódicos de mayor circulación permanecen en manos de familias adineradas que, en muchos casos, tienen vínculos directos o indirectamente con la política local (Lalinde, 2016: 1).

Tampoco se puede desconocer que la tecnología ha permitido la llegada de medios independientes, que han cambiado los órdenes informativos, sin embargo, los medios tradicionales todavía son importantes para la población en las regiones del país, ya sea porque el acceso a internet es limitado o porque los medios tradicionales todavía mantienen su lugar en la audiencia, por el tiempo de existencia. Y es ahí donde está el problema, por cuanto hay una parte de la población que sigue siendo permeada por los medios tradicionales, que aunque han perdido credibilidad siguen teniendo una cobertura clave. Por lo tanto, es significativo señalar que esos medios tradicionales, que tienen vínculos con el poder, ya sea porque sus propietarios responden a intereses particulares sean políticos o económicos se convierten en medios dóciles. En ese orden de ideas:

“Unos medios dóciles y apologeticos al poder incentivan expresiones de cultura política parroquial o súbdita, mientras que unos medios críticos y fiscalizadores

incentivarán una cultura política participativa y pluralista. En contextos en que la tracción entre democracia y autoritarismo se tensa, el carácter que puedan asumir los medios es definitivo para inclinar la balanza a favor o en contra de la democracia” (Mejía, 2011:106).

El impacto que tiene la relación propiedad-información-audiencia es supremamente necesaria de entender, por cuanto sí existen medios manejados a merced de los intereses de conglomerados económicos o familias adineradas, la sociedad es la mayor afectada, porque del carácter de la información que entregan los medios depende el tipo de cultura política que logre la sociedad civil de determinada sociedad (Mejía, 2011:106).

La preocupación en toda esta dinámica radica en el impacto que esta tiene sobre la información, porque aunque los medios de comunicación deben garantizar el manejo integral, imparcial y equilibrado de la información para crear en las audiencias flujos de opinión pública ilustrados (Coronell, 2011: 107), lo que sucede es todo lo contrario, es decir, las audiencias reciben información parcializada que proviene de medios que maneja la información, bajo esa relación propiedad-información- audiencia. En resumidas cuentas, estaríamos frente a una audiencia desinformada y se estaría contradiciendo el principio que dice que la información es un bien social y ella no tiene derecho a mentirle a la audiencia (Mejía, 2011: 170).

Aunque existe la idea de que los medios pueden servir tanto para reprimir como liberar, unir o dividir una sociedad, los medios son los emisarios más importantes acerca de la sociedad. McQuail (2011) clasifica a los medios, según el modelo, en dos tipos: modelo dominante (aquel en que los medios están subordinados por otras instituciones y están determinados por un pequeño grupo de intereses, con lo que la audiencia recibe la

información y tiene poca posibilidad de ser crítica, mientras que el segundo modelo (pluralista) es lo opuesto, por tanto hay más diversidad.

3.2 AUTORITARISMO SUBNACIONAL

El fenómeno del autoritarismo subnacional es común en las democracias en desarrollo y en el mundo poscomunista. De igual forma, se presentó en el escenario político de Estados Unidos hasta la década de los 50 (Gibson, 2007:166).

El autoritarismo subnacional, según Cornelius y Gibson (Cornelius, 1999; Gibson, 2005), citados por Behrend (2011), es una categoría que ha sido usada para describir provincias en las cuales los gobernantes ejercen control sobre la legislatura, el sistema de aplicación de la ley y los medios, por lo regular, a través de medios coercitivos.

Gibson (2006) señala que un país democrático o en proceso de democratización esta dinámica se mantiene debido a condiciones no solo de orden local sino también nacional. Es una relación interdependiente, es decir, el centro requiere de la periferia y viceversa. Pero, en el orden local, las élites ejecutan estrategias que pretenden maximizar el control sobre actores políticos de la provincia y asuntos locales, así como también tener poder sobre líderes políticos nacionales. El control, la autonomía y poder:

“Son valores defendidos por elites periféricas en el poder, en cualquier contexto de relaciones centro-periferia, sean esas elites autoritarias o democráticas. Estos son valores que reflejan también el balance de poder entre centro y la periferia”

(Gibson, 2006: 213).

Según Gibson, para que las élites en la periferia logren maximizar esos valores, intentarán ejercer un control de fronteras, es decir, que haya una mínima intervención externa en los conflictos locales y un mayor control político en lo local. Para lograrlo ejecutarán tres estrategias: a) la parroquialización del poder, b) la nacionalización de la influencia, y c) la monopolización de los vínculos entre lo nacional-subnacional. Es así como se ejecutarán:

“Los bloqueos a los flujos de información desde el centro, el control de la información transmitida por los medios de comunicación local, o la prevención de la instalación de agencias controladas federalmente o de supervisores en la provincia” (Gibson, 2006: 215).

Otro detalle adicional y no menos importante en toda esta dinámica son los réditos de la relación centro-periferia, que al final parece dependiente. Las élites políticas provinciales, que tienen una importante cifra de votantes y legisladores, se convierten en aliados para las coaliciones gubernamentales nacionales, por tanto “la periferia autoritaria” le sirve al centro democrático y si “persiste en un contexto democrático nacional es porque a menudo satisface necesidades estratégicas importantes del gobierno” (Gibson, 2007: 169).

Hay otros artículos como el de Durazo (2010), citado por Gibson (2010), que profundiza en las estructuras de los poderes socio económicos y políticos que configuran la evolución política del estado mexicano de Oaxaca. El documento demuestra la importancia del estudio histórico de las dinámicas políticas locales para entender cómo un gobierno autoritario puede sobrevivir y prosperar en la democracia nacional de México⁴⁴.

⁴⁴ Traducido de Gibson, E. (2010). Politics of the Periphery: An introduction to Subnational Authoritarianism and Democratization in Latin America, in: *Journal of Politics in Latin America*, 2,2,3-12 ISS: 1868-4890 (online), ISSN: 1866-802X (print)

Por su parte, Duncan (2007:150) señala que las diferencias territoriales e institucionales generan prácticas políticas distintas regionalmente, y que se ajustan a los intereses de las élites provinciales y su idea de mantener su poder local :“Las propias instituciones del estado democrático son utilizadas para preservar los rasgos de dominación privada del orden social por parte de las élites locales (Duncan, 2007:172)”.

González (2014) habla de la influencia de las élites regionales y sus intereses en la configuración de la democracia local y regional, en la que el Estado les ha permitido autonomía para ejercer un dominio indirecto sobre territorios donde no hay una presencia fuerte del Estado nacional. Por su parte Valencia (2007) también toma el concepto Autoritarismo Subnacional para explicar la forma cómo se aliaron políticos locales con paramilitares, y así mantener el poder local y regional.

Según Pino (2013), esta captura y manipulación del Estado por grupos armados y/o élites regionales a nivel subnacional ha sido conceptualizada, principalmente de dos formas:

“Primero, como la captura y reconfiguración cooptada del Estado, que implica utilizar y transformar la institucionalidad del Estado para cumplir objetivos privados de tipo económico y político (Garay, Salcedo, León-Beltrán y Guerrero, 2008), y, en segundo lugar, como clientelismo armado, que hace referencia al uso de la violencia para lograr el control político de municipios y departamentos (Rangel, Borrero y Ramírez 2004)” (Pino, 2013: 10-11).

En esa línea también se pueden encontrar los trabajos de Romero (2007) y López (2010). Para el primero, la reforma de democratización produjo una reacción de las élites

regionales, sectores del ejército y narcotraficantes, para controlar los espacios abiertos que surgían de la misma, mientras que López sostiene que las élites regionales y los grupos armados hicieron uso de la parroquialización del poder local y la nacionalización de la influencia política, para poder controlar varias regiones y, de paso, lograron incidir en la política.

Sin embargo, hay autores como Behrend que hablan de unidades subnacionales menos democráticas, pero no necesariamente autoritarias (Pino, 2017: 224), donde un grupo de familias dominan la política y, de paso, la información que se difunde en los medios. Es así como:

“‘*Closed games*’ son los regímenes políticos subnacionales en los que una familia, o un grupo reducido de familias, dominan la política en una provincia, controlan el acceso a los puestos más altos del gobierno, el estado provincial, los medios de comunicación y las oportunidades de negocios”. (Behrend, 2011:153)

Hay otros trabajos que no solo discuten el concepto del Autoritarismo Subnacional, sino que también lo revisan desde la perspectiva del control de los medios de comunicación. Así lo hace el texto *Gobernadores sin contrapesos*, que hace referencia al caso de Querétaro (México), y que muestra:

“(…) cómo el gobernador de dicha entidad domina al resto de poderes e instituciones públicas locales, con énfasis en su control sobre los medios de comunicación (...) Se concluye que (...) los mandatarios estatales han logrado ganar poder en la esfera nacional, pero han perdido contrapesos en el nivel local durante la transición política” (Espino, 2016).

Otro artículo, de Espino (2016), hace referencias a que en México es evidente la intervención de los gobiernos estatales en los medios locales y está normalizada. Lo anterior es resultado de las precarias condiciones laborales de los periodistas, los gobiernos estatales terminan por definir la línea editorial (oficialista), a cambio de recursos económicos.

Por tanto, si hay medios controlados por unos pocos en las provincias o regiones se rompe uno de los principios constitutivos de la democracia que no es más que se cumpla el derecho fundamental a la libre formación de opiniones y la garantía institucional de los medios de comunicación autónomos, porque:

“La misión que le compete a un medio de comunicación y al periodismo en una democracia no es cooperar con el Gobierno; por el contrario, es ser crítico de cualquier gobierno, en cualquier momento de la historia y de todos los poderes”
(Coronell, 2001: 172)

En ese orden de ideas, también se hace notable la misión del periodista porque no se puede hablar de la misión de los medios de comunicación sin hablar sobre la misión de los periodistas que, según Casals Carro (2005), está en: relatar hechos actuales de interés, explicar y mostrar esos hechos, y juzgarlos y ayudar al público a formar su opinión sobre la realidad que le rodea. Y en eso último coincide Coronell (2011) para quien la misión del periodista es no perder ese sentido crítico frente a lo que hacen los poderes, ya sea económico, judicial o legislativo. En resumidas cuentas:

“La democracia como concepto está vinculada al derecho del ciudadano a saber lo que está pasando con su sociedad y cómo lo están gobernando: esta es la labor que

tenemos que cumplir los periodistas, esa la delegación política que tenemos de la sociedad” (Coronell, 2011: 173).

Algunos teóricos consideran que la élite lee la prensa mientras que la televisión sería para la entretención del pueblo, por ende, la prensa tiene más poder en la toma de las decisiones en tanto que la televisión se convierte en un medio de entretenimiento en un país pobre como Colombia (Mejía, 2011: 166). Por lo anterior, la prensa es usada por la élite porque mantiene un carácter de seriedad, que le permite posicionar figuras en el escenario político o hacer que los líderes de las administraciones locales mantengan una buena imagen frente a los ciudadanos.

3.3 TRANSPARENCIA, DEMOCRACIA Y PERIODISMO LOCAL

La información pública es definida como aquella que posee un organismo o institución pública, sin importar formato, fecha de creación, autores ni si está o no clasificada (Solimano, Tanzi, Del Solar, 2008), y si aumenta la posibilidad de acceder a esta, entonces hay mejores bases para una gestión transparente (Solimano et al., 2008).

Las administraciones públicas son importantes a la hora de hablar de transparencia porque son las que manejan los recursos públicos y las que tiene poder sobre el destino de un país, municipio u otra delimitación territorial. En el grupo que debe pasar por el filtro de la transparencia también están otros organismos dependientes de estas, así como partidos políticos y sindicatos (Molina, Corcoy y Simelio, 2014).

Pese a que la información pública debería estar a la mano de cualquier ciudadano, no es normal que las administraciones públicas ofrezcan una información completa y fiable sobre

sus gestiones, y no es suficiente con tener los espacios y herramientas digitales para ello, porque en muchas ocasiones no son aprovechados de manera idónea (Simelio y Molina, 2014), y entonces hay más información (criterio cuantitativo), pero no se cumple que sea de mejor calidad y más inteligible, es decir, el principio cualitativo (Manfredi, Corcoy & Herranz, 2017: 413).

En el mundo se han gestado varias iniciativas que trabajan en el tema de la transparencia. Para citar solo algunas, se cuentan con Transparencia Internacional, fundada en 1993 (con representación en más de 100 países), y que para el caso de Colombia tiene un capítulo que lleva por nombre de Corporación Transparencia por Colombia (creada en 1998). Hay otras como Open Government Data y The Open Knowledge Foundation. En España – tal como ya se ha dicho- se cuenta con la metodología Infoparticipa y su Sello Infoparticipa, que se otorga por la calidad y la transparencia de la comunicación pública local que ofrecen las páginas web de los ayuntamientos (Corcoy, Moreno y Molina, 2014). Con esta metodología ya se han evaluados también municipios de Ecuador y de Colombia.

La metodología Infoparticipa parte de la historia de la comunicación y de las inquietudes que se plantean en el libro *De qué hablamos cuando hablamos del hombre* cuando se hace las siguientes preguntas:

“¿De quién hablamos cuando hablamos del hombre? ¿Hablamos de mujeres y hombres? ¿Hablamos del conjunto de seres humanos? ¿O las mujeres estamos excluidas, y en ese caso se generaliza olvidando la realidad específica de la mitad de la humanidad”? (Moreno, 2007:17)

Y en ese sentido es preciso traer a la discusión la participación de mujeres y hombres en la vida política como sujetos activos, para lo que se requiere que los medios de comunicación

los reconozcan como tal, y no solo sean percibidos como receptores pasivos de las acciones políticas de los pocos que están en los centros de poder (Moreno y Simelio, 2008)

Otro de los factores que hace posible la participación de los ciudadanos es el campo de las Humanidades digitales, que surge de la utilización de las tecnologías digitales, y que cambia la relación entre productores y usuarios, por tanto, abre la ventana a una ciudadanía participativa en la construcción de conocimiento. En pocas palabras, “un nuevo humanismo, que dé cuenta de las sociedades actuales, plurales y complejas” (Moreno, Molina & Simelio, 2017: 89)

Aunque debería darse ese diálogo entre ciudadanía y los medios públicos/privados, es preciso señalar que los medios públicos están expuestos a ser controlados directamente por los dirigentes políticos de turno, mientras que los privados se nutren de las informaciones que las administraciones proporcionan y que tienen sus propios intereses, por lo tanto la situación afecta a los que elaboran la información, es decir, los responsables de prensa de las administraciones (Moreno et al., 2013: 505). Lo anterior permite inferir que los periodistas de las administraciones trabajan más en lo que se llama márketing político que como profesionales que están al servicio de los intereses de los ciudadanos (Canel, 2007; Sanders, Canel, Holtz-Bacha, 2011).

Sin embargo, esta tendencia a difundir información que favorece a representantes políticos de turno también tiene un impacto sobre el ejercicio de los periodistas de medios privados y, de paso, sobre los ciudadanos que reciben una información desequilibrada y poco útil para que ellos puedan cumplir con el rol de sujetos políticos y de control sobre la gestión de los mandatarios. Es así como esta situación en poco o nada contribuye con la Democracia

Participativa y el rol de la ciudadanía, tal como lo sugiere el libro *Democracia y Gobernabilidad* cuando dice que la Democracia Participativa:

“Implica que la ciudadanía no solo ejerza sus derechos políticos a través del voto y luego delegue en los representantes de los partidos políticos la toma de decisiones, sino que se involucre en diferentes grados y etapas en el ejercicio de gobierno a fin de otorgar mayor eficacia a las decisiones públicas” (Ziccardi, 2007:160).

Sin duda, la ciudadanía no solo participa cuando sale a votar también lo hace cuando logra acceder a la información pública, lo que posibilita el control sobre las acciones gubernamentales y acorta la brecha que existe entre Estado y personas. Así lo señala Dahl (2000) cuando dice que la garantía de que exista un acceso a la información pública es una condición importante para que se dé la democracia, porque los ciudadanos bien informados tomarán mejores decisiones en su actuar público, lo que incrementará los niveles de participación de la ciudadanía en la toma de decisiones y, por tanto, en la valoración real de la democracia (Cid, Marileo y Moya, 2012: 13). Por consiguiente:

“Desde las políticas públicas, el acceso a información contribuye a aumentar la calidad de las mismas. Spiller, Stein y Tommasi (2003) establecen que el proceso de formación de políticas públicas, en que los movimientos de los actores son observables y sus acciones verificables, reduce los costos de transacciones políticas, y por consiguiente la probabilidad de que ocurran actos de corrupción” (Cid et al., 2012:13).

Entonces es clave que exista una educación cívica, porque esta soporta la democracia, que no estará en su plenitud si los ciudadanos no están formados cívicamente (Rodríguez, 2017:15) y, en este sentido, la transparencia es un aspecto que va de la mano, porque un gobierno

transparente es legítimo y eficiente, y cuando da respuesta rápida a sus ciudadanos es un gobierno responsable (Veljković, Bogdanović-Dinić y Stoimenov, 2014: 280)

El hecho de que los ciudadanos estén informados sobre las acciones de los gobernantes no solo permite que se le pueda hacer supervisión, “también legitima sus decisiones políticas y sirve para generar la aceptación de las políticas y superar la resistencia pública contra ellas” (König, 2016: 539). Para enfatizar sobre lo citado anteriormente, es preciso decir que:

“Los poderes públicos responden ante los ciudadanos, quienes informados, toman las decisiones oportunas. Los directivos rinden cuentas de su gestión y sus capacidades, de acuerdo con el mandato que hayan recibido. La institucionalización se refiere a la igualdad de oportunidades, la creación de confianza y capital social, así como a la reducción de la arbitrariedad” (Manfredi, Herranz & Calvo, 2017: 841).

La apertura de información de las administraciones públicas se hace posible por los recursos y herramientas digitales, así como por el concepto de Gobierno Abierto, que para Colombia se posibilita no solo con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sino también con la estrategia de Gobierno en Línea⁴⁵. Ambas hacen posible que los ciudadanos tengan “acceso abierto a determinados datos sin restricciones de copyright. En este movimiento se parte de la base de que la información de la Administración es patrimonio de todos los ciudadanos, por lo que les debe ser devuelta” (Ferrer-Sapena, Peset, & Aleixandre-Benavent, 2011: 262).

⁴⁵ Gobierno en Línea, obtenido el 12 de octubre de 2018, de <https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-19495.html>

Pero, en este gran panorama hay dos debates en torno a la difusión de la información. El primero está relacionado con la utilidad de los recursos digitales para promover la transparencia; el segundo, va enlazado al tipo de información que deben o pueden entregar los gobernantes. Entonces, el primero está ligado con qué tanto aportan a la transparencia los recursos digitales como páginas web o sedes electrónicas de entidades, ya que se hace necesario tener en cuenta la facilidad para comprender la información y qué tan fácil es su acceso, entre otras (Molina, Simelio y Corcoy, 2017). Ante esto, una de las propuestas para promover la participación es crear “herramientas de visualización que facilitan la consulta y reutilización de la misma” (Sebastián & Cardama, 2016: 47).

El otro gran debate está relacionado con qué tanta información puede o deben entregar los gobernantes (Washington, 2014; Kitchin, 2014), así como con lo complicado que resulta hacer visible toda esa información:

“La posibilidad de reorganizar los datos a través de nuevos y mejores procesos, de abrir repositorios gubernamentales de datos a los ciudadanos en una forma accesible, organizada y neutral sin afectar la privacidad de la información o exponer datos demasiado delicados que puedan dañar la función del Estado se convierte en una titánica tarea” (Sandoval – Almazán, 2015: 216).

La transparencia ha sido reconocida como un elemento clave para la democracia, lo que a su vez ha traído la creación de leyes que tiene como propósito que los ciudadanos accedan a la información pública, pero es claro mencionar que “la existencia de una ley adecuada es un paso ineludible pero nunca suficiente” (Chamorro, 2016: 2). Para el caso concreto de Colombia se creó la Ley 1712 de 2014 (Transparencia y acceso a la información pública), de la que hablamos en el inicio de la presente investigación.

Sin embargo, los ciudadanos no solo reciben información de sus gobiernos municipales/distritales a través de los medios con lo que estos cuentan (comunicados, páginas web, redes sociales, entre otros) sino que también reciben gran parte de la información relacionada con sus gobiernos locales procedente de los medios privados locales (periódicos, emisoras y noticieros).

Lo que se difunde en los medios locales impacta en las decisiones que toman los ciudadanos de una comunidad determinada, porque en estos espacios se difunden desde las noticias más importantes hasta la agenda del fin de semana. En el mundo sucede que:

“From small rural communities covered by weeklies to larger towns covered by their own daily, newspapers have been an integral part of local life and their journalists have chronicled events from the mundane to the monumental, publicised local debates, and kept a more or less watchful eye on those in positions of power” (Kleis, 2015:1)⁴⁶

Una definición más simple la da Fernández (2001) cuando dice que la información local se refiere a la información más cercana, es decir, aquella que impacta de manera directa a los habitantes de un territorio en concreto.

Pero, más allá de la definición es necesario hablar del valor que tiene esa comunicación local o de proximidad. Izquierdo (2010), que cita a Gomis (1974:127), dice que el valor del periodismo de proximidad está dado porque esta herramienta contribuye a la construcción de la democracia:

⁴⁶ “Desde pequeñas comunidades rurales cubiertas por semanarios hasta grandes ciudades cubiertas por su propio diario, los periódicos han sido una parte integral de la vida local y sus periodistas han relatado eventos de lo mundano a lo monumental, han publicitado debates locales y han mantenido una mirada más o menos vigilante sobre aquellos en posición de poder”. Texto traducido por la autora.

“Las noticias locales son las que conectan a los ciudadanos con sus ciudades, con sus representantes, con sus convecinos. Son las que hacen comunidad y, como tales, son las que construyen democracia” (Izquierdo, 2010: 15).

Sin embargo, esa importancia por lo local como tal no tiene tanto peso cuando se habla de comunicación local. En España el gran surgimiento de los medios locales se presenta cuando se dan las primeras elecciones municipales libres, por lo cual la política local termina por ser la protagonista de las informaciones locales (Fernández, 2001).

Esa función de contar y hablarle a los ciudadanos sobre hechos que interesen y, de verdad, sean los importantes y que encaja con lo que busca el periodismo de proximidad no se estaría dando, tal como ya se ha dicho, porque los ciudadanos no ven reflejadas sus realidades y sus necesidades en las informaciones que se están emitiendo desde sus medios locales. Así lo ratifica el estudio “Prensa local y agenda de gobiernos municipales. Análisis de casos en Colombia y México” que analiza lo que pasa con el tema en los municipios de Tonalá (México) y Envigado (Colombia) señala que:

“Los resultados empíricos de los casos nos permiten concluir que las demandas de la ciudadanía no se ven reflejadas en la reproducción de la realidad por parte de los medios; que la selección de eventos presentados en la prensa escrita están sugeridos por los actores gubernamentales para justificar políticas o decisiones previamente enunciadas y, por lo tanto, los medios no cumplen en estos casos la función social de formar opinión pública para la democratización real de los procesos sociales y políticos de nuestras sociedades” (Alzate y Romo, 2015: 63).

Y así también está dicho en el documento *El periodismo en Colombia: de los oficios y los medios* cuando señala que la prensa en este país ha estado muy conectada con los partidos y sus gobiernos y enfatiza en los periódicos regionales o provinciales cuando dice que:

“La identidad de la prensa está fuertemente unida al hecho de haber sido, desde la aparición en febrero de 1791 del *Papel Periódico* de la ciudad de Santa Fe de Bogotá (actualmente Bogotá), un medio de naturaleza privada y, en muchos casos, nacionales y regionales, de carácter familiar” (Barbero y Rey, 1997:14).

Y si revisamos la historia de los periódicos en Colombia es posible encontrar que la historia moderna de la prensa en Colombia tiene sus orígenes entre 1810 y 1830 cuando el número de periódicos creció modestamente, y sirvieron como plataforma para diferentes facciones políticas. Posada-Carbo (2010) habla que en 1925 había al menos 280 circulares periódicas en Colombia, y que “en 1918 seis diarios y tres pequeños periódicos fueron publicados en Barranquilla (Dunn, 1918)”⁴⁷.

4. DEFINICIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio tiene un componente descriptivo porque tiene como objetivo dar cuenta de forma detallada sobre la calidad de la información que difunden las administraciones públicas y la que se publica en las secciones de política y local de la muestra, así como qué tan beneficiosa es la información para los líderes en la Subnación y para la ciudadanía.

El estudio también tiene una vertiente correlacional porque se comparan las informaciones publicadas por las alcaldías con las que difunden los medios privados. Para lo anterior, se

⁴⁷ Texto traducido de Posada-Carbó, E. (2010) Newspapers, politics, and elections in Colombia, 1830-1930. *The historical Journal*, Vol. 52, No. 4, pp. 939-962

revisaron medios web institucionales, boletines de prensa (notas de prensa), periódicos impresos privados, así como televisión público-privada.

Se hizo un análisis del contenido divulgado en las secciones política y local de los periódicos seleccionados para la muestra, es decir, qué se publica, cómo se jerarquiza la información, de qué se habla, qué relación tiene con los líderes autoritarios en la Subnación. El mismo análisis se hace con la información difundida por los noticieros del Canal Regional Telecaribe, con el fin de medir qué tanta información se publica y que termina por beneficiar a la administración local, así como a los líderes autoritarios en la Subnación, que van desde grupos económicos importantes, familias adineradas, caciques políticos y facciones políticas tradicionales de las ciudades de Santa Marta, Barranquilla y Cartagena.

La investigación es también de carácter cualitativo porque se hicieron entrevistas a periodistas de los distintos medios seleccionados para la muestra, con el propósito de conocer las dinámicas internas que se dan en los medios, con respecto al manejo de la información.

A su vez tiene un alcance explicativo porque se entregan respuestas a las preguntas de investigación y se plantean mejoras en los programas académicos de Comunicación Social y Periodismo, con el fin de que los egresados de estos pregrados salgan de la Universidad con la posibilidad de autoemplearse y mitigar el impacto del Autoritarismo Subnacional.

5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología está compuesta, en primer lugar, por la adaptación que se ha hecho de Infoparticipa, del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de

la Universidad Autónoma de Barcelona, al caso de Colombia. Con dicha metodología se hizo la evaluación de transparencia de las tres ciudades (Distritos). Luego se construyeron cuatro matrices para realizar el análisis de contenido de los periódicos y noticieros de la muestra. Por último, se realizaron entrevistas a 19 periodistas de los distintos medios de la muestra, así como a los tres funcionarios que manejan las comunicaciones de las alcaldías de las ciudades seleccionadas.

5.1. Adaptación de la metodología Infoparticipa al caso colombiano

Primeramente, se hizo un análisis de la transparencia de la información que ofrecen las páginas web las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, para determinar si es suficiente o insuficiente. Para hacer dicho análisis, se usaron los indicadores de la metodología Infoparticipa Colombia, la cual surgió luego de la adaptación de los indicadores de la metodología Infoparticipa (<http://mapainfoparticipa.com/index/home/4>), que fue creada para revisar la información de los ayuntamientos de España (alcaldías para Colombia).

Infoparticipa es un ejercicio de auditoría de la transparencia, que fue implementado no solo por España sino que también fue adaptado a Ecuador (Medranda, 2017), de libre acceso para cualquier ciudadano. Esta herramienta posibilita,

“Examinar qué información se publica en las webs de los ayuntamientos a partir de un repertorio de indicadores sobre cuestiones fundamentales, formuladas tal como se las puede hacer cualquier persona”. (Moreno, Molina & Simelio, 2017:373)

Para hacer la adaptación de la metodología Infoparticipa Colombia se hizo necesario revisar la legislación sobre transparencia en Colombia, concretamente la Ley 1712 de 2014, de

Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública, que en su artículo 1 dice que su objeto es “regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho”⁴⁸. Esta Ley también señala, en su artículo 5, como sujetos obligados a:

“Toda entidad pública, que incluye las que pertenecen a las ramas del poder Público, en todos los niveles de la estructura estatal, central o descentralizada por servicios o territorialmente, en los órdenes nacional, departamental, municipal y distrital”.

La información pública, según el artículo 6 de dicha Ley, “es toda aquella que todo sujeto obligado genere, obtenga, adquiera o controle, en su calidad de tal”. En tanto que en su artículo 7, la Ley dice que los sujetos obligados deberán poner a disposición del público la información que posean, teniendo en cuenta que hay unas excepciones porque hay información clasificada y reservada.

“Los sujetos obligados deberán tener a disposición de las personas interesadas dicha información en la Web, a fin de que estas puedan obtener la información, de manera directa o mediante impresiones. Asimismo, estos deberán proporcionar apoyo a los usuarios que lo requieran y proveer todo tipo de asistencia respecto de los trámites y servicios que presten”.

De igual forma, la Ley debe cumplir con 10 principios, contemplados en el artículo 3, que son: transparencia, buena fe, facilitación, de no discriminación, gratuidad, celeridad,

⁴⁸ Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, disponible en http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1712_2014.html .

eficacia, calidad de la información, divulgación proactiva de la información y responsabilidad en el uso de la información.

Los municipios y los distritos son personas jurídicas de derecho público, por tanto están sujetos a esta Ley. En ese orden de ideas, Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, ciudades que interesan en la presente investigación, son sujetos obligados. Según la Ley de Transparencia de Colombia, los distritos tienen que difundir la información que esta Ley considera obligatoria. La difusión se debe hacer a través de su sitio web, así como en los dispositivos de divulgación existentes en su dependencia (art. 11 y 12).

Infoparticipa Colombia tiene las mismas categorías de la metodología original, que son:

¿Quiénes son los representantes políticos?, ¿Cómo se gestionan los recursos colectivos?,

¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de los recursos colectivos?,

¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?

Para realizar la adaptación de la metodología originalmente aplicada a España, se tuvo que hacer la revisión de las leyes de Régimen Municipal en Colombia, tales como la Ley 136 de 1994⁴⁹ (por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios) y la 617 de 2000⁵⁰ (por la cual se reforma parcialmente

⁴⁹ Ley 136 de 1994, por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios. Disponible en

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=329>.

⁵⁰ Ley 617/2000, por la cual se adiciona la ley orgánica de presupuesto, el decreto 1421 de 1993, se dictan otras normas tendientes a fortalecer la descentralización y se dictan normas para la racionalización del gasto público nacional. Disponible

en [http://www.auditoria.gov.co/Biblioteca%20General/Leyes/Leyes_19902009/Ley_617_de_2000_\(Racionalizacion_del_Gasto_Publico\).pdf](http://www.auditoria.gov.co/Biblioteca%20General/Leyes/Leyes_19902009/Ley_617_de_2000_(Racionalizacion_del_Gasto_Publico).pdf).

la ley 136 de 1994), así como también la 1551 de 2012⁵¹ (por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios). También se tuvo en cuenta la Ley 1617 del 5 de febrero de 2013⁵² (por la cual se expide el Régimen para los Distritos Especiales) y la 768 de 2002⁵³, por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos Portuario e Industrial de Barranquilla, Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y Turístico, y Cultural e Histórico de Santa Marta.

Después de revisar las leyes citadas, Infoparticipa Colombia quedó con 39 indicadores, es decir, 13 menos que la metodología original, que permiten evaluar la transparencia de los municipios y distritos de Colombia. Dicha reducción en el número está fundamentada en las diferencias político-administrativas de ambos países, puesto que las alcaldías en Colombia tienen menos atribuciones si se compara con los ayuntamientos en España, además que en Colombia los concejos municipales (con competencias similares a los plenos municipales) son instituciones independientes de las alcaldías. Entonces, tanto alcaldías como concejos municipales tienen páginas web distintas. Los siguientes cuadros (del 1 al 5) contienen los 52 indicadores Infoparticipa para España y los 39 para Colombia:

Indicador España	Indicadores Colombia
1. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre y apellidos, foto y partido político?	1. Id.

⁵¹ Ley 1551 de 2012, por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=48267>.

⁵² Ley 1617 de 2013 Por la cual se expide el Régimen para los Distritos Especiales. Disponible en <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201617%20DEL%2005%20DE%20FE%20BRERO%20DE%202013.pdf>.

⁵³ Ley 768 de 2002, por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos Portuario e Industrial de Barranquilla, Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta. Disponible en http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2002/ley_0768_2002.pdf.

2. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: biografía y/o curriculum?	2. Id.
3. ¿Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: nombre y apellidos, foto y partido político?	3. ¿Se da información básica sobre los miembros del gabinete: nombre, apellidos y foto?
4. ¿Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?	4. ¿Se da información básica sobre los miembros del gabinete: biografía y/o curriculum?
5. ¿Se da información básica sobre los representantes que no forman parte del gobierno: nombre y apellidos, foto y partido político?	
6. Se da información básica de los representantes que no forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?	
7. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) de los representantes políticos?	5. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) del alcalde o alcaldesa?
8. ¿Se publican las declaraciones de actividades y bienes de los cargos electos?	6. Id.
9. ¿Se publica la agenda institucional del Alcalde?	7. Id.
10. ¿Se publican en la web datos de contacto de los miembros del gobierno (correo electrónico y/o Twitter y/o Facebook y/o página web y/o teléfono...)?	8. ¿Se publican en la web datos de contacto del alcalde o alcaldesa y de los miembros del gabinete como correo electrónico y número de contacto?
11. ¿Se publican en la web datos de contacto de los miembros de la oposición?	

Cuadro 1. ¿Quiénes son los representantes políticos? (fuente: elaboración propia, 2017)

Indicadores España	Indicadores Colombia
12. ¿Se da información sobre la composición de los órganos de gobierno: pleno, junta de gobierno y/o comisiones informativas?	9. ¿Se da información sobre las funciones y deberes de los miembros del gabinete?
13. ¿Se da información sobre las competencias y el calendario de trabajo de estos órganos de gobierno?	10. ¿Se da información sobre las funciones y Plan de Acción de la Alcaldía?
14. ¿Se publica el organigrama completo con los nombres y apellidos de las personas responsables y sus funciones?	11. Id.
15. ¿Se publican las convocatorias de los plenos municipales con los órdenes del día previos a la celebración?	
16. ¿Se publican las actas del Pleno Municipal?	
17. ¿Se publican los acuerdos completos de la Junta de Gobierno y/o las actas íntegras, cuando la Junta de Gobierno actúe en delegación del pleno?	
18. ¿Se da información sobre el Plan de Gobierno (PG), Plan de Actuación Municipal (PAM) y/o Plan Estratégico?	12. ¿Se da información sobre el Plan de Desarrollo del Distrito?
19. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenación Urbanística Municipal (POUM), Plan General de Ordenación (PGO) u otras normas de planificación urbanística así como sus modificaciones puntuales?	13. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenamiento Territorial?
20. ¿Se publican las ordenanzas municipales?	

Cuadro 2. ¿Cómo se gestionan los recursos colectivos? (fuente: elaboración propia, 2017)

Indicadores España	Indicadores Colombia
--------------------	----------------------

21. ¿Se publica el Presupuesto del Ayuntamiento del año en curso y de los organismos autónomos y entes dependientes, en caso de existir?	14. ¿Se publica el Presupuesto anual de la Alcaldía y planes del gasto público?
22. ¿Se publica información sobre la ejecución trimestral del presupuesto del año en curso?	
23. ¿Se publican las modificaciones presupuestarias realizadas?	15. Id.
24. ¿Se publica información sobre el cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera y/o nivel de endeudamiento?	16. ¿Se publica los informes de gestión, evaluación y auditoría?
25. ¿Se publica la liquidación de los presupuestos de ejercicios anteriores y / o la cuenta general?	17. ¿Se publica el informe de gestión presupuestal de los años anteriores?
26. ¿Se publica la relación de puestos de trabajo de la Corporación y las retribuciones del personal laboral y funcionario del ayuntamiento, según las categorías?	
27. ¿Se publica el listado y las retribuciones de los directivos y de los cargos de confianza, sus funciones y su currículum?	18. ¿Se publican los salarios de los Secretarios del Gabinete?

28. ¿Se publica la oferta de trabajo del ayuntamiento, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?	19. ¿Se publica las convocatorias de empleo de la Alcaldía, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?
29. ¿Se publica el inventario general del patrimonio del ayuntamiento?	
30. ¿Se publican todos los contratos formalizados, mayores y menores?	20. ¿Se publica información sobre los contratos adjudicados por la Alcaldía?

31. ¿Se publican las licitaciones en curso y la composición de las mesas de contratación?	21. ¿Se publican las contrataciones en curso y la información sobre el respectivo proceso contractual?
32. ¿Se publican las actas de las mesas de contratación?	22. ¿Se publican los procesos, lineamientos y políticas en materia de adquisiciones y compras?
33. ¿Se publican las modificaciones de los contratos formalizados y sus prórrogas, las licitaciones anuladas y las resoluciones anticipadas?	23. ¿Se publican las modificaciones de los contratos formalizados y sus prórrogas?
34. ¿Se publica la relación completa de proveedores, adjudicatarios y/o contratistas y la cuantía económica?	24. ¿Se publica la relación completa de proveedores y contratistas y la cuantía económica?
35. ¿Se publica el periodo medio de pago a los proveedores?	25. ¿Se publica el plazo de cumplimiento de los contratos?
36. ¿Se publican las subvenciones otorgadas, las respectivas convocatorias y resoluciones?	26. ¿Se publican las convocatorias o proyectos de inversión y las subvenciones otorgadas?
37. ¿Se publican los convenios firmados, especificando las partes, su objeto y las obligaciones económicas que se deriven, en su caso?	27. Id.
38. ¿Se publica el coste y las características de las campañas de publicidad institucional en los medios de comunicación?	28. Id.

Cuadro 3. ¿Cómo se gestionan los recursos económicos: presupuestos, salarios, contrataciones, subvenciones...? (fuente: Infoparticipa, 2015; elaboración propia, 2017)

Indicadores España	Indicadores Colombia
39. ¿Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno?	29. ¿Se publican noticias e informaciones sobre las actuaciones de la Alcaldía relacionadas con la gestión del gobierno?
40. ¿Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición y/o de los grupos políticos relacionadas con el control de la gestión del gobierno?	
41. ¿Se publica información sobre el desarrollo del pleno, las mociones presentadas por los diferentes grupos políticos, el debate y los acuerdos?	30. ¿Se publica los decretos de la Alcaldía?
42. ¿Se publica información histórica sobre el municipio?	31. Id.
43. ¿Se da información sobre la situación del municipio: datos sobre el término municipal, la población empadronada y la diversidad social, actividades económicas, culturales?	32. ¿Se da información sobre la situación del municipio: datos demográficos o estadísticos sobre actividades económicas y culturales que se estén desarrollando?
44. ¿Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas?	33. Id.
45. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Corporación?	34. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Alcaldía?

Cuadro 4. ¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos? (fuente: elaboración propia, 2017)

Indicadores España	Indicadores Colombia
46. ¿Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto?	35. ¿Se da información en la web sobre todo mecanismo por medio del cual el ciudadano pueda participar en la formulación de políticas?

47. ¿Se da información en la web de otros mecanismos o entes de participación: consejos territoriales, consejos de ciudad, consejos sectoriales, etc.?	
48. ¿Se publican las Actas de las reuniones de los otros mecanismos o entes de participación mencionados en el indicador 47?	
49. ¿Se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o el registro de los grupos de interés, en su caso?	36. Id.
50. ¿Se ofrecen en la web instrumentos de consultas y/o de participación sobre temas actuales de interés local?	37. Id.
51. ¿Se ofrece en la web la relación de servicios que se prestan (Carta de Servicios) y los compromisos ante la ciudadanía?	38. ¿Se ofrece en la web de la Alcaldía la relación de servicios que se prestan, formularios y protocolos de atención a la ciudadanía?
52. ¿Se proporcionan en los web instrumentos para valorar los servicios y para presentar quejas o sugerencias sobre su funcionamiento?	39. ¿Se da información en la web sobre mecanismos para presentar quejas y reclamos en relación con acciones y omisiones de la Alcaldía?

Cuadro 5. ¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana? (fuente: elaboración propia, 2017)

Criterios de evaluación

Para hacer la evaluación de la transparencia de las páginas electrónicas de los distritos, también se hizo necesario determinar unos criterios de evaluación, para que esta fuese lo más equilibrada posible. Aquí los criterios de evaluación que se definieron para la metodología Infoparticipa Colombia:

1. ¿Quiénes son los representantes políticos?

Indicador 1. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre y apellidos y foto?

a. Información, temática y contenido

Han de constar las tres informaciones requeridas: nombre, apellidos y fotografía del alcalde o de la alcaldesa. Los datos deben estar actualizados de acuerdo con los cambios que se hayan podido producir durante el mandato 2016-2019.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Se pueden aceptar tres opciones:

Primera: que estén las tres informaciones en “Nuestro Alcalde” o “El Alcalde”. Las informaciones referidas a la Alcaldía, composición, actas, acuerdos, normativas..., como lo menciona la Ley 1712 de 2014 o Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, en su artículo 9 sección C), se debe hacer pública. Consideramos válida la localización en este apartado, aunque no se mencione explícitamente en cada indicador.

Segunda: también es válido si la información se encuentra en el apartado del espacio propio del titulado "Alcaldía".

Tercera: la información aparece separada en dos lugares, en "Acerca de la entidad" u “Organigrama” el nombre, apellidos y la foto. Se puede validar.

c. Recomendaciones

La primera opción es la más recomendable en cuanto a la ubicación de la información; la segunda es aceptable; y la tercera muestra la información de forma deficiente, ya que disgrega datos fundamentales sobre la persona que ostenta la máxima representación del distrito. Se recomienda que la foto sea tipo carné o de una tipología adecuada a una página de comunicación institucional. También se da por válido un dibujo o un perfil siempre que las personas sean reconocibles.

Indicador 2. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: biografía y/o currículum?

a. Información, temática y contenido

Debe constar un breve resumen de la biografía del alcalde o de la alcaldesa y/o su currículum. Datos sobre formación, perfil laboral o profesional y trayectoria política, además de las responsabilidades políticas que ostenta en la actualidad.

b. Ubicación o espacio de web donde debe aparecer

Son aceptables tres opciones.

Primera: la información se localiza en el apartado particular de “Nuestro alcalde” o “El alcalde o Alcaldesa”.

Segunda: la información aparece en el apartado “Acerca de la entidad” o en “Organigrama”.

Tercera: se accede a la información a través de un enlace que puede estar en el espacio del Alcalde, o bien en cualquiera de los apartados anteriores en que se ubica el nombre, apellidos y fotografía, y que permite acceder al perfil de Facebook, al currículum u hoja de vida en la red social LinkedIn o similares.

c. Recomendaciones

En el caso en que el Alcalde o la Alcaldesa dispongan de un espacio propio online, esta información se puede ubicar allí, pero con un enlace desde cualquiera de los apartados.

Indicador 3. ¿Se da información básica sobre los secretarios que componen el Gabinete: nombre, apellidos y foto?

a. Información, temática y contenido

Constarán las tres informaciones: nombre, apellidos y fotografía de cada uno de los secretarios distritales.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Son aceptables dos opciones.

Primera: la información figura en la sección “Gabinete Municipal”

Segunda: la información aparece en el apartado "Acerca de la entidad"

c. Recomendaciones

Entendemos que se trata de un portal de comunicación pública que debe informar del alcalde y el programa de gobierno que ha sido elegido por los ciudadanos y las ciudadanas en unas elecciones, así como de los secretarios nombrados para ejecutar dicho programa de gobierno; por tanto, la información o debe estar o debe ser accesible desde los apartados mencionados e, igualmente, deben aparecer las tres informaciones sobre todos los miembros del gobierno. No se puede marcar el indicador si no aparece la foto individual de todos y cada uno de los secretarios. La foto de grupo del día de la toma de posesión se puede publicar como un documento gráfico complementario que tiene validez histórica, pero las individuales son imprescindibles ya que en una fotografía de grupo no es posible identificar cada uno de los secretarios. Se recomienda que las fotos sean tipo carné o de tipología adecuada a una página de comunicación institucional.

Indicador 4. ¿Se da información básica sobre los miembros del Gabinete: biografía y/o currículum?

a. Información, temática y contenido

Breve resumen de la biografía y/o currículum. Datos sobre formación, perfil laboral o profesional y trayectoria política de cada uno de los secretarios del gobierno distrital, además de la responsabilidad política que ostenta en la actualidad.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer.

Debe aparecer en el apartado “Gabinete Municipal” o “Acerca de la entidad”.

c. Recomendaciones

Para puntuar positivamente deben constar los currículos de todos y cada uno de los secretarios que hacen parte del Gabinete Municipal.

Indicador 5. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) del Alcalde o Alcaldesa?

a. Información, temática y contenido

Escalas salariales de los secretarios y del alcalde vigente. En caso de que no perciban remuneración, se explicitará con claridad.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En “Acerca de la entidad” o debe estar colgado un enlace del Sigep (Sistema de Información y Gestión del Empleo Público). También puede encontrarse en otros espacios como por ejemplo en Portal de contratación Estatal, Presupuestos o Información Económica.

c. Recomendaciones

Es conveniente que conste el enunciado "Escalas salariales" o "Categorías de sueldo de los representantes". Estas escalas deben corresponder al año en curso y si tienen fecha de la toma de posesión del secretario(a). Es recomendable que estas retribuciones sean mensuales.

Indicador 6. ¿Se publican las declaraciones de actividades y bienes del Alcalde o Alcaldesa?

a. Información, temática y contenido

Relación de los bienes patrimoniales (vehículos, bienes inmuebles, muebles, participaciones en sociedades, títulos, fondos de pensiones, cuentas y depósitos bancarios, préstamos

personales, declaraciones de renta y otros bienes). En el caso de los bienes muebles sólo se deben declarar los que tengan un volumen considerable económico, histórico o artístico.

La Ley no obliga a que la Alcaldía publique esta información en la web, sin embargo se considera necesario para el presente trabajo, por cuanto el alcalde o alcaldesa es un representante de los ciudadanos y, como tal, debe ser lo más transparente posible.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado “Acerca de la entidad” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”. También puede encontrarse en otros espacios como por ejemplo en Portal de contratación Estatal, presupuestos o información económica.

c. Recomendaciones

Es recomendable que estas informaciones se presenten de forma oficial en forma de decretos u acuerdos firmados por el Alcalde. La periodicidad o actualización del documento será: inicial (toma de posesión del cargo electo); anual; final de mandato o cese; y cuando se considere necesario por haberse producido una modificación en la información.

Indicador 7. ¿Se publica la agenda institucional del Alcalde?

a. Información, temática y contenido

Agenda del alcalde. Relación, diaria, semanal y/o mensual, de las actividades públicas y presencia del alcalde/alcaldesa en el desarrollo de actos y funciones correspondientes a su cargo. Se valorará también la posibilidad de publicar reuniones según temática y el interés general.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Se puede ubicar en un apartado específico para la actividad del Alcalde/alcaldesa o también la sección de “Prensa”.

c. Recomendaciones

Mantener actualizada la agenda.

Indicador 8. ¿Se publican en la web datos de contacto del alcalde o alcaldesa y de los secretarios o miembros del Gabinete Distrital (correo electrónico y/o twitter y/o facebook y/o página web y/o teléfono...)?

a. Información, temática y contenido

Relación de las diversas maneras mediante las que la ciudadanía puede ponerse en contacto con cada uno de los miembros del gobierno, bien a través de correo electrónico institucional o un formulario dirigido a cada secretario, vía telefónica, página web propia o redes sociales.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Es recomendable que estas diferentes herramientas para comunicarse con los cargos electos se publiquen junto con los datos biográficos de cada uno de los secretarios.

c. Recomendaciones

En el caso del correo electrónico es altamente recomendable que los datos de contacto sean los que corresponden a cada secretario, aunque también se puede validar el indicador, en municipios pequeños que no dispongan de correo institucional individualizado, si el contacto es genérico de la secretaria o secretario que representa, pero no se valida si solo consta la dirección de correo electrónico del grupo político al que pertenece.

2. ¿Cómo se gestionan los recursos colectivos?

Indicador 9. ¿Se da información sobre las funciones y deberes de los secretarios del Gabinete?

a. Información, temática y contenido

Deben constar al menos los nombres de los secretarios de la Alcaldía.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Es recomendable que esta información aparezca junto con los cargos y datos biográficos de cada uno de los secretarios.

c. Recomendaciones

La información debe ser breve y escrita en lenguaje periodístico, inteligible, y puede ir precedida de un breve resumen de lo que marca la Ley de Transparencia en el artículo 9, literal a) “la descripción de la estructura orgánica, funciones y deberes”.

Indicador 10. ¿Se da información sobre las funciones y Plan de Acción de la Alcaldía?

a. Información, temática y contenido

Deben constar las funciones y/o planes a ejecutar de las secretarías. Como lo establece el artículo 9, literal d) de la Ley de Transparencia: “Todas las normas generales y reglamentarias, políticas, lineamientos o manuales, las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos y los resultados de las auditorías al ejercicio presupuestal e indicadores de desempeño”.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

“Acerca de la entidad” o en el apartado “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”.

c. Recomendaciones

La información puede ir precedida de un breve resumen de lo que marca la ley y es recomendable que se presente en un lenguaje comprensible. Es recomendable que la información se encuentre en el mismo espacio, pero se puede validar si no es el caso.

Indicador 11. ¿Se publica el organigrama completo con los nombres y apellidos de las personas responsables y sus funciones?

a. Información, temática y contenido

Debe constar el organigrama de la Alcaldía. Las responsabilidades, delegaciones de cada secretario, y tenencia de Alcaldía, con los correspondientes nombres y apellidos. Las competencias delegadas por parte de la Alcaldía, así como las responsabilidades correspondientes a cada secretaria. Es del todo recomendable que se muestre gráficamente en forma de árbol.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

“Acerca de la entidad” o “Directorio” o apartado “Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”.

c. Recomendaciones

Es recomendable que conste un enlace al espacio propio de cada secretario donde está su currículum y otros datos.

Indicador 12. ¿Se da información sobre el Plan de Desarrollo del municipio o distrito?

a. Información, temática y contenido

Debe constar el Plan de Desarrollo, Plan de Ordenamiento Territorial y/o Programa de gobierno aprobado, que incluya los ejes básicos y actuaciones de la gestión municipal a lo largo de los cuatro años del mandato en curso.

En el caso del Plan de Ordenamiento Territorial se puede haber aprobado en un mandato anterior, pero debe estar vigente.

En todos los casos, debe constar la fecha y el período de aplicación.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En la página de inicio, o en los apartados “Acerca de la entidad” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”

c. Recomendaciones

Los documentos de planificación de la acción del gobierno son fundamentales para un buen gobierno y también para que la ciudadanía pueda hacer seguimiento y evaluar la actuación de los secretarios y, por tanto, deben ser fácilmente accesibles y redactados con un lenguaje comprensible.

Recomendamos que se anuncien en la página de inicio con un banner.

También recomendamos que se incorporen herramientas para hacer seguimiento de su ejecución.

Indicador 13. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenamiento Territorial

a. Información, temática y contenido

Debe constar el Plan de Desarrollo, Plan de Ordenamiento Territorial y/o Programa de gobierno aprobado, que incluya los ejes básicos y actuaciones de la gestión municipal a lo largo de los cuatro años del mandato en curso.

En el caso del Plan de Ordenamiento Territorial se puede haber aprobado en un mandato anterior, pero debe estar vigente.

En todos los casos, debe constar la fecha y el período de aplicación.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En la página de inicio, o en los apartados “Acerca de la entidad” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”

c. Recomendaciones

Los documentos de planificación de la acción del gobierno son fundamentales para un buen gobierno y también para que la ciudadanía pueda hacer seguimiento y evaluar la actuación de los secretarios y, por tanto, deben ser fácilmente accesibles y redactados con un lenguaje comprensible.

Recomendamos que se anuncien en la página de inicio con un banner.

También recomendamos que se incorporen herramientas para hacer seguimiento de su ejecución.

3. ¿Cómo se gestionan los recursos económicos: presupuestos, salarios, contrataciones, subvenciones...?

Indicador 14. ¿Se publica el Presupuesto anual de la Alcaldía y planes del gasto público?

a. Información, temática y contenido

Presupuesto del año en curso o Plan Plurianual de Inversiones, debe aparecer con claridad.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Dos opciones:

Primera: espacio propio, visible y fácil de localizar, con el título Presupuesto o Plan Plurianual de Inversiones. También puede enlazar con el Portal de la Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública.

Segunda: enlace a la web del Portal de Contratación Pública donde está alojada la información.

c. Recomendaciones

No se valida si no consta el presupuesto con las correspondientes partidas de ingresos y gastos. Tampoco se valida la publicación de un proyecto de acuerdo. Debe aparecer el documento de aprobación definitiva del año en curso.

Puede que aparezca junto con el plan de desarrollo.

Indicador 15. ¿Se publican las modificaciones presupuestarias realizadas?

En el caso de que no se hagan, en el periodo de vigencia del presupuesto, se explicitará con claridad.

a. Información, temática y contenido

Publicación del Plan de Acción de las Secretarías o del distrito o distrito en general, en el que conste la ejecución presupuestal, los aumentos y el correspondiente presupuesto de ingresos.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Es recomendable que esté en el mismo espacio donde está el Presupuesto, Plan de Desarrollo, y / o Plan Plurianual de inversiones.

c. Recomendaciones

La información debe ser clara e inteligible.

Indicador 16. ¿Se publican los informes de gestión, evaluación y auditoría?

a. Información, temática y contenido

Publicación del informe de auditoría referido a la capacidad de cumplimiento del objetivo de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera, en términos de capacidad o necesidad de financiación-, la regla de gasto y el límite de endeudamiento, según la ley 550 o ley que quiebras si aplica o es el caso. Se trata de un informe económico financiero adjunto al expediente de aprobación del presupuesto anual.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En el mismo espacio donde consta la información del presupuesto.

c. Recomendaciones

La información debe constar en el documento rendición de cuentas, pero es recomendable que se extraiga esta parte y se publique en un espacio propio.

Indicador 17. ¿Se publica el informe de gestión presupuestal de los años anteriores?

a. Información, temática y contenido

Informes de las cuentas anuales, documentos contables y presupuestarios. Como lo ordena el art.77 de la Ley 1474 de 2011: “Publicación proyectos de inversión. Sin perjuicio de lo ordenado en los artículos 27 y 49 de la Ley 152 de 1994 y como mecanismo de mayor transparencia en la contratación pública, todas las entidades del orden nacional, departamental, municipal y distrital deberán publicar en sus respectivas páginas web cada proyecto de inversión, ordenado según la fecha de inscripción en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión nacional, departamental, municipal o distrital, según el caso”.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado “Presupuesto”, “rendición de cuentas” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”.

c. Recomendaciones

Es altamente recomendable que la información sea inteligible.

Indicador 18. ¿Se publican los salarios de los Secretarios?

a. Información, temática y contenido

Publicación del documento con la relación de puestos de trabajo de la Corporación y las retribuciones brutas anuales. Debe constar de forma clara la plantilla orgánica municipal con

las categorías, las plazas cubiertas y las vacantes. También el catálogo de puestos de trabajo del personal funcionario y laboral del año en curso con las correspondientes retribuciones.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Se encuentra generalmente en el apartado “Contratación”. Puede contener un enlace al portal de contratación pública (Sigep). También puede encontrarse en otros espacios como por ejemplo en rendición de cuentas o presupuesto.

c. Recomendaciones

También puede aparecer en Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública.

Indicador 19. ¿Se publica la oferta de trabajo de la Alcaldía, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?

En los casos en que no se haga ninguna convocatoria, se explicitará con claridad.

a. Información, temática y contenido

Publicación de las convocatorias de prestadores de servicios en la Alcaldía. Incluye los resultados finales del proceso.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Se publica generalmente en la sede electrónica bajo el nombre de información sobre procesos contractuales, pero también se puede publicar un enlace de redirección a la página web del Departamento Administrativo de Función Pública.

c. Recomendaciones

La información puede no estar en la página web de la alcaldía, pero si en la página web del Departamento Administrativo de Función Pública.

Indicador 20. ¿Se publican la información sobre los contratos adjudicados por la Alcaldía?

a. Información, temática y contenido

Relación en un documento único de todos los contratos, proveedores y órdenes de pago. El Gobierno Nacional decide crear Colombia Compra Eficiente, por medio del Decreto Ley 4170 de noviembre 3 de 2011, “con el fin de crear políticas unificadas que sirvan de guía a los administradores de compras y que permitan monitorear y evaluar el desempeño del Sistema y generar transparencia en las compras”.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Página web alcaldía apartado de Contratación, Contraloría o Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública.

Enlace a la página del Secop.

c. Recomendaciones

Que la relación sea en un documento Excel o similar de fácil lectura asociado a la normativa general de contratación.

Indicador 21. ¿Se publican las contrataciones en curso y la información sobre el respectivo proceso contractual?

a. Información, temática y contenido

Siguiendo la Ley de Transparencia art. 10: “En el caso de la información de contratos indicada en el artículo 9° literal e), tratándose de contrataciones sometidas al régimen de contratación estatal, cada entidad publicará en el medio electrónico institucional sus contrataciones en curso y un vínculo al sistema electrónico para la contratación pública o el que haga sus veces, a través del cual podrá accederse directamente a la información correspondiente al respectivo proceso contractual, en aquellos que se encuentren sometidas a dicho sistema, sin excepción”.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Página web alcaldía apartado de “Contratación” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”. También puede encontrarse en otros espacios como por ejemplo información financiera.

También se puede encontrar en el enlace del Secop, que debe estar colgado en la página web.

c. Recomendaciones

Es recomendable que esta información contenga manual de contratación, la convocatoria y las diferentes fases del proceso de contratación.

Indicador 22. ¿Se publican los procesos, lineamientos y políticas en materia de adquisiciones y compras?

a. Información, temática y contenido

Las convocatorias de contratación y publicadas en documento pdf o similar.

b. Ubicación espacio de la web donde debe aparecer

Página web alcaldía apartado de “Contratación” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”.

c. Recomendaciones

Es recomendable que esta información contenga las empresas que han participado en la licitación.

Indicador 23. ¿Se publican las modificaciones de los contratos y sus prórrogas, las licitaciones anuladas?

a. Información, temática y contenido

Actualización de las licitaciones o convocatorias de contratos.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado de “Contratación” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”. También puede encontrarse en el enlace del Secop, que debe estar por Ley en la página de la Alcaldía.

c. Recomendaciones

Es recomendable que esta información contenga los acuerdos correspondientes, y que se haga constar de manera explícita la denominación del contrato, objeto, a quien se le adjudicó, órgano y fecha en que se aprobó el contrato inicial, y la modificación de que es objeto.

Indicador 24. ¿Se publica la relación completa de proveedores, contratistas y la cuantía económica?

a. Información, temática y contenido

Como lo menciona el art. 9 de la Ley de transparencia: “e) Su respectivo plan de compras anual, así como las contrataciones adjudicadas para la correspondiente vigencia en lo relacionado con funcionamiento e inversión, las obras públicas, los bienes adquiridos, arrendados y en caso de los servicios de estudios o investigaciones deberá señalarse el tema específico, de conformidad con el artículo 74 de la Ley 1474 de 2011. En el caso de las personas naturales con contratos de prestación de servicios, deberá publicarse el objeto del contrato, monto de los honorarios y direcciones de correo electrónico, de conformidad con el formato de información de servidores públicos y contratistas”.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado de “Contratación” o “Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública”. También puede encontrarse en otros espacios como por ejemplo Proveedores.

También puede encontrarse en el enlace del Secop, que debe aparecer en la página web de la Alcaldía.

c. Recomendaciones

Es recomendable que esta información contenga la lista de empresas y/o proveedores, con el total anual facturado. También se valorará si se informa sobre el número de contratos adjudicados a cada empresa.

Indicador 25. ¿Se publica el plazo de cumplimiento de los contratos?

a. Información, temática y contenido

Especificación de los días de entrega de pago de la Alcaldía a sus proveedores.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En el apartado de Contratación o Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública. También se puede encontrar en otros espacios como Hacienda u órdenes de pago.

c. Recomendaciones

Que la información sea vigente y que se encuentre con facilidad. Según la Ley 1474 de 2011 en su Art. 77. “Publicación proyectos de inversión. Sin perjuicio de lo ordenado en los artículos 27 y 49 de la Ley 152 de 1994 y como mecanismo de mayor transparencia en la contratación pública, todas las entidades del orden nacional, departamental, municipal y distrital deberán publicar en sus respectivas páginas web cada proyecto de inversión, ordenado según la fecha de inscripción en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión nacional, departamental, municipal o distrital, según el caso”.

Indicador 26. ¿Se publican las convocatorias o proyectos de inversión?

a. Información, temática y contenido

Publicar las convocatorias o proyectos de inversión que se van a adjudicar.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado de Contratación o Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública. También se puede encontrar en otros espacios como Hacienda u órdenes de pago o un enlace al portal de contratación pública.

c. Recomendaciones

Se recomienda publicar las personas naturales y/o jurídicas que participaron en la convocatoria y no se les adjudicó el contrato. También siguiendo el Art.9 (Ley de Transparencia) literal e) Se publicará “Su respectivo plan de compras anual, así como las contrataciones adjudicadas para la correspondiente vigencia en lo relacionado con funcionamiento e inversión, las obras públicas, los bienes adquiridos, arrendados y en caso de los servicios de estudios o investigaciones deberá señalarse el tema específico, de conformidad con el artículo 74 de la Ley 1474 de 2011. En el caso de las personas naturales con contratos de prestación de servicios, deberá publicarse el objeto del contrato, monto de los honorarios y direcciones de correo”

Indicador 27. ¿Se publican los convenios firmados, su objeto y el presupuesto requerido para su ejecución?

a. Información, temática y contenido

Plan de compras anual de la Alcaldía especificando la fecha, la entidad y/u organización con quien se firma, el presupuesto, el objetivo y la duración.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado de Contratación o Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública. También se puede encontrar en otros espacios como Hacienda un enlace al Secop (portal de contratación pública).

c. Recomendaciones

La información puede ser de años anteriores e incluso se puede encontrar un resumen de los convenios firmados, aunque no estén digitalizados todos los contratos/convenios. Aquí se sigue a Ley 1712 de 2014 Art. 10.

Indicador 28. ¿Se publica el coste y las características de las campañas de publicidad institucional en los medios de comunicación?

a. Información, temática y contenido

Publicación de los costos, plan de acción y presupuesto de las campañas publicitarias que la Alcaldía adelantó en el año anterior.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Apartado Contratación o Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública. También se puede encontrar en otros espacios como Oficina de Comunicaciones o un enlace al portal de contratación pública.

c. Recomendaciones

La ley 1474 de 2011 es clara en su Art. 10. “Presupuesto de publicidad. Reglamentado por el Decreto Nacional 4326 de 2011. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos.

Parágrafo 3°. Las entidades del orden nacional y territorial a que se refiere esta disposición están obligadas a publicar periódicamente en su página de Internet toda la información relativa al presupuesto, planificación y gastos en las actividades descritas en el inciso primero de este artículo”.

4 ¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos?

Indicador 29. ¿Se publican noticias e informaciones sobre las actuaciones de la Alcaldía relacionadas con la gestión del gobierno?

a. Información, temática y contenido

Noticias sobre la gestión de la alcaldía, los programas en ejecución, y actividades ciudadanas. Se valida este indicador sólo si se publican noticias cuya periodicidad sea como máximo de dos meses. No se valida si solo se ofrecen informaciones de servicios, agenda, convocatoria ..., etc, sin que en el histórico conste ninguna noticia sobre la gestión o la vida ciudadana.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Deben estar ubicadas en la página de inicio de sitio web de la alcaldía, en el espacio Noticias o en las mismas páginas de las secretarías. También, se pueden tener en cuenta los comunicados de prensa enviados a medios de comunicación.

c. Recomendaciones

Se presentarán con un titular inteligible, con la fecha de la noticia y un texto - de una extensión indeterminada - que conforma el cuerpo de la misma. Con unos contenidos periodísticos, evitando el lenguaje administrativo o técnico. Esto complementario a la Ley 136 de 1994 Art.

5. c) Publicidad y Transparencia: Los actos de la administración municipal son públicos

y es obligación de la misma facilitar el acceso de los ciudadanos a su conocimiento y fiscalización, de conformidad con la Ley.

Indicador 30. ¿Se publican los decretos de la Alcaldía y toda decisión que afecte al público?

a. Información, temática y contenido

Informaciones en formato noticia sobre los decretos firmados por el alcalde.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En la página de inicio, en el espacio Noticias o la página web de la secretaria correspondiente. También puede aparecer en el apartado “Gaceta Distrital”.

c. Recomendaciones

Se presentarán con un titular inteligible, con la fecha de la noticia y un texto - de extensión indeterminada - que conforma el cuerpo de la misma.

Se recomienda que sean noticias cortas, concretas, con unos contenidos periodísticos, evitando el lenguaje administrativo o técnico, con enlaces a documentos de apoyo documental u otros recursos multimedia o digitales, en su caso; y que su contenido vaya acompañado de declaraciones o párrafos literales de los protagonistas de la información, que se centren, de preferente, en la actividad local y se cite la fuente.

Siguiendo la ley 1712 de 2014 “Art. 11 d) El contenido de toda decisión y/o política que haya adoptado y afecte al público, junto con sus fundamentos y toda interpretación autorizada de ellas;”

Indicador 31. ¿Se publica información histórica sobre el municipio o Distrito?

a. Información, temática y contenido

Información histórica sobre el municipio. La Alcaldía no está obligada a publicarla, sin embargo es una información importante para que el ciudadano esté enterado del municipio o Distrito.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Historia o Conoce a tu ciudad. También se puede encontrar en el Plan de desarrollo.

c. Recomendaciones

Se valida si consta un texto sobre la historia de la ciudad, aunque sea breve y convencional.

No hay obligación de colocar esta información.

Indicador 32. ¿Se da información sobre la situación del municipio o distrito: datos demográficos o estadísticos sobre actividades económicas y culturales que se estén desarrollando?

a. Información, temática y contenido

Información sobre la realidad actual del municipio o distrito: demografía, actividad económica, social, cultural.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Puede aparecer en la sección de “Conoce a tu ciudad” o “Promoción del Turismo”.

c. Recomendaciones

Se valida el indicador si figuran algunos de los datos básicos del municipio: número de habitantes, extensión, densidad de población. Recomendamos que la información sobre la sociedad esté relacionada con la información histórica y sea actual.

La ley no obliga a publicar esta información.

Indicador 33. ¿Se ofrece en la web una agenda de actividades locales y ciudadanas?

a. Información, temática y contenido

Agenda de actividades municipales y ciudadanas. Debe permitir que la ciudadanía conocer qué programas y proyectos se están adelantando y que puede participar de ellos. La Alcaldía no está obligada a publicar esta información.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

En la página de inicio, en el espacio propio de Agenda

c. Recomendaciones

Se puede encontrar una agenda cultural de actividades en la ciudad.

Indicador 34. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Alcaldía?

a. Información, temática y contenido

Datos de contacto de la persona responsable de Prensa, Información y/o Comunicación, ya sea un cargo político o técnico: nombre, apellidos, correo electrónico o teléfono.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Sección de la Oficina de Comunicación o Prensa. Portal de Contratación.

c. Recomendaciones

Es obligatorio siguiendo el Art. 9. De la Ley de transparencia literal c) “Un directorio que incluya el cargo, direcciones de correo electrónico y teléfono del despacho de los empleados y funcionarios y las escalas salariales correspondientes a las categorías de todos los servidores que trabajan en el sujeto obligado, de conformidad con el formato de información de servidores públicos y contratistas”.

5. ¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?

Indicador 35. ¿Se da información en la web sobre todo mecanismo por medio del cual el ciudadano pueda participar en la formulación de políticas?

a. Información, temática y contenido

Ley, Política pública de participación ciudadana vigente o espacios de participación.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Oficina de Participación Ciudadana.

c. Recomendaciones

Los espacios de participación en especial para la construcción del plan de desarrollo y su rendición de cuentas son obligatorios, siguiendo la Ley estatutaria 1757 de 2015 “Artículo 2°. De la política pública de participación democrática. Todo plan de desarrollo debe incluir medidas específicas orientadas a promover la participación de todas las personas en las decisiones que los afectan y el apoyo a las diferentes formas de organización de la sociedad. De igual manera los planes de gestión de las instituciones públicas harán explícita la forma como se facilitará y promoverá la participación de las personas en los asuntos de su competencia”.

Indicador 36. ¿Se ofrecen en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o registro de los grupos de interés en su caso?

a. Información, temática y contenido

La relación de entidades del municipio, con al menos, los nombres, direcciones y otros datos de contacto de las entidades constituidas y en activo.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Dos opciones:

Primera: Participación Ciudadana.

Segunda: espacio específico de las entidades o enlaces que lleven a las entidades.

c. Recomendaciones.

Que las entidades estén activas y con enlaces a sus webs, siempre que dispongan y que la información esté actualizada y con la fecha.

Indicador 37. ¿Se ofrece en la web instrumentos de consultas y/o participación sobre temas actuales de interés local?

a. Información, temática y contenido

Publicación de los diferentes elementos de participación on line: procesos participativos abiertos, encuestas, concursos de ideas, foros, audiencias públicas... que permitan que la ciudadanía manifieste sus preferencias sobre una actuación municipal o otro tema de actualidad de interés local.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Alcaldía o Portal de la Transparencia. También puede encontrarse en otros espacios como la página de inicio, o en el mismo espacio donde se exponga el Catálogo de todos los servicios distritales.

c. Recomendaciones

Siguiendo la Ley de Transparencia en su Art. 11. “a) Detalles pertinentes sobre todo servicio que brinde directamente al público, incluyendo normas, formularios y protocolos de atención; c) Una descripción de los procedimientos que se siguen para tomar decisiones en las diferentes áreas”.

Indicador 38. ¿Se ofrece en la web la relación de servicios que se prestan (Carta de Servicios), formularios y protocolos de atención a la ciudadanía?

a. Información, temática y contenido

Conocido también como catálogo o guía de servicios, esta información recoge las prestaciones que ofrece el Ayuntamiento a la ciudadanía para que el ciudadano / a conozca los servicios a los que tiene derecho y los sistemas para participar o hacer propuestas de mejora. Los compromisos adquiridos en cada servicio y el grado de cumplimiento por parte del Ayuntamiento.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Alcaldía o Portal de la Transparencia. También puede encontrarse en otros espacios como la página de inicio, o en el mismo espacio donde se exponga el Catálogo de todos los servicios distritales.

c. Recomendaciones

Siguiendo la Ley de Transparencia en su Art. 11. “a) Detalles pertinentes sobre todo servicio que brinde directamente al público, incluyendo normas, formularios y protocolos de atención; c) Una descripción de los procedimientos que se siguen para tomar decisiones en las diferentes áreas”.

Indicador 38. ¿Se da información en la web la relación sobre mecanismos para presentar quejas y reclamos en relación con acciones y omisiones de la Alcaldía?

a. Información, temática y contenido

Herramientas para colocar, quejas, preguntas o sugerencias.

b. Ubicación o espacio de la web donde debe aparecer

Dos opciones:

Primera: formulario accesible a través de un banner en la página de inicio.

Segunda: formulario en el apartado Trámites, que puede estar en la página web.

c. Recomendaciones

Siguiendo la ley de transparencia en su art.11 “h) Todo mecanismo de presentación directa de solicitudes, quejas y reclamos a disposición del público en relación con acciones u omisiones del sujeto obligado, junto con un informe de todas las solicitudes, denuncias y los tiempos de respuesta del sujeto obligado”.

5.2. Análisis de contenido de los medios

La segunda técnica que se aplicó en la presente investigación fue la de análisis de contenido. En las Ciencias Sociales, por tanto en la Comunicación, el análisis de contenido es uno de los métodos cuantitativos usados regularmente en el desarrollo de la investigación (Sánchez, 2005). Entre las definiciones que se le ha dado podemos señalar la de Bernard Berelson (1952), quien la define como una técnica de investigación utilizada para describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación. En pocas palabras lo que busca el análisis de contenido es “conocer el contenido de unos textos que en nuestro caso son productos comunicativos” (Sánchez, 2005: 212).

Amparo Moreno (1998) habla de manera particular sobre los periódicos cuando dice en su libro *Mirada Informativa* que las preguntas que le hacemos a estos informativos son: “*Quién* elabora la explicación que ofrece cada periódico, y sobre *qué* protagonistas centra su mirada, cuando realizan *qué* actividades en *qué* escenarios” o “[...] *quién* enfoca, a *quién*, haciendo *qué* y en *qué* circunstancias” (Moreno, 1998: 136), además “[...] *cuáles* son marginados e incluso excluidos” (Moreno, 1998: 136).

En esta investigación se hizo un análisis de contenido de las notas de prensa que publican las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. También se analizó la información que se publica en la prensa escrita y en los noticieros de televisión del canal regional Telecaribe.

El objetivo del análisis era saber en qué medida y de qué manera los medios privados ofrecen la información suministrada por las alcaldías y si estos elaboran otras informaciones propias. Para hacer dicho análisis, se tuvieron que configurar varios instrumentos para determinar sobre qué informan y cómo jerarquizan la información, es decir: temáticas, protagonistas de esas informaciones, material fotográfico y audiovisual que acompaña las informaciones (en los documentos escritos), existencia de fuentes complementarias, y su relevancia tanto en el conjunto del producto como en los propios elementos de titulación.

Se construyeron cuatro instrumentos, entonces:

- El primero para analizar los comunicados emitidos por las alcaldías en sus páginas web o enviados a través de correo electrónico a los periodistas.
- El segundo para analizar los contenidos difundidos por los periódicos.
- El tercero para analizar los contenidos emitidos por los noticieros de televisión.
- El cuarto para comparar las similitudes entre los comunicados de las alcaldías y las notas de prensa de los periódicos, y también para comparar los comunicados de las alcaldías y las notas de los noticieros de televisión.

En principio se elaboró un instrumento piloto que se puso a prueba con varias unidades de análisis hasta que se logró definir el instrumento final. Para entender las fichas se hace necesario entender las definiciones que se dio a algunas variables, que están presentes en estas.

En el Tema titular aparecen: Inauguración y/o entrega de una obra que se refiere a la entrega de una obra, ejecutada por la administración. Rendición de cuentas tiene que ver con el ejercicio que hace la alcaldía de decirle al ciudadano cómo va la gestión en determinada área, mientras que lo relacionado con Convocatoria ciudadana son todas esas informaciones que –

tal como indica su nombre- convocan al ciudadano a participar de algún servicio o beneficio, en tanto que Participación Ciudadana es lo referente a informaciones en las que está visible la participación de los ciudadanos de algún modo. En el caso de Socialización Política es la información que entrega la administración en lo que tiene que ver con alguna política que quiere dar a conocer, y Reconocimiento son boletines o comunicados en los que se entrega información que habla de la buena gestión de la administración local. Cuando se habla de Propaganda a la ciudad y Reconocimiento hace referencia a todos esos titulares o informaciones que hablaban de lo bien que está la ciudad, y de los avances que se podrían estar generando producto de la gestión de la administración local.

En el caso de protagonistas del texto, protagonista de la imagen, protagonista del titular aparecen una serie de variables, que se repiten en cada una de estas categorías, tales como Alcalde, que hace referencia al mandatario local; Secretario, cuando aparece uno de los miembros del Gabinete Distrital; Distrito, que se evidencia cuando el que protagoniza es la entidad como tal; Funcionario de la Alcaldía, cuando son funcionarios de la administración local distintos al alcalde o los secretarios del Gabinete, Otros estamentos del Gobierno cuando los que aparecen como protagonistas son otras dependencias del Gobierno distintas a la Alcaldía, mientras que Protagonista no humano son todas aquellas veces en las que el protagonista era algo abstracto como una edificación, una obra, es decir, todo aquello que no tuviera vida.

Para el caso de la matriz de similitudes (Tabla 11), con la que se analizó las similitudes entre comunicados de las administraciones locales y las informaciones de los periódicos y noticieros, se crearon las categorías Semejante, Idéntico y Distinto para definir el grado de similitud. Se consideró Idéntico cuando la información aparece en los medios privados

locales tal como está en el boletín de prensa, Semejante cuando la información que se difundió tiene pedazos de texto similares o idénticos a los del comunicado, y Distinto cuando no existe ninguna similitud.

A continuación, se presentan las cinco fichas de análisis, tal como quedaron, y que sirvieron para analizar los contenidos descritos anteriormente:

1.Unidad de análisis	Nota No.
2. Municipio	
3. Fecha de publicación	
3. Fecha de consulta	
4. Título apartado web (Título del menú de la web) o comunicado enviado al correo	
5. Jerarquía	
5.1. Notas que aparecen en la página de inicio (Noticias)	
5.2. Notas que no aparecen en la página de inicio (Más noticias)	
5.3. No aplica/nota enviada al correo	
6. Título completo	
7. Formato (PDF, HTML, PRIVADO, link para descargar fotos)	
8. Tema titular	
8.1 Inauguración y/o entrega de obras	
8.2 Rendición de cuentas	
8.3 Participación ciudadana	

8.4 Convocatorias ciudadana	
8.5 Socialización Política	
8.6 Reconocimiento	
9. Protagonista titular	
9.1 Alcalde	
9.2 Funcionario de la Alcaldía	
9.3 Secretarios	
9.4 Ciudadanos	
9.5 Distrito	
9.6 Otros estamentos del Gobierno	
9.7 Protagonista no humano	
11. Verbo: acción que realiza el protagonista	
12. Protagonista del texto	
12.1 Alcalde	
12.2 Funcionario de la Alcaldía	
12.3 Secretarios	
12.4 Ciudadanos	
12.5 Distrito	
12.6 Otros estamentos del Gobierno	
13. Tiene fuente (SÍ/NO)	
13.1 Fuente 1	
14.2 Alcalde	

14.3 Secretario/a	
14.4 Otro funcionario	
14.5 Ciudadanos	
14.6 Fuente 2	
14.2 Alcalde	
14.3 Secretario/a	
14.4 Otro funcionario	
14.5 Ciudadanos	
15. ¿La nota tiene autor? (SÍ/NO)	
15.1 Nombre del autor de la nota	
16. Tiene imagen (SÍ/NO)	
16.1. Una imagen	
16.2. Dos imágenes	
16.3. Más de dos imágenes	
14. Protagonista imagen 1	
14.1 Alcalde	
14.2 Secretario/a	
14.3 Otro funcionario	
14.4 Ciudadanos	
14. Protagonista imagen 2	
14.1 Alcalde	
14.2 Secretario/a	

14.3 Otro funcionario	
14.4 Ciudadanos	
16. Tiene video (SÍ/NO)	
17. Protagonista del video	
17.1 Alcalde	
17.2 Secretario/a	
17.3 Otro funcionario	
17.4 Ciudadanos	
18. Tiene audio (SÍ/NO)	

Tabla 8. Instrumento para analizar comunicados alcaldías. (Fuente: elaboración propia, 2017)

1.Unidad de análisis	Nota No.
1. Municipio	
2. Fecha de publicación	
3. Fecha de consulta	
5.Jerarquía	
5.1. Tiene lead en portada (SI/NO)	
5.2. Sección de publicación	
5.3. Espacio en página interna (Nota principal, nota secundaria, breve)	
6. Título completo	
7. Formato (PDF, HTML, PAPEL)	
8. Tema titular	
8.1 Inauguración y/o entrega de obras	

8.2 Rendición de cuentas	
8.3 Participación ciudadana	
8.4 Convocatorias ciudadana	
8.5 Financiamiento de obras	
8.6 Socialización Política	
8.7 Reconocimiento	
8.8 Anuncio de medidas del Distrito	
8.9 Investigación al Distrito	
8.10 Propaganda a la ciudad	
9. Protagonista titular	
9.1 Alcalde	
9.2 Funcionario de la Alcaldía	
9.3 Secretarios	
9.4 Ciudadanos	
9.5 Distrito	
9.6 Otros estamentos del Gobierno	
9.6 Protagonista no humano	
10. Verbo: acción que realiza el protagonista	
10. Protagonista del texto	
9.1 Alcalde	
9.2 Funcionario de la Alcaldía	
9.3 Secretarios	

9.4 Ciudadanos	
9.5 Distrito	
9.6 Otros estamentos del Gobierno	
9.7 Deportista	
9.8 Artista	
9.9 Político nacional	
9.10 Protagonista no humano	
10. Tiene fuente (Sí/NO)	
10.1. Fuente 1	
11.2 Alcalde	
10.3 Secretario/a	
10.4. Otro funcionario	
11.4 Ciudadanos	
11. Fuente 2	
11.2 Alcalde	
10.3 Secretario/a	

Tabla 9. Instrumento para analizar notas de periódicos. (fuente: elaboración propia, 2017)

1.Unidad de análisis	Nota No.
2. Municipio	
3. Fecha de emisión	
4.Medio	
5. Fecha de consulta	

6. Jerarquía	
6.1. Aparece en los titulares	
6.2. Sección del noticiero	
6.3. Nota principal/ secundaria	
7. Titular	
8. Formato (PDF, HTML, PAPEL, Televisión)	
9. Tema titular	
9.1 Inauguración y/o entrega de obras	
9.2 Rendición de cuentas	
9.3 Participación ciudadana	
9.4 Convocatorias ciudadana	
9.5 Financiamiento de obras	
9.6 Socialización Política	
9.7 Reconocimiento	
9.8 Anuncio de medidas del Distrito	
9.9 Investigación al Distrito	
9.10 Propaganda a la ciudad	
10. Protagonista titular	
10.1 Alcalde	
10.2 Funcionario de la Alcaldía	
10.3 Secretarios	
10.4 Ciudadanos	

10.5 Distrito	
10.6 Otros estamentos del Gobierno	
10.7 Protagonista no humano	
11. Verbo: acción que realiza el protagonista	
12. Protagonista del cuerpo de la nota	
9.1 Alcalde	
9.2 Funcionario de la Alcaldía	
9.3 Secretarios	
9.4 Ciudadanos	
9.5 Distrito	
9.6 Otros estamentos del Gobierno	
9.7 Deportista	
9.8 Artista	
9.9 Político nacional	
9.10 Protagonista no humano	
10. Tiene fuente (SÍ/NO)	
11. Fuente 1	
11.2 Alcalde	
10.3 Secretario/a	
10.4. Otro funcionario	
11.4 Ciudadanos	
11. Fuente 2	

11.2 Alcalde	
10.3 Secretario/a	
10.4. Otro funcionario	
11.4 Ciudadanos	
12. Fuente 3. ¿cuál?	
13.1 La nota tiene autor	
14. Nombre del autor	
15. Protagonista imágenes de la nota	
15.1 Alcalde	
15.2 Secretario/a	
15.3 Otro funcionario	
15.4 Ciudadanos	
15.6 Protagonista no humano	
15.7 Periodista	

Tabla 10. Instrumento para análisis noticieros. (fuente: elaboración propia, 2017)

Matriz comparativa de similitudes	
Unidad de análisis	
Fecha	
Ciudad	
Nombre del periódico	
Origen de la información	
Titular de la noticia	
Título (Idéntico, semejante o diferente)	

Fuente (Idéntico, semejante o diferente)	
Imagen (Idéntico, semejante o diferente)	
Texto (Idéntico, semejante o diferente)	
Observaciones	

Tabla 11. Instrumento para comparar comunicados alcaldías vs. prensa escrita. (fuente: elaboración propia,

2017)

5.3. Entrevistas

En tercer lugar, se hizo un estudio del comportamiento de los periodistas de las alcaldías y de los periodistas de los medios locales, para conocer las razones que ofrecen estos sobre los fenómenos que se explican y por qué se resuelven las informaciones de determinada manera. Para este caso, se hicieron entrevistas personales semiestructuradas. Este tipo de entrevista está entre los extremos de la estructurada y la completamente desestructurada. Para realizarla, el entrevistador carece de un cuestionario formal que guíe el orden o contenido de las preguntas. Por lo anterior:

“El investigador (o periodista) ha de conseguir que sus propias actitudes interpelativas contribuyan a provocar las respuestas a las cuestiones planteadas mediante tácticas de acercamiento. También requiere de un conocimiento previo de las personas que han de ser entrevistadas o, al menos de los rasgos definitorios del grupo al que pertenecen dichos sujetos”. (Berganza, Ruiz, De Miguel: 253)

Es así como se hicieron entrevistas personales a periodistas, ex periodistas, coordinadores de área y ex editores de los medios locales de la muestra. En total se realizaron 16 entrevistas al grupo citado anteriormente y otras tres a los encargados de las áreas de comunicación de las alcaldías. Las entrevistas, en su mayoría, fueron individuales, solo en algunos casos fueron grupales. Se hicieron de esta forma porque era complicado coordinar un momento en

que los periodistas coincidieran, además porque el estar en grupo les cohibía de contar lo que querían.

Para el caso de los periodistas de los medios privados que fueron entrevistados se tuvo en cuenta los siguientes aspectos o líneas temáticas:

1. Identificación, medio de comunicación donde labora y experiencia en otros medios.
2. ¿Cuántos profesionales componen la planta de periodistas y cuántos cubren la sección de locales y política?
3. ¿Los periodistas se mantienen en sus fuentes o hay rotación?
4. ¿Quién define qué enfoque se le a las informaciones relacionadas con la administración local?
5. ¿Qué tiene más importancia: las propuestas del que dirige el medio o las propuestas de sus periodistas?
6. ¿Hay temas censurados o en los que se tienen límites para hablar?
7. ¿Qué hace cuando le llega información que afecta la Administración local?, ¿Cómo lo maneja?, ¿Cómo es el comportamiento de sus superiores frente al tema?
8. ¿Cómo ve la relación entre el medio y la administración local?, ¿Cree que eso afecta su trabajo?
9. ¿Cómo es el proceso de construcción de la información?
10. ¿Cómo es el manejo que le den a la información que procede de la administración local?
11. ¿Por qué cree que se da réplica exacta de comunicados o informaciones oficialistas?

El acuerdo que se llegó con los periodistas era que concedían la entrevista, siempre y cuando se les guardara la identidad. Los periodistas firmaron el formato que encuentra seguidamente,

en el que el investigador se compromete a no entregar información sobre los entrevistados, y a mostrar los resultados de la investigación cuando esta termine.

Ciudad, día, mes, año

Yo, Johanna María Muñoz Lalinde, con cédula de ciudadanía No. 43.877.220 de Envigado, me comprometo a que la información que me proporcione _____ (nombre entrevistado) solo será usada para fines académicos. También me comprometo a que en la investigación no aparecerá su nombre, así como ni en qué medio de comunicación trabaja o trabajó.

Por último, me comprometo a enviar los resultados de la investigación cuando estén listos, es decir, después de haber culminado la escritura de mi tesis doctoral.

Firma investigador

Número de identificación

Modelo carta periodistas entrevistados. (fuente: elaboración propia, 2019)

Para el caso de los encargados de comunicación de las alcaldías se hicieron tres entrevistas a: Secretaria de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla y su equipo, Jefe de Comunicación Estratégica de la Alcaldía de Santa Marta y Jefe de Comunicaciones de la Alcaldía de Cartagena. También fueron entrevistas individuales, dado que cada uno está en ciudades distintas.

Para el caso de los encargados de las áreas de comunicación y/o prensa de las alcaldías seleccionadas para la muestra, las preguntas o líneas temáticas abordadas en las entrevistas fueron:

1. ¿Qué cargo ocupa?, ¿Hace cuánto?
2. ¿Cuántas personas componen el gabinete o equipo de Comunicaciones de la Alcaldía?, ¿Qué funciones ejercen?

3. ¿Cuál es la misión o misiones que cumple el gabinete de prensa de la alcaldía de Santa Marta?
4. ¿Qué valores o principios regían su trabajo?
5. ¿Quiénes toman las decisiones en cuanto a qué información se difunde?
6. ¿Cuáles son los mecanismos más eficaces para llegarle a un ciudadano?
7. ¿Cuáles son los mecanismos para comunicar a los periodistas?
8. ¿Qué factores determinan la información que le llega a la gente?
9. ¿Qué tan importante es para el área de comunicaciones la Ley de Transparencia y acceso a la información pública?
10. ¿Cómo ve la información que entregan los medios regionales sobre la alcaldía?
11. ¿Cuánto es el costo de publicidad en medios?
12. ¿Considera que lo que hace desde la Oficina que usted lidera sigue los códigos deontológicos del periodismo?

Ciudad, día, mes, año

Yo, Johanna María Muñoz Lalinde, con cédula de ciudadanía No. 43.877.220 de Envigado, me comprometo a que la información que me proporcione_____ (nombre entrevistado) solo será usada para fines académicos. También me comprometo a enviar los resultados de la investigación cuando estén listos, es decir, después de haber culminado la escritura de mi tesis doctoral.

Firma investigador

Número de identificación

Modelo carta jefes de áreas de comunicación de las alcaldías. (fuente: elaboración propia, 2019)

6. DISEÑO DE LA MUESTRA O CORPUS DE INVESTIGACIÓN

Para alcanzar los objetivos, en un primer momento se rastreó la información de los municipios que compone cada departamento de la Región Caribe, así como el número de habitantes de cada municipio. Con dicha información se hicieron matrices, lo que permitió determinar la muestra, es decir, las ciudades de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. Dichas ciudades fueron seleccionadas por cuanto son las que más habitantes tienen en toda la Región Caribe. De igual forma, son las que tienen mayor número de medios y mayor movimiento económico en la Región Caribe.

Se hizo una revisión de los periódicos que circulan en los siete departamentos de esta zona del país, así como sus propietarios. Se hizo un listado de diarios y de canales. La muestra seleccionada de medios se determinó luego de revisar el EGM⁵⁴ (Estudio General de Medios), que reporta cuáles son los medios más leídos. También se revisaron los estudios de Ibope⁵⁵ (empresa de investigación de medios y mercado en toda América Latina) y un estudio de la Corporación Mi Ciudad⁵⁶, que reporta los canales de televisión con mayor audiencia en la Región Caribe.

La información que se entrega a continuación se deriva de la fase inicial del proyecto explorando la articulación entre las ciudades y los medios existentes en las mismas. Asimismo, cabe resaltar que no se encontró ninguna sistematización o trabajo previo que identificara el tema, por lo tanto, se diseñaron estos esquemas. Para el caso de la información de los departamentos de la Región Caribe, la información se obtuvo de la página del

⁵⁴ Acim Colombia, 2015, Estudio General de Medios.

⁵⁵ Ibope Colombia, 2015, Reporte Rating de programas (junio – octubre de 2015).

⁵⁶ Corporación Mi Ciudad, 2015, Estudio del Análisis del Sector.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)⁵⁷, mientras que las tablas de los medios de comunicación se construyeron a partir de contacto con periodistas, información publicada en el portal Poderopedía.org, así como documentos que se fueron encontrando y que tenían relación con el tema.

La Región Caribe tiene siete departamentos. Para el presente proyecto se trabajó con las ciudades de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta, las más importantes por su industria y movimiento económico, además con mayor número de habitantes en esta zona del país. A continuación, se encuentran (tabla 12) los departamentos que componen la Región Caribe y el número de municipios de cada uno de éstos:

Departamento	Capital	Municipios
1. Atlántico	Barranquilla	23 municipios
2. Bolívar	Cartagena de Indias	46 municipios
3. Magdalena	Santa Marta	30 municipios
4. Cesar	Valledupar	25 municipios
5. Córdoba	Montería	31 municipios
6. La Guajira	Riohacha	15 municipios
7. San Andrés, Providencia y Santa Catalina	San Andrés	2 municipios

Tabla 12. Número de municipios por departamento en la Región Caribe⁵⁸ (fuente: elaboración propia, año)

6.1. La muestra

La muestra está constituida en primer lugar por:

⁵⁷ Página web del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas disponible <http://www.dane.gov.co/>.

⁵⁸ Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Estimaciones y proyección de población nacional, departamental y municipal total por área 1985-2020. Obtenida el 04 de octubre de 2016, de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>. Las tablas que hay a continuación sobre cada uno de los departamentos han sido extraídos de la misma tabla.

Las tres páginas web de las ciudades de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. En segundo lugar, se estudiaron las notas de prensa que emitieron estas alcaldías durante 30 días. Por último, se analizaron las noticias aparecidas en prensa y televisión sobre estos tres distritos, también durante 30 días. Tanto en los periódicos como en los informativos de televisión se analizaron las informaciones que se difundieron del primero al 15 de febrero de 2018, y del primero al 15 de agosto del mismo año.

Después de hacer una revisión del universo de medios que existen en la Región Caribe, se decidió que la muestra estaría compuesta por: El Heraldo (medio impreso que circula en todas las ciudades de la Región Caribe), La Libertad (el segundo medio impreso más importante de Barranquilla), El Universal (el diario más importante de Cartagena) y Hoy Diario del Magdalena (el de mayor tiraje en Santa Marta). También se tomaron los tres noticieros del canal Telecaribe, el más importante en la Región Caribe y el tercero más visto en la Región, después de Caracol y RCN (canales privados y nacionales) (tabla 13).

El análisis de este estudio determinó sobre qué informan (temáticas) y cómo jerarquizan la información los medios de la muestra. Este análisis que se hizo durante 30 días, se distribuyó así: 15 días en el primer mes, y otros 15 días en un segundo mes, con una diferencia de seis meses entre ambos. Se revisaron 30 ediciones de los diarios El Heraldo (Barranquilla), El Universal (Cartagena), Hoy Diario del Magdalena (Santa Marta), tal como se explicó en el anterior párrafo. De igual forma, se analizaron las emisiones de los tres noticieros del Canal Regional Telecaribe en el mismo periodo de los periódicos y comunicados de prensa de las alcaldías. Los noticieros no tienen emisiones los fines de semana ni días festivo, por tanto, solo se revisaron las que se difunden de lunes a viernes.

Medio	Importancia
El Heraldo	Diario impreso que circula en todas las ciudades de la Región Caribe. Es el más importante de esta zona del país
La Libertad	Es el segundo diario impreso más importante de Barranquilla
El Universal	Es el diario más importante de Cartagena.
Hoy diario del Magdalena	Es el de mayor tiraje en Santa Marta.
Telecaribe	Es el canal de televisión más importante de la Región Caribe. Es el tercero más visto en esta zona del país, después de los canales Caracol y RCN, que son privados y nacionales.

Tabla 13. Periódicos seleccionados (fuente: elaboración propia, 2015)

La programación que más consume la audiencia de Telecaribe es de tipo noticiosa e informativa, por tanto son los noticieros los programas más vistos. Así lo señalan los estudios de Ibope⁵⁹, empresa de investigación de medios y mercado en toda América Latina, así como el EGM (Estudio General de Medios) y un estudio de la Corporación Mi Ciudad, contratado por Telecaribe. Los citados estudios también indican que Telecaribe es el tercer canal más visto en la Región Caribe.

Telecaribe⁶⁰ es el Canal Regional de Televisión del Caribe Colombiano, el cual fue creado el 28 de abril de 1986 en Valledupar. Su señal llega a los departamentos del Atlántico, Bolívar, César, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre. Su sede está en Barranquilla (capital del Atlántico).

Es una empresa industrial y comercial del Estado, lo que quiere decir que el canal debe producir recursos para los gastos de funcionamiento. El presupuesto de este canal es de 17.000 millones colombianos (5 millones de euros aproximadamente), de los cuales 7.000 millones de pesos se lo entrega la ANTV (fondo creado para administrar los dineros a los

⁵⁹ Ibope Colombia, 2015, Reporte Rating de programas (junio – octubre de 2015).

⁶⁰ La información sobre Telecaribe fue conseguida a través de una entrevista personal al jefe de Planeación del canal, Fabián Pinedo, realizada el 27 de diciembre de 2015.

distintos canales públicos), y 10.000 millones los genera el canal a través de la venta de publicidad, la cesión de espacio y asociación o riesgo compartido.

La composición de la junta directiva del canal son las gobernaciones de seis departamentos de la Región Caribe, donde se emite su señal. También tiene participación el Mintic (Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación), Universidad del Magdalena y la Universidad de Cartagena (universidades estatales) y la Alcaldía de Barranquilla. En total son 11 socios.

El canal regional Telecaribe cuenta con tres noticieros: CV Noticias, Las Noticias y Televista, los cuales son realizados por distintas programadoras, es decir, son empresas que producen los informativos (tabla 14).

Noticiero	Propietarios
Televista Emisión a las 12 del mediodía	Jaime Vargas Suárez (fundador fallecido) Sus hija la ex congresista Victoria Vargas asumió el liderazgo, junto con su hermana
Las Noticias Emisión a las 6:30 de la tarde	Lucy Flórez José Gómez Daza
CV Noticias Emisión a las 7:30 de la noche	Fuad Char

Tabla 14. Noticieros analizados (fuente: elaboración propia, 2015)

Es importante señalar que se tuvo dificultades al momento de obtener las emisiones de los noticieros de Telecaribe, porque no estaban en línea y los canales de YouTube no las tienen todas o, en algunos casos, no existe canal en el que aparezcan archivadas estas informaciones. Por lo anterior, fue necesario solicitar las emisiones por distintas vías, labor que no fue tan rápida porque es un trabajo adicional para las personas que laboran para los noticieros y en el Canal Telecaribe.

A continuación, se presentan las emisiones analizadas por noticiero (tablas desde 15 hasta 20). Es importante aclarar que algunas emisiones no se revisaron, porque en la época analizada se celebró la fiesta más importante del país, el Carnaval de Barranquilla, fecha en la que prácticamente se paraliza la actividad de la capital del Atlántico, y todo gira en torno a esa celebración. De igual forma, otros eventos como la transmisión de los Juegos Centroamericanos, que se realizaron también en Barranquilla en el mes de agosto, desplazaron las emisiones de algunos noticieros. A lo que se suma que, tal como se ha dicho, el canal regional Telecaribe tiene su sede en esta ciudad. Es clave aclarar que las emisiones de los noticieros son de lunes a viernes, por tanto, los fines de semana y festivos no se emiten informativos. En algunos casos tampoco hubo emisión por alguna de las fiestas o eventos mencionados.

Fecha	Estado
Jueves 1 de febrero	Revisado
Viernes 2 de febrero	Revisado
Lunes 5 de febrero	Revisado
Martes 6 de febrero	Revisado
Miércoles 7 de febrero	Revisado
Jueves 8 de febrero	Revisado
Viernes 9 de febrero	Revisado
10, 11 y 12 de febrero (sábado, domingo y lunes)	No hubo emisión por ser días de Carnaval
Martes 13 de febrero	Emisión sin titulares porque ese día el noticiero no tuvo
Miércoles 14 de febrero	Revisado
Jueves 15 de febrero	Emisión sin titulares porque ese día el noticiero no tuvo

Tabla 15. Ediciones analizadas en Televista, del primero al 15 de febrero de 2018 (fuente: elaboración propia, 2015)

Fecha	Estado
Miércoles primero de agosto	Revisado
Jueves 2 de agosto	Revisado
Viernes 3 de agosto	Revisado
Lunes 6 de agosto	Revisado
Martes 7 de agosto	No hubo emisión por ser día festivo
Miércoles 8 de agosto	Revisado
Jueves 9 de agosto	Revisado
Viernes 10 de agosto 10	Revisado
Lunes 13 de agosto	Revisado
Martes 14 de agosto	Revisado
Miércoles 15 de agosto	Revisado

Tabla 16. Ediciones analizadas en Televista, del primero al 15 de agosto de 2018 (fuente: elaboración propia, año)

Fecha	Estado
Jueves primero de febrero	Revisado
Viernes 2 de febrero	Revisado
Lunes 5 de febrero	Revisado
Martes 6 de febrero	Revisado
Miércoles 7 de febrero	Revisado
Jueves 8 de febrero	Revisado
Viernes 9 de febrero	Revisado
Febrero 10,11 y 12 (Carnavales)	No hubo emisión por ser fin de semana y días de Carnaval, la fiesta más importante del país.
13 de febrero	Revisado
14 de febrero	Revisado
15 de febrero	Revisado

Tabla 17. Ediciones analizadas en Las Noticias, del primero al 15 de febrero de 2018 (fuente: elaboración propia, año)

Fecha	Estado
Miércoles Primero de agosto	Revisado
Jueves 2 de agosto	No fue posible encontrar esta emisión
Viernes 3 de agosto	Revisado
Lunes 6 de agosto	Revisado
7 de agosto (martes)	No hubo emisión por ser festivo
Miércoles 8 de agosto	Revisado
Jueves 9 de agosto	Revisado
Viernes 10 de agosto	Revisado
Lunes 13 de agosto	Revisado
Martes 14 de agosto	No hubo emisión porque fue la inauguración de <i>La Ventana al mundo</i> , una pieza arquitectónica, elaborada por los Daes, una de las familias con mayor poder económico en Barranquilla y en el país.
Miércoles 15 de agosto	Revisado

Tabla 18. Ediciones analizadas en Las Noticias, del primero al 15 de febrero de 2018 (fuente: **elaboración propia, año**)

Fecha	Estado
Jueves 1 de febrero	Revisado
Viernes 2 de febrero	Revisado
Lunes 5 de febrero	Revisado
Martes 6 de febrero	Revisado
Miércoles 7 de febrero	Revisado
Jueves 8 de febrero	Revisado

Viernes 9 de febrero	Revisado (emisión sin titulares) ⁶¹
Martes 13 de febrero	No hay emisión por ser Carnaval
Miércoles 14 de febrero	Revisado
Jueves 15 de febrero	Revisado

Tabla 19. Ediciones analizadas CV Noticias, del primero al 15 de febrero de 2019 (fuente: elaboración propia, año)

Fecha	Estado
Miércoles 1 de agosto	No hubo noticiero por los Juegos Centroamericanos
Jueves 2 de agosto	No hubo noticiero por los Juegos Centroamericanos
Viernes 3 de agosto	No hubo noticiero por los Juegos Centroamericanos
Lunes 6 de agosto (no lo tiene Telecaribe)	No fue posible obtener esta emisión
Martes 7 de agosto	No hubo emisión por ser festivo
Miércoles 8 de agosto	Revisado
Jueves 9 de agosto	Revisado
Viernes 10 de agosto	Revisado
Lunes 13 de agosto	Revisado
Martes 14 de agosto	Revisado
Miércoles 15 de agosto	Revisado

Tabla 20. Ediciones analizadas CV Noticias, del primero al 15 de agosto de 2019 (fuente: elaboración propia, año)

⁶¹ Los días 9, 13 y 15 de febrero no hay IN del presentador, mientras que el día 9 la emisión no tiene titulares.

7. HIPÓTESIS

Para el estudio se han formulado las siguientes hipótesis de investigación:

7.1. Hipótesis 1

La información ofrecida por las administraciones públicas locales a través de sus medios no es suficiente y está tratada en función de los intereses de quienes las gobiernan.

7.2. Hipótesis 2

Los periodistas de los medios públicos y privados de la Región Caribe practican la autocensura como resultado de las presiones a que están sometidos.

7.3. Hipótesis 3

Hay una responsabilidad compartida de los medios privados y de los medios públicos frente a la deficiente información que llega a la audiencia.

8. RESULTADOS

8.1. Resultados del análisis de contenido de las webs de las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena

Tal como se dijo en el Diseño de Investigación, se adaptó la metodología Infoparticipa a las leyes colombianas, lo que dio lugar a 39 indicadores con los que se evaluaron las páginas web de las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, en junio de 2017. A continuación, se presenta un resumen que contiene los resultados de la evaluación de cada uno de los distritos analizados (tabla 21), detallada por indicador y por ciudad

Indicador	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena
¿Quiénes son los representantes políticos?			
1. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre, apellidos, foto y partido político?			
2. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: biografía y/o currículo?		Sí	
3. ¿Se da información básica sobre los miembros del gabinete: nombre, apellidos y foto?			
4. ¿Se da información básica sobre los miembros del gabinete: biografía y/o currículo?			
5. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) del alcalde o alcaldesa?	Sí	Sí	
6. ¿Se publican las declaraciones de actividades y bienes de los cargos electos?			
7. ¿Se publica la agenda institucional del Alcalde?			
8. ¿Se publican en la web datos de contacto del alcalde o alcaldesa y de los miembros del gabinete como correo electrónico y número de contacto?		Sí	
¿Cómo se gestionan los recursos colectivos?			
9. ¿Se da información sobre las funciones y deberes de los miembros del gabinete?		Sí	
10. ¿Se da información sobre las funciones y Plan de Acción de la Alcaldía?	Sí	Sí	

11. ¿Se publica el organigrama completo con los nombres y apellidos de las personas responsables y sus funciones?			Sí
12. ¿Se da información sobre el Plan de Desarrollo del Distrito?	Sí	Sí	Sí
13. ¿Se da información sobre el Plan de Ordenamiento Territorial?	Sí		
¿Cómo se gestionan los recursos económicos: presupuestos, salarios, contrataciones, subvenciones...?			
14. ¿Se publica el Presupuesto anual de la Alcaldía y planes del gasto público?	Sí	Sí	Sí
15. ¿Se publican las modificaciones presupuestarias realizadas?			Sí
16. ¿Se publica los informes de gestión, evaluación y auditoría?	Sí	Sí	Sí
17. ¿Se publica el informe de gestión presupuestal de los años anteriores?	Sí	Sí	Sí
18. ¿Se publican los salarios de los Secretarios del Gabinete?	Sí	Sí	
19. ¿Se publica las convocatorias de empleo de la Alcaldía, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?	Sí		Sí
20. ¿Se publica información sobre los contratos adjudicados por la Alcaldía?	Sí	Sí	
21. ¿Se publican las contrataciones en curso y la información sobre el respectivo proceso contractual?	Sí	Sí	Sí
22. ¿Se publican los procesos, lineamientos y políticas en materia de adquisiciones y compras?	Sí	Sí	
23. ¿Se publican las modificaciones de los contratos formalizados y sus prórrogas?	Sí	Sí	Sí
24. ¿Se publica la relación completa de proveedores y contratistas y la cuantía económica?	Sí	Sí	Sí
25. ¿Se publica el plazo de cumplimiento de los contratos?	Sí	Sí	
26. ¿Se publican las convocatorias o proyectos de inversión y las subvenciones otorgadas?	Sí	Sí	Sí
27. ¿Se publican los convenios firmados, especificando las partes, su objeto y las obligaciones económicas que se deriven en su caso?	Sí	Sí	Sí
28. ¿Se publica el coste y las características de las campañas de publicidad institucional en los medios de comunicación?		Sí	Sí
¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de los recursos colectivos?			
29. ¿Se publican noticias e informaciones sobre las actuaciones de la Alcaldía relacionadas con la gestión del gobierno?	Sí	Sí	Sí

30. ¿Se publica los decretos de la Alcaldía?	Sí	Sí	
31. ¿Se publica información histórica sobre el municipio?	Sí	Sí	
32. ¿Se da información sobre la situación del municipio: datos demográficos o estadísticos sobre actividades económicas y culturales que se estén desarrollando?		Sí	
33. ¿Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas?	Sí	Sí	
34. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Alcaldía?		Sí	
¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?			
35. ¿Se da información en la web sobre todo mecanismo por medio del cual el ciudadano pueda participar en la formulación de políticas?		Sí	
36. ¿Se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o el registro de los grupos de interés, en su caso?			
37. ¿Se ofrecen en los web instrumentos de consultas y/o de participación sobre temas actuales de interés local?			
38. ¿Se ofrece en la web de la Alcaldía la relación de servicios que se prestan, formularios y protocolos de atención a la ciudadanía?	Sí	Sí	Sí
39. ¿Se da información en la web sobre mecanismos para presentar quejas y reclamos en relación con acciones y omisiones de la Alcaldía?	Sí		Sí
Total cumplimiento	23	27	16
Porcentaje del total	59%	69%	41%

Tabla 4. Resultados análisis Infoparticipa Colombia por ciudad (fuente: elaboración propia, año)

En las tres páginas webs analizadas si bien aparece el nombre completo del alcalde, no aparece la información del partido político al que pertenece, así como tampoco está la declaración de sus bienes. También está incompleta la información sobre los secretarios del Gabinete Distrital.

Para ser más exactos, en Cartagena no estaba publicada, para ese entonces, la biografía del alcalde encargado (Sergio Londoño Zurek) de ese Distrito, que ha sufrido una crisis de gobernabilidad en la última década.

Mientras que en las páginas web de Barranquilla y Santa Marta aparecen datos sobre la historia, noticias y decretos, en Cartagena no es así. A lo que se suma que la información que corresponde a la agenda de actividades municipales y ciudadanas no está presente en las websites de Barranquilla y Cartagena, salvo en la de Santa Marta, lo que produce que los ciudadanos no puedan participar de las actividades de las administraciones públicas.

Es importante señalar que lo relacionado con la gestión de los recursos colectivos sí se encuentra en las tres páginas web, así como también es posible encontrar los trámites para presentar quejas y reclamos, sin embargo, no se encuentran los mecanismos que pueden usar los ciudadanos para formular políticas ni tampoco los instrumentos para consultar y/o participar en temas de interés.

8.2. Resultados del análisis de contenido de los comunicados de las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena

Pese a que la Alcaldía de Cartagena sufre una crisis de gobernabilidad que se ve reflejada en el cambio de mandatarios locales que tienen una interrumpida permanencia en el cargo y no cumplen con el periodo estipulado de cuatro años, este Distrito es el que más comunicados emitió en el periodo analizado. La tabla siguiente presenta el consolidado de comunicados que se analizaron por cada Alcaldía:

Alcaldía	Número de comunicados
Barranquilla	38
Cartagena	97
Santa Marta	80
Total	215

Tabla 22. Número de comunicados analizados (fuente: elaboración propia, 2018)

Solo la Alcaldía de Barranquilla tenía los comunicados colgados en su página web, a diferencia de la alcaldía de Santa Marta y Cartagena que para el periodo comprendido entre el primero y 15 de febrero de 2018 no se encontraban allí alojados (tabla 22). Para el caso concreto de Santa Marta, se habló con el Jefe de Prensa de ese entonces, Eduardo Brito, quien dijo en conversación telefónica que estaban rediseñando la página web, por tanto no aparecía dicha información actualizada. Ya para el mes de agosto era posible encontrar los comunicados actualizados en esta website.

En lo que respecta a Cartagena, la Jefatura de Prensa de esa Alcaldía sostenía que tenía esa información actualizada en la página, pero cuando uno hacía la búsqueda no encontraba nada. Por las razones señaladas, los comunicados de Santa Marta y Cartagena fueron tomados de los correos electrónicos, después de hacer la solicitud de inscripción en la base de datos de los periodistas. Ninguno de los comunicados aparece firmado, por tanto, se desconoce el nombre del periodista que lo elaboró. A continuación, se presenta el número de comunicados analizados por alcaldías y por mes (tabla 23).

Ciudad	Fecha de publicación	Número de comunicados
Barranquilla	1 al 15 de febrero	18
Barranquilla	1 al 15 de agosto	20
Cartagena	1 al 15 de febrero	49

Cartagena	1 al 15 de agosto	48
Santa Marta	1 al 15 de febrero	31
Santa Marta	1 al 15 agosto	49

Tabla 23. Número de comunicados por ciudad y mes (fuente: elaboración propia, 2018)

8.2.1. Alcaldía de Barranquilla

Como ya se conocen las variables, que aparecen en las fichas construidas para el análisis, que van desde quién es el Protagonista del titular de los comunicados hasta los protagonistas de las imágenes, se entregan los resultados que develan lo que sucede con cada una de las variables analizadas en los comunicados de la Alcaldía de Barranquilla (tabla 24).

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Convocatoria ciudadana	8	21%
Ejecución de acciones	3	8%
Festividad	3	8%
Inauguración y/o entrega de obras	6	16%
Socialización Política	11	29%
Reconocimiento	5	13%
Participación ciudadana	1	2,5%
Rendición de cuentas	1	2,5%

Tabla 24. Tema titular - Alcaldía de Barranquilla (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 1. Tema titular - Barranquilla

El Tema del titular (gráfico 1) al que le da mayor prioridad la Alcaldía está relacionado con demostrar la gestión que hace la administración local, más que dar a conocer los mecanismos de participación ciudadana y convocatorias ciudadanas con los que cuenta. Lo anterior se deduce al revisar que solo entre Socialización Política (29%), Ejecución de acciones (8%) e Inauguración y/o entrega de obras (16%) suman más del 53%, mientras que lo correspondiente a Convocatorias ciudadanas y Participación ciudadana solo suman 23,5%.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	6	16%
Ciudadanos	10	26%
Distrito	7	19%
Otros estamentos del Gobierno	2	5%
Protagonista no humano	13	34%

Tabla 25. Protagonista titular - Alcaldía de Barranquilla (fuente: elaboración propia, 2018)

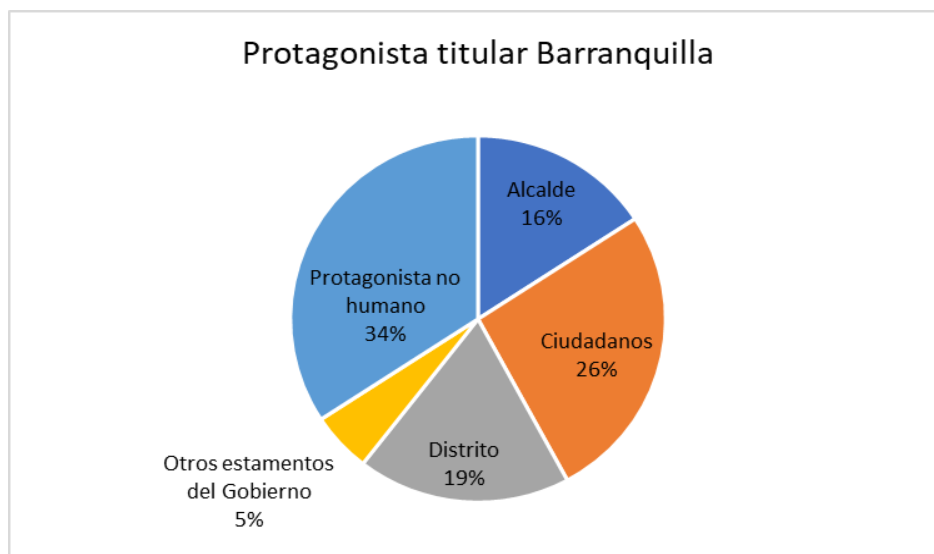


Gráfico 2. Protagonista titular - Barranquilla

El Protagonista no humano (tabla 25, gráfico 2) es el que mayor representación tuvo en los titulares de los comunicados de la Alcaldía, lo que termina por reforzar lo que plantea Amparo Moreno (1998) cuando afirma que los periodistas deberían centrarse más en las historias de las personas, que en las cosas o instituciones. También hay una importante presencia del Alcalde y del Distrito, que sumadas las dos arrojan un 35%, lo que permite deducir que la institución y quien la dirige se convierten en protagonistas regulares en los titulares.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	12	31%
Ciudadanos	9	24%
Distrito	3	8%
Funcionario de la Alcaldía	2	5%
Otros estamentos del Gobierno	6	16%
Secretarios	6	16%

Tabla 26. Protagonista del texto (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 3. Protagonista texto - Barranquilla

En el texto el Protagonista con mayor frecuencia (tabla 26, gráfico 3) es el Alcalde (31%), lo que permite deducir que se quiere evidenciar el protagonismo de este funcionario público. Sin embargo, si se suman las otras variables como Secretarios (16%), Otros estamentos del Gobierno (16%), el Distrito (8%) y Funcionario de la Alcaldía (8%) con la de Alcalde nos da un 79% que contrastado con la aparición de Ciudadanos (24%) permite concluir que es más importante la aparición de los representantes institucionales, que lo que pasa con la ciudadanía.

Número de notas	Variable	Porcentaje
31	SÍ	82%
7	NO	18%

Tabla 27. ¿Tiene fuente? (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 4. Tiene fuente - Barranquilla

Es importante aclarar, que la fuente directa de los comunicados es la Alcaldía (tabla 27, gráfico 4), pero cuando nos referimos a las fuentes son aquellas que se citaron en las informaciones y que permitieron darle contraste a la información. Lo que quiere decir que hay un porcentaje de comunicados, 18%, que no tienen fuente.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	12	39%
Ciudadanos	2	6%
Otro funcionario	7	23%
Secretario/a	10	32%

Tabla 28. Fuente 1 (fuente: elaboración propia, 2018)

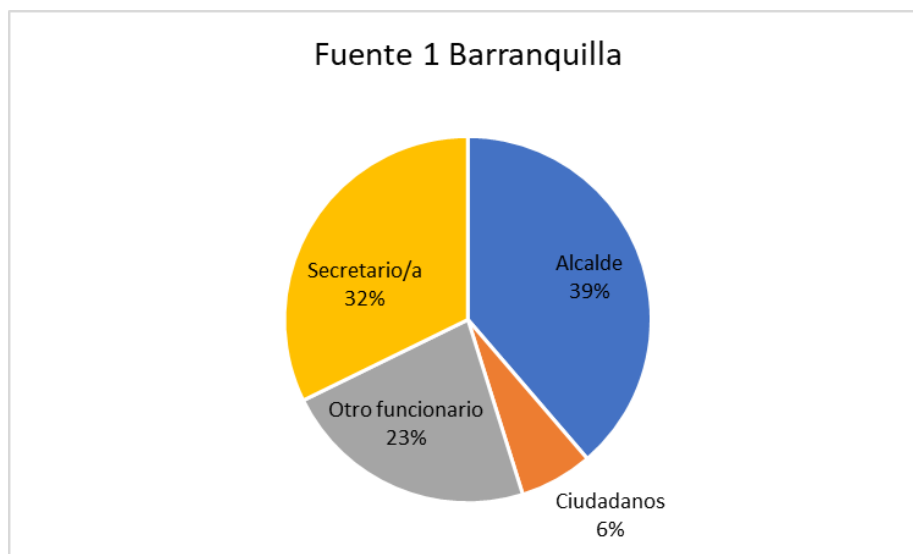


Gráfico 5. Fuente 1 - Barranquilla

La fuente (tabla 28) que más aparece mencionada por primera vez es el Alcalde con 39% (gráfico 5), lo cual ratifica que los comunicados tienen como propósito volver protagonista a este funcionario público. Y si sumamos este porcentaje con el de los otros protagonistas, que aparecen citados por primera vez, como son Secretarios (32%), Otro funcionario (23%) nos da 94%, lo que refleja que la primera voz es – en la mayoría de los casos- alguien del gobierno local, frente a un 6% en las que la variable Ciudadanos apareció como la primera voz.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Ciudadanos	3	18%
Otro funcionario	8	47%
Secretario/a	6	35%

Tabla 29. Fuente 2 (fuente: elaboración propia, 2018)

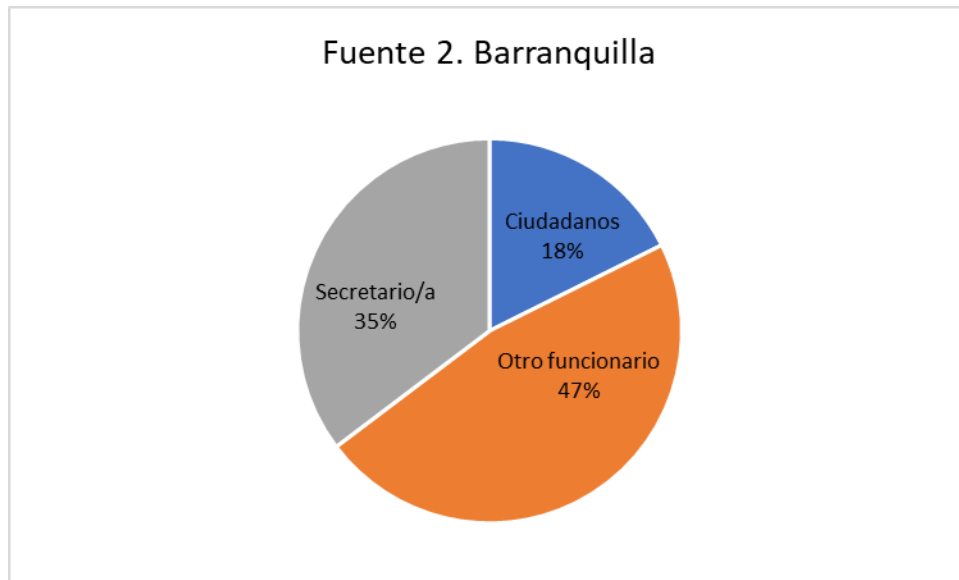


Gráfico 6. Fuente 2 - Barranquilla

En cuanto a la segunda fuente (tabla 29, gráfico 6) pasa lo mismo que con la primera fuente, puesto que los funcionarios públicos de la Alcaldía son los que mayor presencia tienen, así lo reflejan las variables Secretarios (35%) y Otro funcionario (47%), que sumadas representan el 82%, frente a un 18% que corresponde a Ciudadanos.

8.2.2. Alcaldía de Santa Marta

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Convocatoria ciudadana	3	4%
Ejecución de acciones	36	45%
Festividad	5	6%
Inauguración y/o entrega de obras	9	11%
Participación ciudadana	6	7%
Reconocimiento	4	5%

Rendición de cuentas	3	4%
Socialización política	14	18%

Tabla 30. Tema titular. Alcaldía de Santa Marta (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 7. Tema titular – Santa Marta

En cuanto al Tema del titular de los comunicados de la Alcaldía de Santa Marta (tabla30) pasa lo mismo que con la Alcaldía de Barranquilla (gráfico 7), es decir, lo que pretenden evidenciar es la gestión de la administración local más que temas relacionados con Convocatorias ciudadanas y mecanismos de participación ciudadana. Así lo evidencian la sumatoria de las variables Ejecución de acciones (45%), Socialización Política (18%) e Inauguración y/o entrega de obras (11%), que da 74%, frente a la sumatoria de Participación Ciudadana (7%) y Convocatoria ciudadana (4%), que solo reporta un 11%.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	9	11%
Ciudadanos	11	14%

Distrito	26	32%
Funcionario Alcaldía	1	1%
Otros estamentos del Gobierno	12	15%
Protagonista no humano	18	23%
Secretarios	3	4%

Tabla 31. Protagonista del titular (fuente: elaboración propia, 2018)

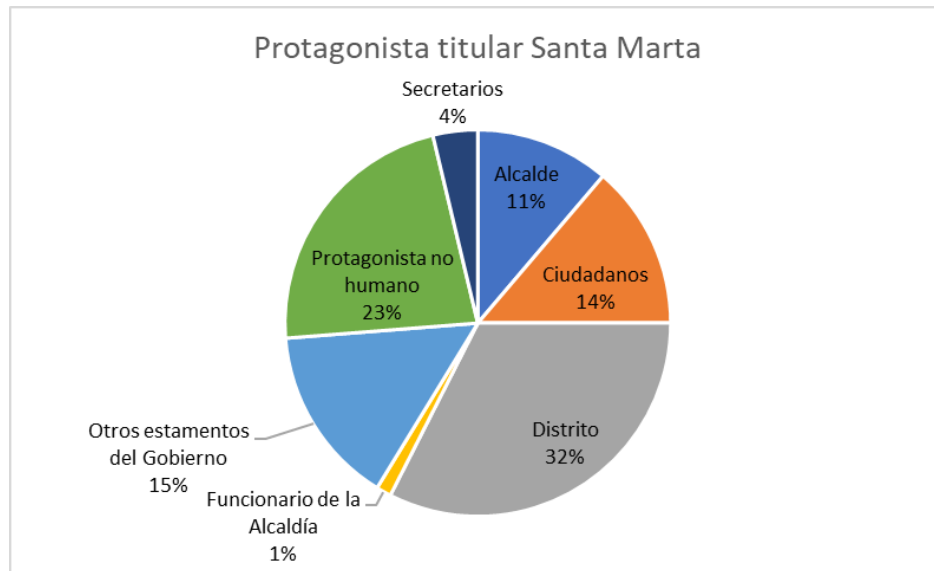


Gráfico 8. Protagonista titular – Santa Marta

En cuanto al Protagonista del titular (tabla 31, gráfico 8), el que mayor aparición tuvo fue el Distrito, con 32%, que si se complementa con el comportamiento del Tema del titular, nos permite inferir que se quiere recalcar sobre la gestión de la Administración local. También hay una fuerte presencia de Protagonista no humano (23%), lo que deja de lado lo humano del Periodismo. Hay otras variables como Alcalde (11%), Secretarios (4%), Otros estamentos del Gobierno (15%) y Funcionario de la Alcaldía (1%), que si se suman a Distrito (32%), dan un 63%, con lo que se concluye que los títulos tiene un carácter oficialista.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	16	20%
Ciudadanos	7	8%
Distrito	7	9%
Funcionario de la Alcaldía	8	10%
Otros estamentos del Gobierno	23	29%
Secretarios	19	24%

Tabla 5. Protagonista texto (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 9. Protagonista texto – Santa Marta

Si sumamos las variables Otros estamentos del Gobierno (29%), seguido de los Secretarios (24%), Alcalde (20%), Funcionarios de la Alcaldía (10%), Distrito (9%) nos arroja que en el 92% de los comunicados el protagonista es una voz oficial (tabla 32), y solo en 8% son los ciudadanos, entonces hay poca presencia de los ciudadanos como protagonistas en estas comunicaciones (gráfico 9).

Número de notas	Variable	Porcentaje
-----------------	----------	------------

SÍ	54	68%
NO	26	32%

Tabla 33 ¿Tiene fuente? (fuente: elaboración propia, 2018)

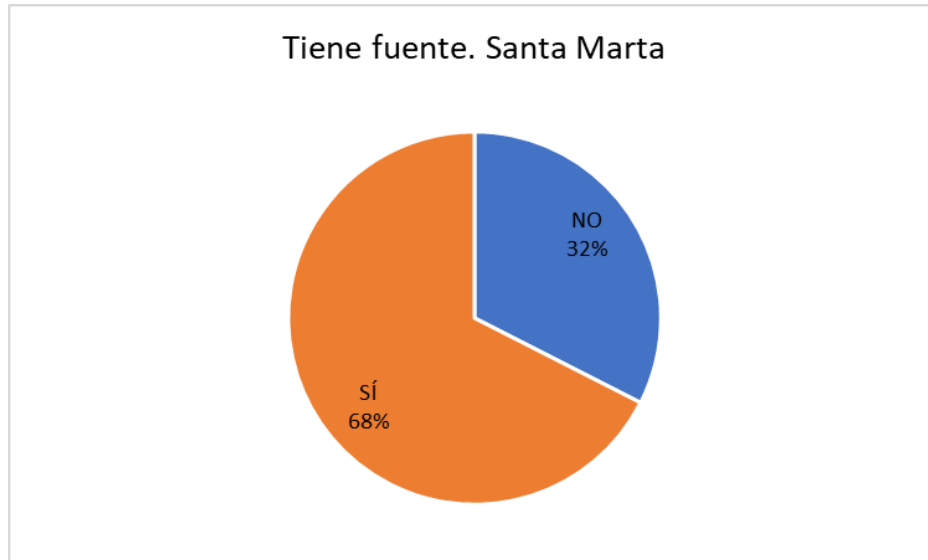


Gráfico 10. Tiene fuente – Santa Marta

Si bien la Alcaldía es la fuente productora y difusora de la información, cuando nos referimos a si los comunicados tienen fuente son aquellas que se citaron en las comunicaciones (tabla 33). En ese orden de ideas, en las informaciones de la Alcaldía de Santa Marta hay un porcentaje importante sin fuentes citadas, que para este caso es de 32% (gráfico 10).

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	17	31%
Ciudadanos	3	6%
Otro funcionario	20	36%
Secretario/a	15	27%

Tabla 34. Fuente 1 (fuente: elaboración propia, 2018)

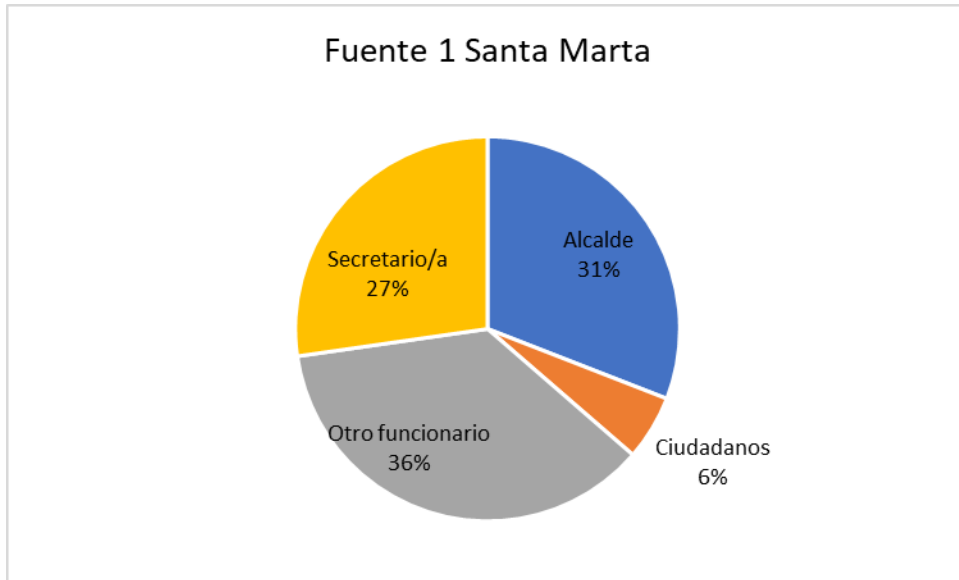


Gráfico 11. Fuente 1 – Santa Marta

A diferencia de lo que ocurre con los comunicados de la Alcaldía de Barranquilla, donde es el Alcalde la primera voz de mayor mención, en la Alcaldía de Santa Marta la fuente que más aparece citada por primera vez (tabla 34, gráfico 11) es Otro funcionario (36%), lo que permite inferir que se le da voz a otros funcionarios, sin embargo si se revisan todas las variables podemos concluir que las comunicaciones tienen como primera fuente a una voz oficial, ya sea Otro funcionario, el Alcalde o un secretario del Gabinete, mientras que los ciudadanos solo aparecen en el 6% de las menciones.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	2	9%
Ciudadanos	6	29%
Otro funcionario	11	52%
Secretario/a	2	10%

Tabla 35. Fuente 2 (fuente: elaboración propia, 2018)

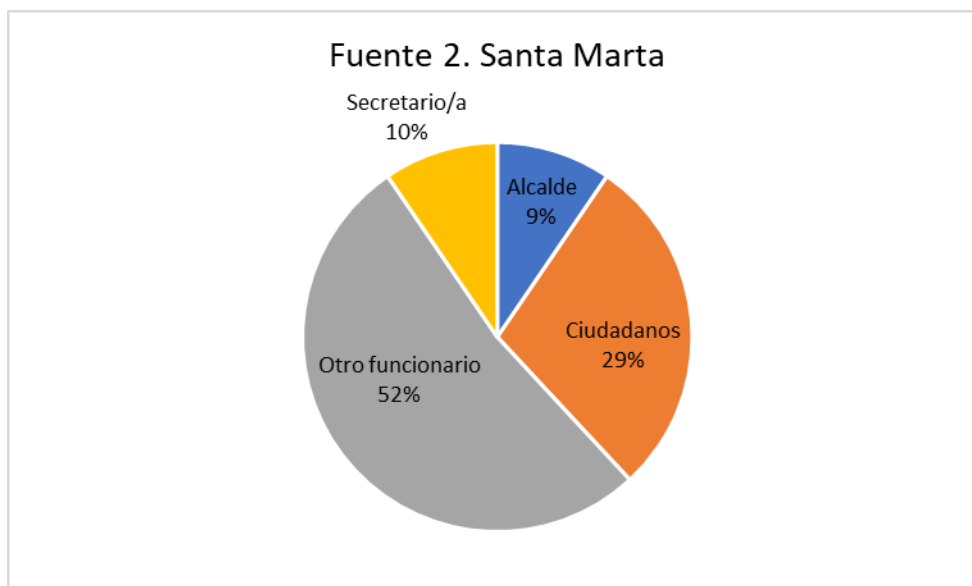


Gráfico 12. Fuente 2 – Santa Marta

En cuanto a la fuente número 2 de los comunicados de la Alcaldía de Santa Marta (tabla 35, gráfico 12) vuelve a ser Otro funcionario la variable con mayor porcentaje, por encima del Alcalde. Si sumamos todas las voces oficiales que aparecen como segunda fuente, tales como Otro funcionario (52%), Secretario (10%) y Alcalde (9%) nos arroja que aparece una de estas voces en el 71% de las ocasiones, es decir, que los comunicados tienen como propósito exaltar lo que dicen o declaran los funcionarios más que lo que pueden opinar los ciudadanos.

8.2.3. Alcaldía de Cartagena

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Convocatoria ciudadana	14	15%
Ejecución de acciones	26	27%
Festividad	3	3%
Inauguración y/o entrega de obras	6	6%
Participación ciudadana	8	8%
Reconocimiento	5	5%

Rendición de cuentas	11	11%
Socialización Política	24	25%

Tabla 36. Tema titular - Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

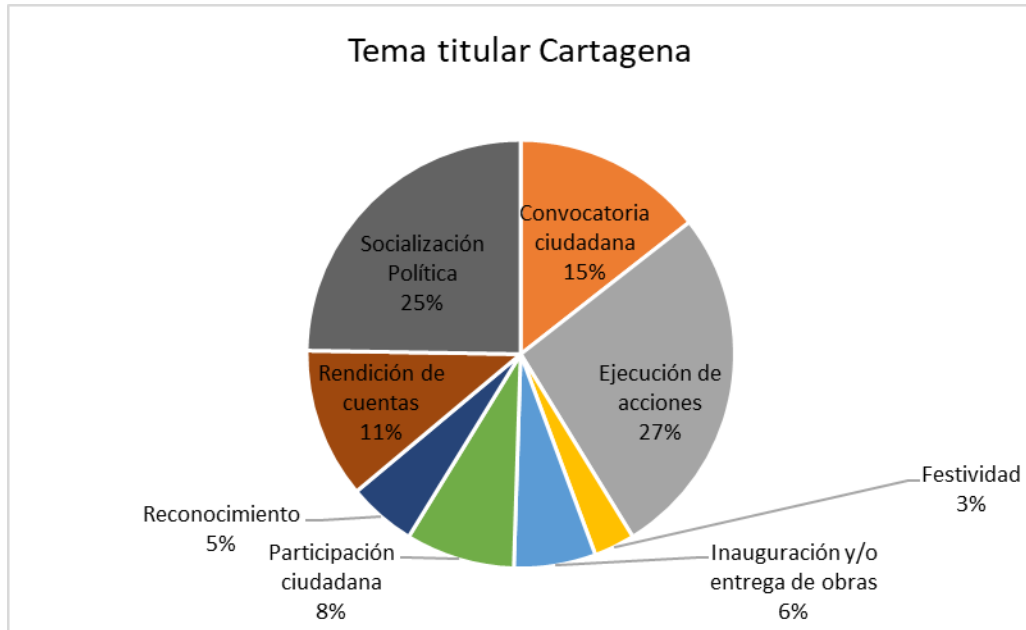


Gráfico 13. Tema titular – Santa Marta

Los temas que más se repiten en los titulares de la Alcaldía de Cartagena (tabla 36, gráfico 13) están relacionados con la gestión que hace la administración local y eso se evidencia en que el 63% de estos, los cuales tenían que ver con: Ejecución de acciones (27%), Socialización Política (25%), Inauguración y/o entrega de obras (6%) y Reconocimiento (5%). Un porcentaje bajo estaba relacionado con Participación y convocatoria ciudadana.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	9	9%
Ciudadanos	18	18%
Distrito	20	21%
Funcionario de la Alcaldía	1	1%
Otros estamentos del Gobierno	22	23%

Protagonista no humano	26	27%
Secretarios	1	1%

Tabla 37. Protagonista titular Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

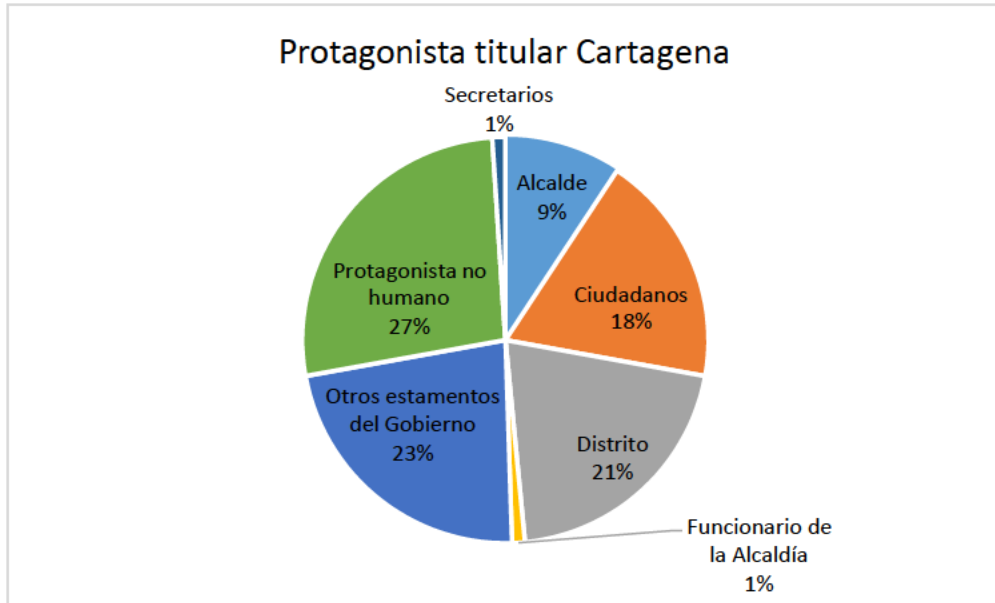


Gráfico 14. Protagonista titular - Cartagena

El Protagonista no humano (tabla 37) es el que mayor representación tuvo en los titulares de los comunicados de la Alcaldía (gráfica 14), lo que termina por reforzar lo que plantea Amparo Moreno cuando afirma que los periodistas se centran poco en las historias humanas. Los porcentajes también reflejan que es más importante la institución y el alcalde, cuando se miran los porcentajes que corresponden a las variables Otros Estamentos del Gobierno, Otro funcionario, Distrito y Alcalde, que si se suman da un 54%. La aparición de los ciudadanos sigue siendo baja (18%), si se compara con las otras variables.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	22	23%

Ciudadanos	14	15%
Distrito	3	3%
Funcionario de la Alcaldía	9	9%
Otros estamentos del Gobierno	41	42%
Secretarios	8	8%

Tabla 38. Protagonista del texto - Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 15. Protagonista del texto - Cartagena

Debido al problema de gobernabilidad e interrupción de los periodos de los alcaldes, el protagonista del texto en los comunicados de la Alcaldía de Cartagena (tabla 38) es la variable Otros estamentos del Gobierno (gráfico 15), lo que quiere decir que las comunicaciones se dedican más a resaltar lo que hacen otras dependencias de esa administración, producto de las fallas que surgen de la misma crisis de gobernabilidad. Es así como el Alcalde, los Secretarios, los Funcionarios de la Alcaldía pasan a estar en segundo plano en las

comunicaciones, mientras que los ciudadanos siguen teniendo un bajo porcentaje de representación (15%).

Número de notas	Variable	Porcentaje
83	Sí	86%
14	NO	14%

Tabla 39. ¿Tiene fuente? Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

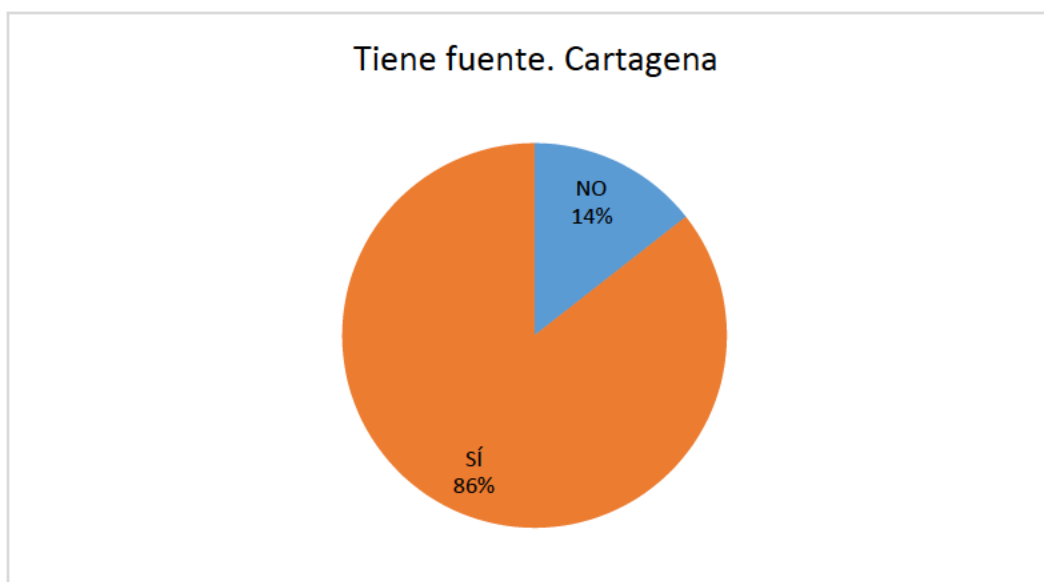


Gráfico 16. Tiene fuente - Cartagena

Aunque la fuente o productora de la información es la Alcaldía de Cartagena (tabla 39), en algunos comunicados, concretamente en el 13%, no se citaron fuentes, es decir, son comunicados escuetos que hacen que las informaciones no tengan contraste (gráfico 16). En el 87% restante, por lo menos, hay una fuente citada.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	22	27%

Ciudadanos	7	8%
Otro funcionario	43	52%
Secretario/a	11	13%

Tabla 40. Fuente 1. Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

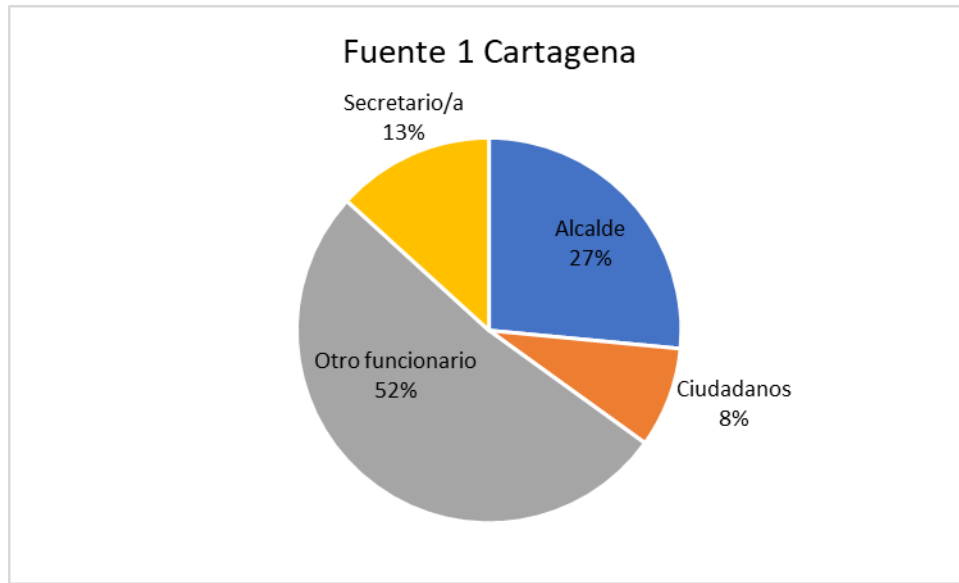


Gráfico 17. Fuente C1 - Cartagena

La primera fuente citada (tabla 40, gráfico 17), en un 92%, corresponde a un funcionario de la administración local, sea el Alcalde, un secretario del Gabinete o el Alcalde. Hay un porcentaje mínimo de la variable Ciudadanos (8%) que es citado como fuente, por primera vez, en las informaciones de la Alcaldía de Cartagena, lo que hace que las comunicaciones tengan un carácter más oficial en el que tiene muy baja participación la ciudadanía.

Variable	Número de menciones	Porcentaje
Alcalde	5	12%
Ciudadanos	8	20%

Otro funcionario	26	65%
Secretario/a	1	3%

Tabla 41. Fuente 2. Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

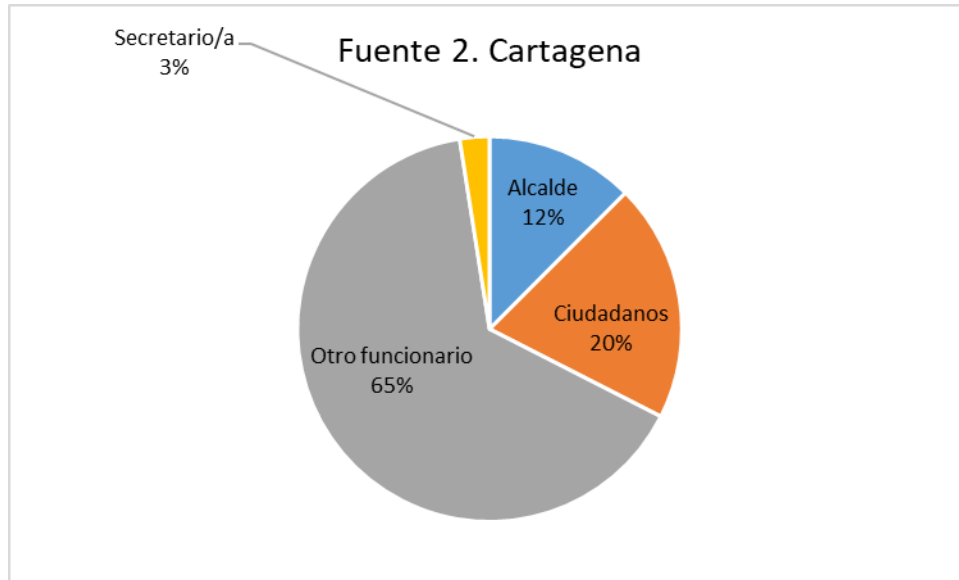


Gráfico 18. Fuente 2 - Cartagena

El comportamiento se mantiene en la Alcaldía de Cartagena, porque los funcionarios de la institución (Otros funcionarios, alcalde y secretarios) siguen apareciendo, en un porcentaje mayoritario (80%), como segunda fuente en los comunicados (tabla 41, gráfico 18), entanto que los ciudadanos tienen – aunque un incremento en su participación- sigue siendo baja frente al resto de variables.

8.2.4. Los otros elementos que acompañan los comunicados

Las imágenes acompañan el texto y, en muchas ocasiones, se convierten en una parte fundamental del contenido que entregan las alcaldías a los medios de comunicación privados, tanto que estos últimos terminan por usarlas para sus publicaciones. De los 215 comunicados analizados, 23 no tenían una imagen que los acompañara, es decir, 11%. Para esta variable,

la Alcaldía de Cartagena fue la que más imágenes usó para sus comunicados, le sigue la de Santa Marta y, por último, la de Barranquilla. Es importante aclarar que solo se sistematizó el número de imágenes que estaban acompañando el comunicado, sin incluir los links de descargas que, por lo regular, acompañan cada comunicado y que también contienen fotos. Lo anterior, por cuanto después de la fecha estos links caducan y ya no se pueden ver las fotos.

Los comunicados de la Alcaldía de Barranquilla siempre llevan una foto, mientras que los de Santa Marta y Cartagena en un porcentaje muy bajo no llevaban imágenes. A continuación, un resumen de esta información (tablas 42 y 43):

Alcaldía	Número de notas con imagen	Porcentaje
Barranquilla		
SÍ	38	100%
NO	0	
Cartagena		
SÍ	79	81%
NO	18	19%
Santa Marta		
SÍ	75	94%
NO	5	6%

Tabla 42. Número de comunicados por alcaldía (fuente: elaboración propia, 2018)

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Alcalde	8	21%
Ciudadanos	10	27%
Protagonista no humano	15	38%
Otro funcionario	4	11%

Tabla 43. Protagonista imagen 1. Barranquilla (fuente: elaboración propia, 2018)

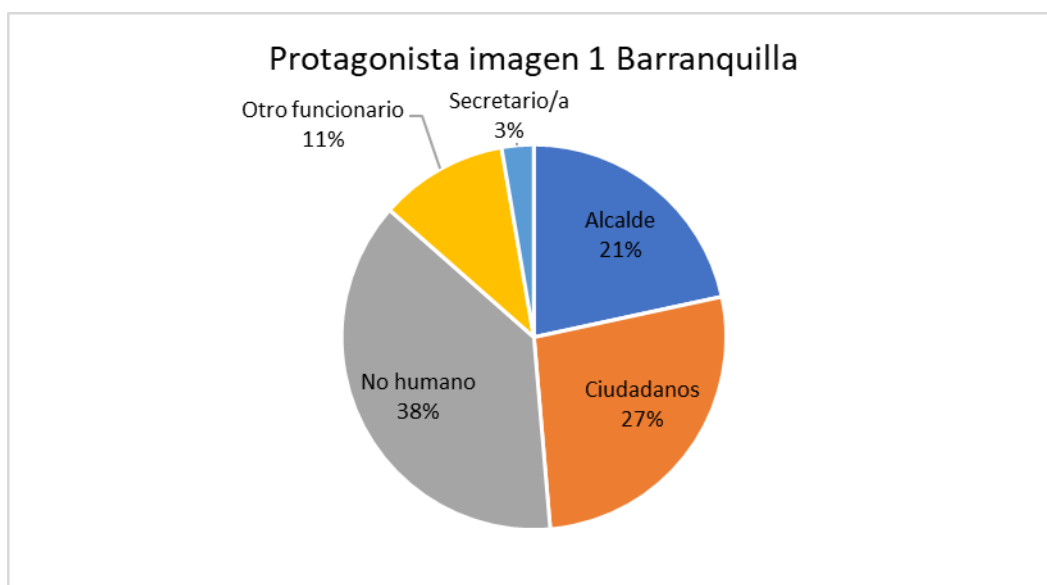


Gráfico 19. Protagonista imagen 1 - Barranquilla

En la primera imagen que acompaña los comunicados de la Alcaldía de Barranquilla (gráfico 19), la variable que tiene mayor porcentaje es lo no humano, con 38%, en tanto que hay una presencia importante de los funcionarios de la administración local tales como alcalde, Secretario y otro funcionario, que juntos suman 35%. Por tanto, entre lo no humano y los funcionarios públicos suman más del 70%, lo que deja rezagada la variable ciudadanos.

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Alcalde	16	20
Ciudadanos	17	21
No humano	14	18
Otro funcionario	27	34
Secretario	1	1
N/A (no tiene imagen)	5	6

Tabla 44. Protagonista imagen 1. Santa Marta (fuente: elaboración propia, 2018)

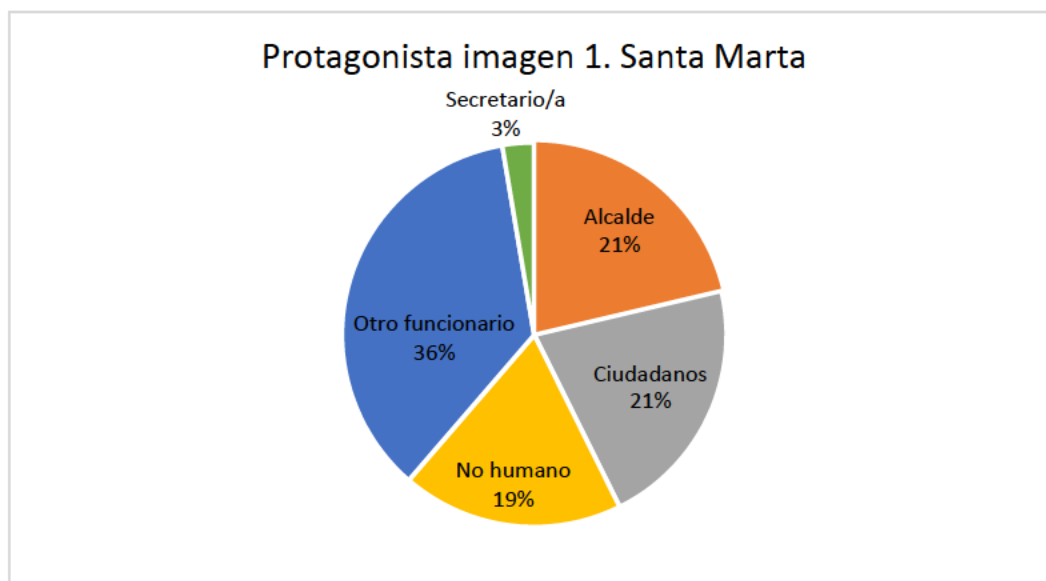


Gráfico 20. Protagonista imagen 1 – Santa Marta

En los comunicados de Santa Marta, se encontró que el protagonista que más apareció en la primera imagen fue Otro funcionario (35%), lo que permite inferir que se le da importancia a otros funcionarios de la Alcaldía, distintos al Alcalde y los secretarios del Gabinete (tabla 44, gráfico 20). Sin embargo, si se suman los porcentajes que corresponden a funcionarios de la administración local se puede evidenciar que en el 60% aparece alguno de estos, mientras que los Ciudadanos tienen solo un 21%, y lo No humano sigue teniendo participación, con 19%.

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Alcalde	13	13
Ciudadanos	28	28
Protagonista no humano	12	12
Otro funcionario	20	22
Secretario/a	6	6

Tabla 45. Protagonista imagen 1. Cartagena (fuente: elaboración propia, año)

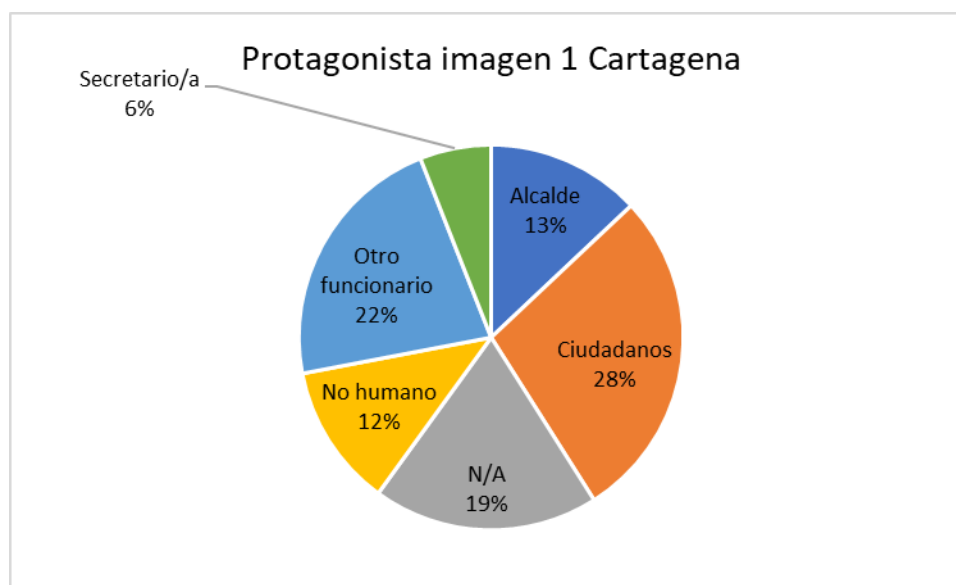


Gráfico 21. Protagonista imagen 1 - Cartagena

En los comunicados de Cartagena, el protagonista que más apareció (tabla 45, gráfico 21) fue la variable Ciudadanos (28%), sin embargo si se suman las veces que apareció el alcalde (13%), Secretario (6%) y Otro funcionario (22%), se llega a la conclusión que en el 41% de las ocasiones son los funcionarios de la administración los que aparecen en las primeras imágenes de esta alcaldía, mientras que 19% de las notas no tenían imágenes.

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Alcalde	2	11%
Ciudadanos	4	22%
Protagonista no humano	1	5%
Secretario	1	6%
N/A	10	56%

Tabla 46. Protagonista imagen 2. Barranquilla (fuente: elaboración propia, 2018)

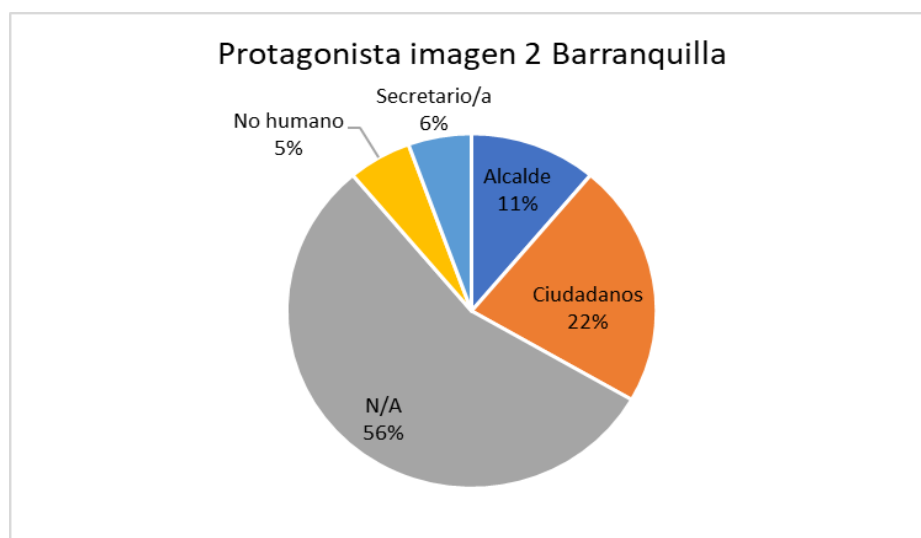


Gráfico 22. Protagonista imagen 2 - Barranquilla

La imagen anterior (gráfico 22) evidencia que el 56% de los comunicados analizados no tenían segunda imagen (tabla 46). Y para las imágenes que aparecían como secundarias los Ciudadanos tenían un porcentaje mayor (22%), mientras que el Alcalde y los secretarios seguían protagonizando las imágenes.

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Alcalde	7	15%
Ciudadanos	16	35%
Protagonista no humano	2	5%
Otro funcionario	13	28%
Secretario	1	2%
N/A	7	15%

Tabla 47. Protagonista imagen 2. Santa Marta (fuente: elaboración propia, 2018)

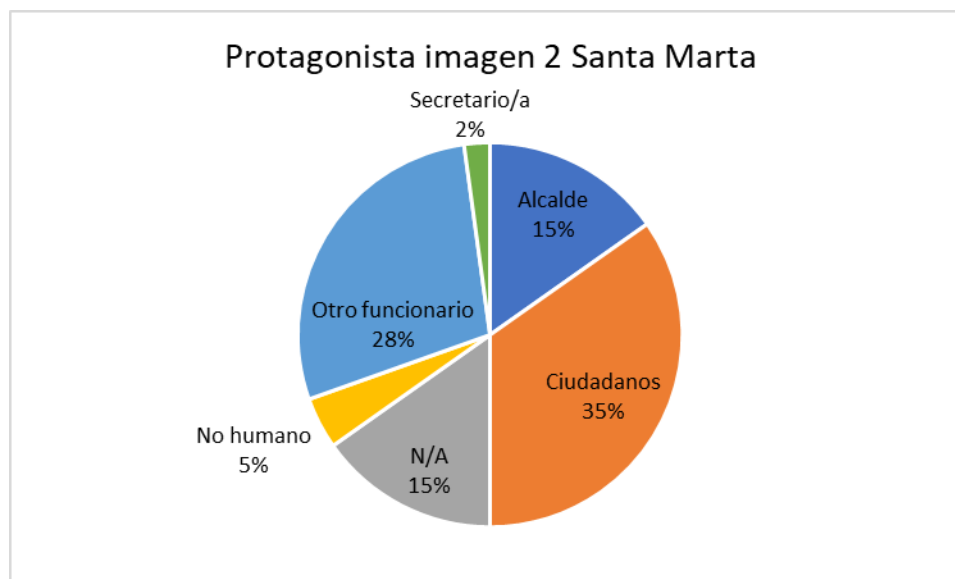


Gráfico 23. Protagonista imagen 2 – Santa Marta

Para el caso de Santa Marta, se evidencia que los Ciudadanos son los sujetos que más aparecen en la segunda imagen de los comunicados de la Alcaldía (tabla 47, gráfico 23), sin embargo Otro funcionario, Alcalde y secretarios del Gabinete representan el 45%, lo que quiere decir que siguen siendo protagonistas los funcionarios de la institución. El 15% de los comunicados no tenía imagen, tal como lo representa la variable N/A.

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Alcalde	5	7%
Ciudadanos	21	30%
N/A	16	23%
Protagonista no humano	6	8%
Otro funcionario	23	32%

Tabla 48. Protagonista imagen 2. Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

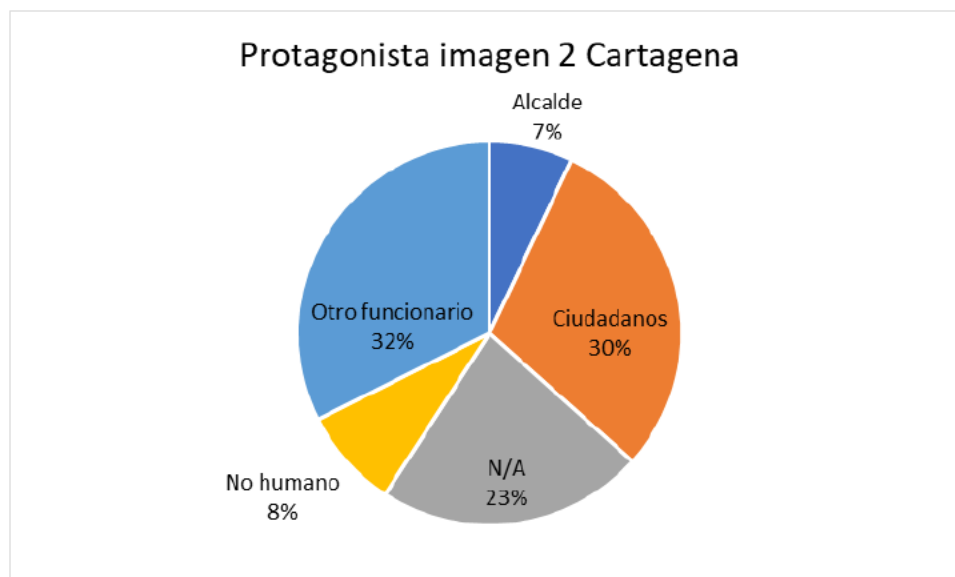


Gráfico 24. Protagonista imagen 2 – Cartagena

En la Alcaldía de Cartagena, la variable Otro funcionario sigue teniendo protagonismo en las imágenes (tabla 48, gráfico 24), mientras que los Ciudadanos alcanzan a tener una representación casi igual a la de los otros funcionarios que aparecen en las fotos. Lo no humano y el Alcalde tienen un porcentaje similar, 7% y 8%, respectivamente, pero no tan representativo frente a las variables Otro funcionarios de la Alcaldía y los ciudadanos.

Alcaldía	Número de notas	Porcentaje
Barranquilla	38	
SÍ	2 (Tienen un enlace para audio, pero no funciona)	5%
NO	36	95%
Santa Marta	80	
SÍ	27	34%

NO	53	66%
Cartagena	97	
SÍ	8	8%
NO	89	92%

Tabla 49. ¿Tiene audio? Barranquilla, Santa Marta y Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

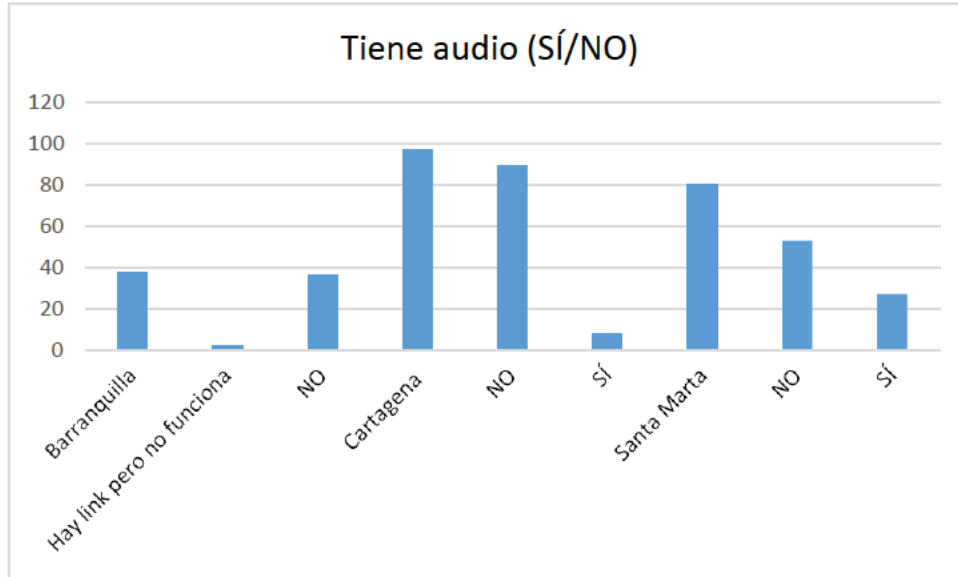


Gráfico 25. Tiene audio – Santa Marta

En cuanto al audio que acompaña a los comunicados analizados (tabla 49, gráfico 25), la Alcaldía de Santa Marta es la que más usa este recurso, mientras que en la Alcaldía de Barranquilla –aunque tiene un uso mínimo- no funciona para el que intenta abrirlo o escucharlo, por cuanto los links colgados en la página no servían al momento del análisis.

8.2.5. Tablas comparativas entre alcaldías

Variable	Barranquilla	Barranquilla	Santa	Santa	Cartagena	Cartagena	Total	Total
	V/A	%	Marta V/A	Marta %	V/A	%	V/A	Porcentaje
Socialización Política	11	29%	14	18%	24	25%	49	22,79%
Convocatoria ciudadana	8	21%	3	4%	14	15%	25	11,63%
Ejecución de acciones	3	8%	36	45%	26	27%	65	30,23%
Inauguración y/o entrega de obras	6	16%	9	11%	6	6%	21	9,77%
Reconocimiento	5	13%	4	5%	5	5%	14	6,51%
Festividad	3	8%	5	6%	3	3%	11	5,12%
Rendición de cuentas	1	2,5%	3	4%	11	11%	15	6,98%
Participación ciudadana	1	2,5%	6	7%	8	8%	15	6,98%
Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%

Tabla 50. Tema titular. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia; 2018)

Es evidente que los titulares de los comunicados de las alcaldías tienen como propósito realizar la gestión de las administraciones locales, ya que más del 60% están enfocados en temas relacionados con Socialización Política, Ejecución de acciones e Inauguración y/o entrega de obras, así como también un porcentaje que tiene que ver con notas que hacen un reconocimiento a la gestión. Menos del 20% tiene intención de convocar a la ciudadanía hacia la participación (tabla 50).

Variable	Barranquilla V/A	Barranquilla %	Santa Marta V/A	Santa Marta %	Cartagena V/A	Cartagena %	Total V/A	Total porcentaje
Alcalde	6	16%	9	11%	9	9%	24	11,16%
Ciudadanos	10	26%	11	14%	18	18%	39	18,13%
Distrito	7	19%	26	32%	20	21%	53	24,65%
Otros estamentos del Gobierno	2	5%	12	15%	22	23%	36	16,74%
Protagonista no humano	13	34%	18	23%	26	27%	57	26,51%
Funcionario Alcaldía	0	0	1	1%	1	1%	2	0,94%
Secretarios	0	0	3	4%	1	1%	4	1,87%
Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%

Tabla 51. Protagonista titular. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia; 2018)

Es clave señalar que la variable No humano fue el Protagonista que tuvo mayor presencia en los titulares de los comunicados (tabla 51), lo que ratifica la tesis de la Mirada Informativa de Amparo Moreno, que incita a los periodistas a darle prioridad a lo humano, por encima de las instituciones o de las cosas. Sin embargo, también hay una intención de darle protagonismo a la institución como tal, así como a sus funcionarios y, por supuesto, al Alcalde.

Variable	Barranquilla V/A	Barranquilla %	Santa Marta V/A	Santa Marta %	Cartagena V/A	Cartagena %	Total V/A	Total porcentaje
Alcalde	12	31%	16	20%	22	23%	50	23,26%
Ciudadanos	9	24%	7	8%	14	15%	30	13,95%
Distrito	3	8%	7	9%	3	3%	13	6,05%
Funcionario de la Alcaldía	2	5%	8	10%	9	9%	19	8,84%
Otros estamentos del Gobierno	6	16%	23	29%	41	42%	70	32,56%
Secretarios	6	16%	19	24%	8	8%	33	15,35%
Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%

Tabla 52. Protagonista del texto. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

La variable Otros estamentos del Gobierno es la que mayor protagonismo tiene en el cuerpo del texto de los comunicados (tabla 52), pero es necesario decir que este resultado tiene mucho que ver con el número de comunicados que emitió la Alcaldía de Cartagena, que fue mayor frente al de las otras dos alcaldías. Sin embargo, la variable Alcalde fue la segunda de mayor protagonismo, seguido de los Secretarios y Funcionario de la Alcaldía, lo que indicaría que hay una fuerte intención de darle espacio importante a estos funcionarios en las comunicaciones de las administraciones locales.

Variable SÍ/NO	Barranquilla V/A	Barranquilla %	Santa Marta V/A	Santa Marta %	Cartagena V/A	Cartagena %	Total V/A	Total porcentaje
SÍ	31	82%	54	68%	83	86%	168	78,61%
NO	7	18%	26	32%	14	14%	47	21,39%
Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%

Tabla 53. ¿Tiene fuente? (SÍ/NO). Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

Si bien las alcaldías se convierten en fuente para los periodistas de los medios privados, los periodistas de las alcaldías deberían contrastar la información que entregan (tabla 53). Esto no sucede con todos los comunicados analizados, por cuanto más del 20% no tienen ni siquiera una fuente citada.

Variable	Barranquilla V/A	Barranquilla %	Santa Marta V/A	Santa Marta %	Cartagena V/A	Cartagena %	Total V/A	Total porcentaje
Alcalde	12	39%	17	31%	22	27%	51	30,36%
Ciudadanos	2	6%	3	6%	7	8%	12	7,14 %
Otro funcionario	7	23%	20	36%	43	52%	70	41,66%
Secretario/a	10	32%	14	27%	11	13%	35	20,84%
Total	31	100%	54	100%	83	100%	168	100%

Tabla 54. Fuente 1. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

El comportamiento en lo relacionado con la fuente número uno citada en los comunicados coincide con la intención de darle voz a los funcionarios de la Alcaldía y en un porcentaje importante al Alcalde de las ciudades analizadas, pero es muy poca o casi nula la participación de los ciudadanos (tabla 54).

Variable	Barranquilla V/A	Barranquilla %	Santa Marta V/A	Santa Marta %	Cartagena V/A	Cartagena %	Total V/A	Total porcentaje
Ciudadanos	3	18%	6	29%	8	20%	17	21,8%

Otro funcionario	8	47%	11	52%	26	65%	45	57,7%
Secretario/a	6	35%	2	10%	1	3%	9	11,6%
Alcalde	0	0%	2	9%	5	12%	7	8,9%
Total	17	100%	21	100%	40	100%	78	100%

Tabla 55. Fuente 2. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

Como fuente número dos (tabla 55) sigue teniendo mucho protagonismo la variable Otro funcionario, con casi el 60% de las citaciones, a lo que habría que sumarle las citaciones que se hacen del Alcaldía y de los secretarios del Gabinete, que darían un 80%, lo que permite inferir que la intención es darles mayor voz y espacio a los funcionarios de la administración local. Aunque el porcentaje de voces ciudadanas aumenta para la segunda fuente, no es tan visible.

SÍ/NO	Barranquilla V.A.	Barranquilla Porcentaje	Santa Marta V.A.	Santa Marta %	Cartagena V.A.	Cartagena Porcentaje	Total V/A	Total Porcentaje
SÍ	38	100%	75	94%		88%	204	94,4%
NO	0	0	5	6%	11	12%	11	5,6%
Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%

Tabla 56. Tiene imagen (SÍ/NO). Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

Los resultados que reporta la tabla anterior permiten inferir que, la mayoría de veces, los comunicados van acompañados de una imagen y que en un muy bajo porcentaje no tiene imagen (tabla 56). Lo anterior les facilita la labor a los periodistas de los medios privados que hacen uso de las imágenes que entrega el área de prensa de las alcaldías.

Variable	Barranquilla V.A.	Barranquilla %	Santa Marta V.A.	Santa Marta %	Cartagena V.A.	Cartagena %	Total V.A.	Total porcentaje
Alcalde	8	21%	16	20%	13	13%	37	17%
Ciudadanos	10	27%	17	21%	28	28%	55	26%
Protagonista no humano	15	38%	14	18%	12	12%	41	19%
Secretario	1	3%	1	1%	6	6%	8	4%
Otro funcionario	4	11%	27	34%	20	22%	51	24%
N/A (No tenía imagen)	0	0%	5	6%	18	19%	23	10%

Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%
-------	----	------	----	------	----	------	-----	------

Tabla 57. Protagonista imagen 1. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

Como se evidencia en esta tabla, el protagonista que más aparece en la primera imagen de las alcaldías analizadas es algún funcionario de la administración local (tabla 57), sea el alcalde, otro funcionario o algún secretario del Gabinete Distrital, así lo reporta la sumatoria de las tres variables que da como resultado 45%, y si a este resultado se le suma lo No humano (19%), lo que indica que las oficinas de comunicaciones le dan más relevancia a los rostros de los funcionarios y a cosas abstractas, que a los ciudadanos, que es el público al que, al final, van dirigidas estas informaciones.

Variable	Barranquilla		Santa Marta		Cartagena		Total	Total
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%		
Alcalde	2	11%	7	15%	5	7%	14	10,37
Ciudadanos	4	22%	16	35%	21	30%	41	30,37
Protagonista no humano	1	5%	2	5%	6	8%	9	6,66
Secretario	1	6%	1	2%	0	0%	2	1,50
N/A	10	56%	7	15%	16	23%	33	24,44

Otro funcionario	0	0%	13	28%	23	32%	36	26,66
Total	18	100%	46	100%	71	100%	135	100%

Tabla 58. Protagonista imagen 2. Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

Los Ciudadanos se convierten en protagonistas de la segunda imagen que acompaña a los comunicados, sin embargo, otros funcionarios distintos al Alcalde y los secretarios del gabinete también tienen un porcentaje importante, aunque el Alcalde sigue apareciendo en estas imágenes (tabla 58).

SÍ/NO	Barranquilla V/A	Barranquilla %	Santa Marta V/A	Santa Marta %	Cartagena V/A	Cartagena %	Total V/A	Total porcentaje
SÍ	2	5%	27	34%	8	8%	37	17,20%
NO	36	95%	53	66%	89	92%	178	82,80%
Total	38	100%	80	100%	97	100%	215	100%

Tabla 59. Tiene audio (SÍ/NO). Comparativo alcaldías (fuente: elaboración propia, 2018)

Hay un porcentaje del 17,20% de los comunicados que hace uso de la herramienta del audio (tabla 59). Es muy bajo si se compara con los que no hacen uso de este elemento. Es clave escuchar el testimonio de las fuentes que se citan en los comunicados, porque es un elemento con el que los periodistas de los medios privados podrían alimentar la información que difunde y cotejarlo con lo que está escrito en el comunicado.

8.3. Resultados del análisis de contenido de los periódicos de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena

Los periódicos analizados para la presente investigación fueron El Heraldó, La Libertad, El Universal y Hoy Magdalena, que son los diarios de mayor circulación en la Región Caribe colombiana (tabla 60). Se analizaron un total de 238 notas relacionadas con las administraciones locales de las tres ciudades ya mencionadas, y que fueron difundidas en las ediciones del primero al 15 de febrero, y del primero al 15 de agosto de 2018. Aunque en principio se pretendía solo hacer el análisis de las secciones Locales y Política, en la revisión de los periódicos se encontró que existían informaciones relacionadas con la Administración Local que fueron publicadas en otras secciones como Economía y Generales. El diario que más informaciones publicó fue El Universal (de Cartagena), mientras que el de menos publicaciones fue El Heraldó.

Diario	Número de notas analizadas
El Heraldó	46
La Libertad	58
El Universal	74
Hoy Magdalena	60
Total	238

Tabla 60. Número de notas por periódico (fuente, elaboración propia, 2018)

8.3.1. El Heraldó

Número de notas	Variable	Porcentaje
35	NO	76%

11	Sí	24%
46	Total	100%

Tabla 61. Lead en portada – El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 26. Lead en portada – El Heraldo 2018

En este periódico se encontró que el 76% de las notas relacionadas con la Alcaldía no aparecieron en la portada del periódico (tabla 61, gráfico 26), mientras que el 24% sí aparecieron, lo que significa que fueron consideradas por el editor y/o director del medio como información importante para esa edición.

Ubicación en página	Número de notas	Porcentaje
Breve	7	15%
Nota principal	17	37%
Nota secundaria	18	39%

Página entera	4	9%
Total	46	100%

Tabla 62. Espacio dedicado a la información (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 27. Ubicación en página – El Heraldo 2018

De las notas analizadas, el porcentaje más alto correspondió a notas que fueron publicadas como secundarias, es decir, un 39%, sin embargo, un porcentaje muy similar lo tuvieron las informaciones que abrieron página o fueron notas principales (tabla 62), lo que quiere decir que fueron consideradas importantes por el periodista o editor de la página (gráfico 27). La sumatoria de notas principales y secundarias indica que el 85% tuvo un espacio visible en la página de publicación.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Locales	44	96%
Economía	1	2%
Judiciales	1	2%

Total	46	100%
-------	----	------

Tabla 63. Tabla sección de publicación. El Heraldó (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 28. Sección de publicación – El Heraldó 2018

La sección Locales es la que en la mayoría de las veces el periódico difunde las informaciones relacionadas con la administración local (tabla 63, gráfico 28). Sin embargo, hay otros espacios como el de Economía o Judicial donde el periódico también le da cabida a estas informaciones, pero en una menor proporción.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Inauguración y/o entrega de obras	7	17%
Financiamiento de obras	2	4%
Investigación al Distrito	1	2%
Participación ciudadana	6	13%
Propaganda a la ciudad	7	15%
Rendición de cuentas	4	9%
Socialización política	4	9%
Anuncio de medidas del Distrito	14	31%

Total	46	100%
-------	----	------

Tabla 64. Tabla Tema titular. El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 29. Tema titular – El Heraldo 2018

En El Heraldo, el tema del titular que apareció en más ocasiones (tabla 64, gráfico 29) es el de anuncio de medidas del Distrito, que si se suma con Socialización Política, reporta el 40% de los temas relacionados la gestión del Distrito en cuanto a medidas y políticas que entrarán en vigencia. Sin embargo, hay un porcentaje de notas que no pasa desapercibido y tienen que ver con Inauguración, entrega de obras y financiamiento de estas, así como contenido que habla de mejoras en la ciudad. La sumatoria de las variables mencionadas reporta que en el 76% de las ocasiones los temas correspondían a la gestión de la administración local, mientras que solo 13% hablaba de participación ciudadana, mientras el 9% era de rendición de cuentas.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	3	7%
Ciudadanos	5	11%
Distrito	6	13%
Funcionario de la Alcaldía	2	4%
Otros estamentos del Gobierno	4	9%
Protagonista no humano	24	52%
Secretarios	2	4%
Total	46	100%

Tabla 65. Protagonista titular. El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)

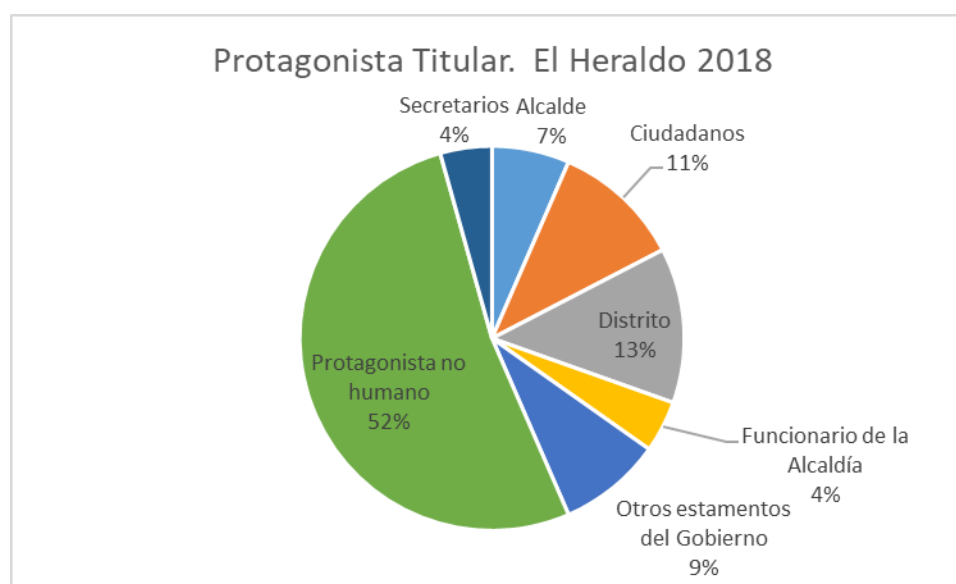


Gráfico 30. Protagonista titular- El Heraldo 2018

En este diario, más del 50% de los titulares tiene como protagonista a la variable no humana, es decir, hay ausencia de historias de personas (tabla 65, gráfico 30). Pero, si a esto se le suma los titulares en los que protagoniza ya sea el Alcalde, el Distrito o cualquier otro funcionario o estamento del Gobierno nos arroja un 89%, que frente a un 11% de los titulares protagonizados por ciudadanos es una diferencia abismal.

Variable	Número de veces	Porcentaje
----------	-----------------	------------

Alcalde	12	26%
Ciudadanos	1	2%
Otro funcionario	4	9%
Distrito	3	7%
Otros estamentos del Gobierno	8	17%
Protagonista no humano	5	11%
Secretario/a	13	28%
Total	46	100%

Tabla 66. Protagonista texto El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 31. Protagonista texto – El Heraldo 2018

En cuanto al Protagonista del texto (tabla 66, gráfico 31), en El Heraldo, tanto el Alcalde como algún secretario del Gabinete son los que más protagonismo tuvieron en los textos, con 54%. Sin embargo, si se contabiliza este porcentaje con el resto de protagonistas que aparecen como Distrito, Otro funcionario, Otros estamentos del Gobierno y Protagonista no humano vemos que el 98% de protagonistas son voces oficiales, lo que hace que las notas periodísticas estén muy alejadas de ser un espacio para que la ciudadanía también exponga lo que piensa.

Número de notas	Variable	Porcentaje
-----------------	----------	------------

42	SÍ	91%
4	NO	9%
46	Total	100%

Tabla 67. ¿Tiene fuente? El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)

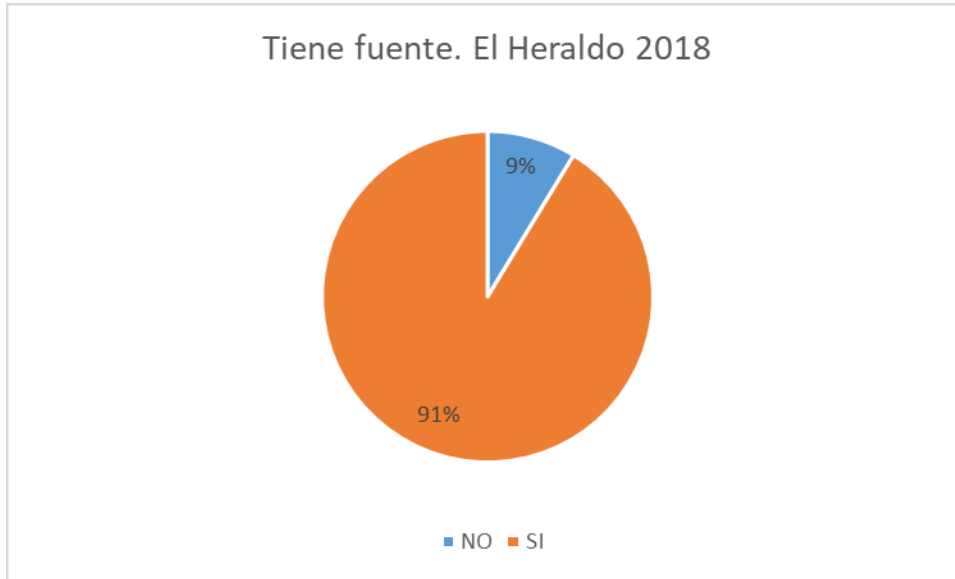


Gráfico 32. Tiene fuente – El Heraldo 2018

Si bien, los periodistas que cubren las administraciones locales tienen a la Alcaldía como fuente al momento de construir las informaciones, el porcentaje de notas que citó y no citó a fuente alguna en El Heraldo (tabla 67, arroja que el 9% de las notas no citaron ni a una sola fuente (gráfico 32).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	9	19%
Ciudadanos	9	20%
Otro funcionario	6	13%
Secretario	17	37%
N/A (no tiene fuente)	5	11%
Total	46	100%

Tabla 68. Fuente 1. El Heraldo (fuente: elaboración propia, año)

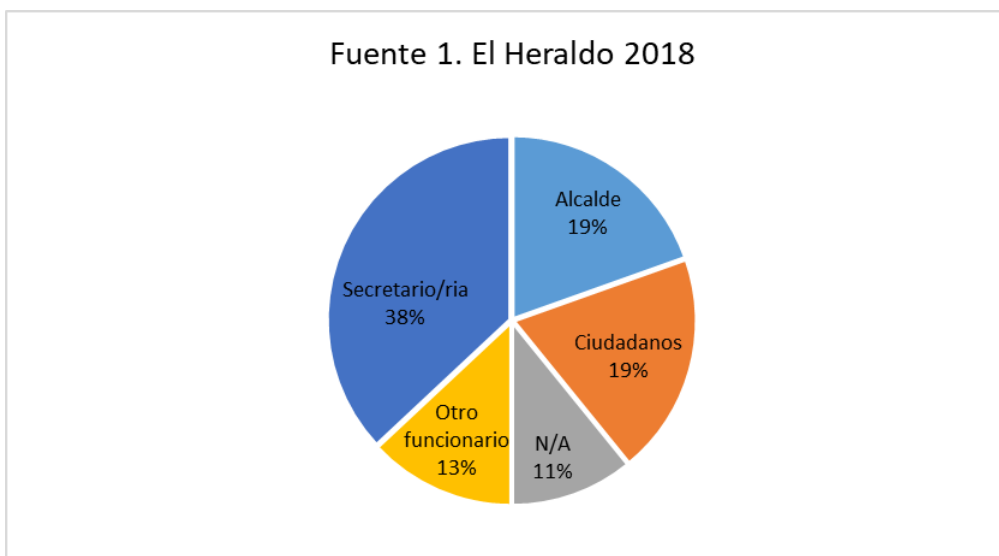


Gráfico 33. Fuente 1 – El Heraldo 2018

La primera fuente citada (tabla 68), en un porcentaje importante (38%), fue algún secretario del Gabinete Distrital (gráfico 33). Sin embargo, si se revisan las otras variables se encuentra que la primera fuente citada, en el 71% de las ocasiones es algún funcionario de la administración local, ya sea el Alcalde, un secretario u otro funcionario. Solo en el 20% de las ocasiones aparece una voz ciudadana.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	4	9%
Ciudadanos	4	9%
Sin fuente 2	21	46%
Otra entidad	1	2%
Otro funcionario	7	15%
Secretario/a	8	17%
Político	1	2%
Total	46	100%

Tabla 69.Tabla Fuente 2. El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)

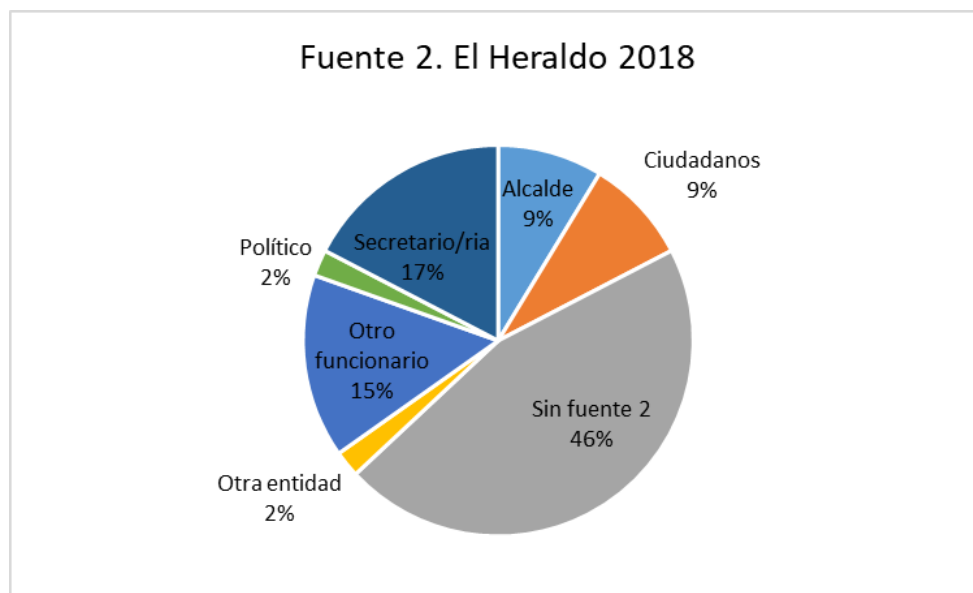


Gráfico 34. Fuente 2 – El Heraldo 2018

En El Heraldo, el 46% de las notas analizadas no tenían una segunda fuente (tabla 69, gráfico 34), es decir, casi la mitad de las notas solo tenía fuente, lo que permite inferir que son notas sin ningún contraste y que se quedan con la voz de los funcionarios de la administración en la mayoría de los casos. En el 52% restante siguen apareciendo las voces gubernamentales como segunda fuente, sea un funcionario, un secretario, un político, una entidad, pero solo en un 9% aparece una declaración de algún ciudadano.

Número de notas	Variable	Porcentaje
43	SÍ	93%
3	NO	7%
46	Total	100%

Tabla 70. ¿Tiene imagen? El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 35. ¿Tiene imagen? – El Heraldo 2018

Las imágenes (tabla 70), tal como se ha dicho, tienen un propósito importante en las informaciones porque no solo sirven estéticamente, sino que también entregan una información a la audiencia. En el caso de las 46 notas analizadas en El Heraldo, la mayoría tenía una imagen, es decir, 43 notas (93%) y solo 3 (7%) no tenían fotos que le acompañara (gráfico 35).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	5	11%
Ciudadanos	12	26%
Protagonista no humano	17	37%
Otro funcionario	7	15%
Secretario/a	2	4%
No tiene imagen	3	7%
Total	46	100%

Tabla 71. Protagonista imagen 1. El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)

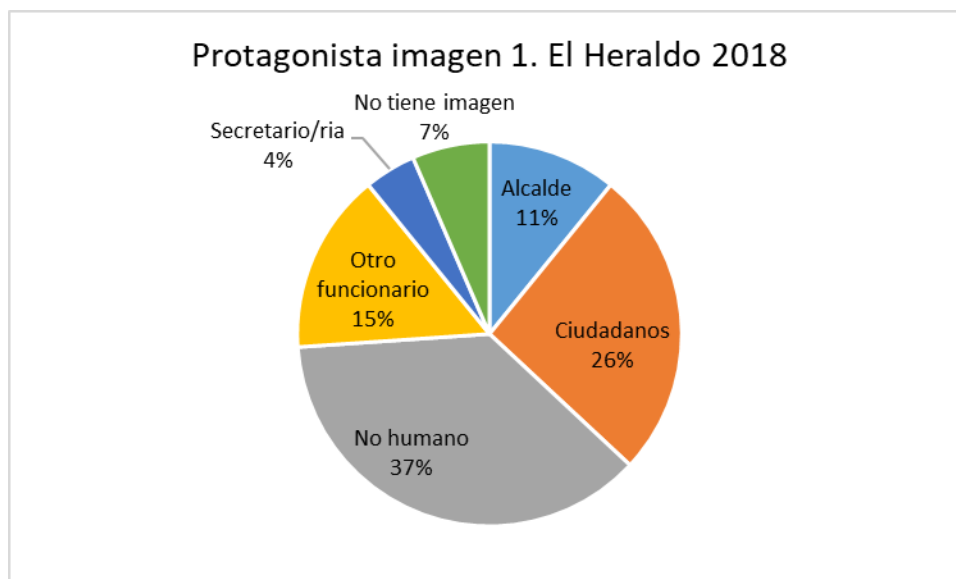


Gráfico 36. Protagonista imagen 1 – El Heraldo 2018

En El Heraldo, lo no humano vuelve a convertirse en protagonista de la primera imagen, con un 37%, a lo que se suma que otras variables como Otro funcionario, alcalde y secretario protagonizan la primera imagen que encuentra el lector (tabla 71, gráfico 36). Por tanto, los funcionarios de la Alcaldía tuvieron igual protagonismo que lo No humano (37%). En esta categoría, los ciudadanos tienen un poco más de participación que el que se le da en la categoría de fuentes, con 26%.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	5	11%
Ciudadanos	3	7%
Protagonista no humano	5	11%
Otro funcionario	3	7%
Secretario/a	1	2%
No tiene imagen	29	62%
Total	46	100%

Tabla 72. Protagonista imagen 2. El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)

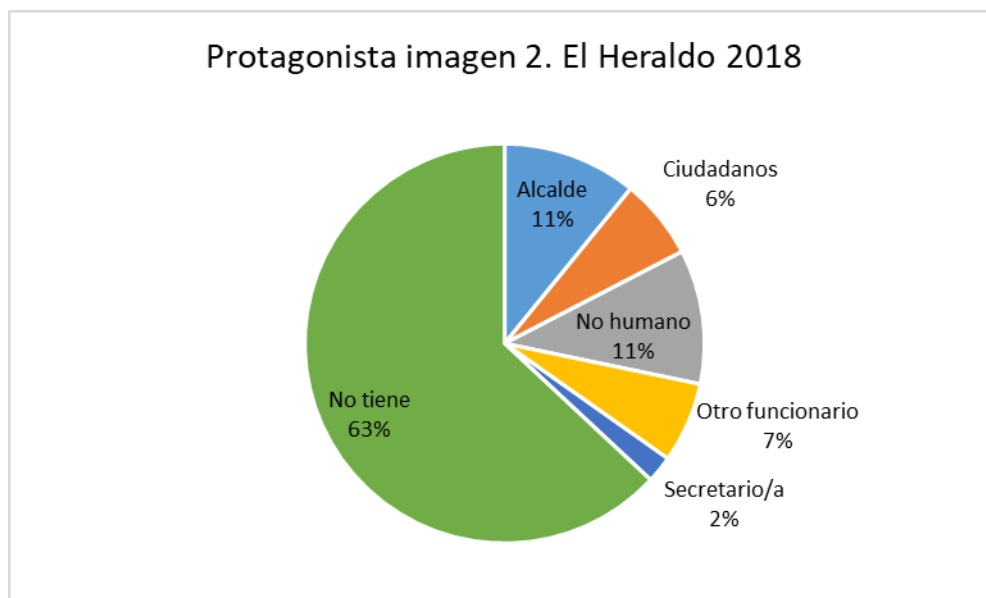


Gráfico 37. Protagonista imagen 2 – El Heraldo

En cuanto a la imagen que acompaña a las notas analizadas, se encontró que un 62% no tiene una segunda fotografía (tabla 72), y en un 31% los protagonistas eran alcalde, otro funcionario, algún secretario del Gabinete y la variable no humano, lo que dejaba rezagada a los rostros de los ciudadanos que solo tuvieron 7% de participación (gráfico 37).

Número de notas	Variable	Porcentaje
29	SÍ	63%
17	NO	37%
46	Total	100%

Tabla 73. ¿Tiene autor? El Heraldo (fuente: elaboración propia, 2018)

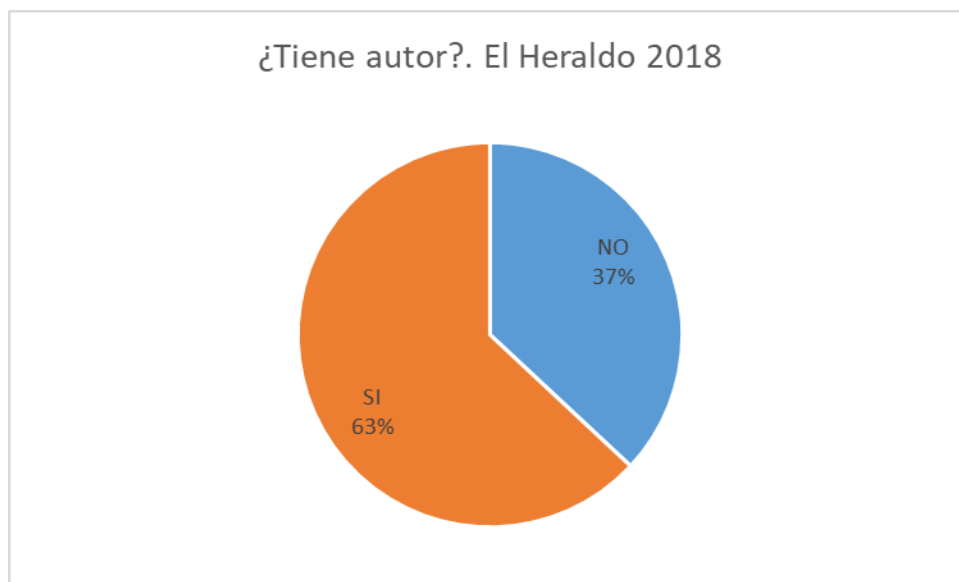


Gráfico 38. ¿Tiene autor? – El Heraldo 2018

En cuanto al autor, el 63% de las notas del diario El Heraldo tenían autor, es decir, aparecía una firma, mientras que el 37% no tenía firma (tabla 73, gráfico 37).

8.3.2. La Libertad

Para el caso del diario La Libertad, que es el segundo más antiguo de Barranquilla (capital del Atlántico), se encontraron 58 notas relacionadas con la Alcaldía de Barranquilla (tabla 74). De ese total, 27 aparecieron con un lead o entrada en la portada, es decir, un 47%, mientras que las 31 notas restantes no aparecían en esa primera página del periódico, es decir, el 53%.

Variable	Número de notas	Porcentaje
NO	31	53%
Sí	27	47%

Tabla 74. Lead en portada. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

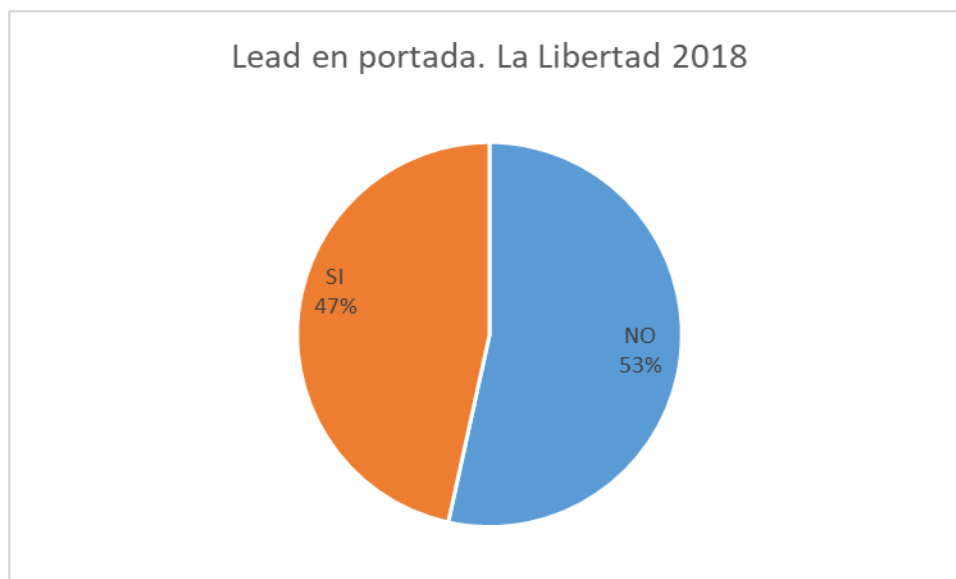


Gráfico 39. Lead en portada – La Libertad 2018

De las 58 notas analizadas en el diario La Libertad, el 47% apareció en la primera página del periódico de las ediciones analizadas (tabla 74, gráfico 39), lo que quiere decir que fue considerado por el periodista o editor del medio como información que fue valorada como importante por el medio.

Ubicación en la página	Número de notas	Porcentaje
Breve	17	29%
Nota principal	17	29%
Nota secundaria	24	42%

Tabla 75. Ubicación en la página. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

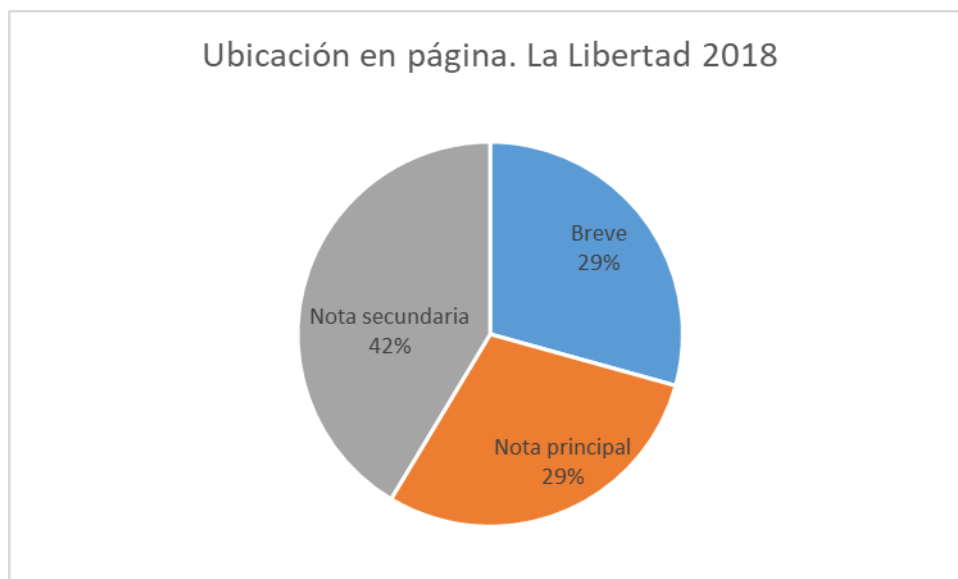


Gráfico 40. Ubicación página – La Libertad 2018

En La Libertad, las notas analizadas ocuparon un espacio importante en la página en la que fueron publicadas (tabla 75, gráfico 40), ya que el 71% fueron publicadas como nota principal o nota secundaria.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Generales	11	19%
Política	3	5%
Locales	43	74%
Cierre de cuadernillo	1	2%

Tabla 76. Sección publicación La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

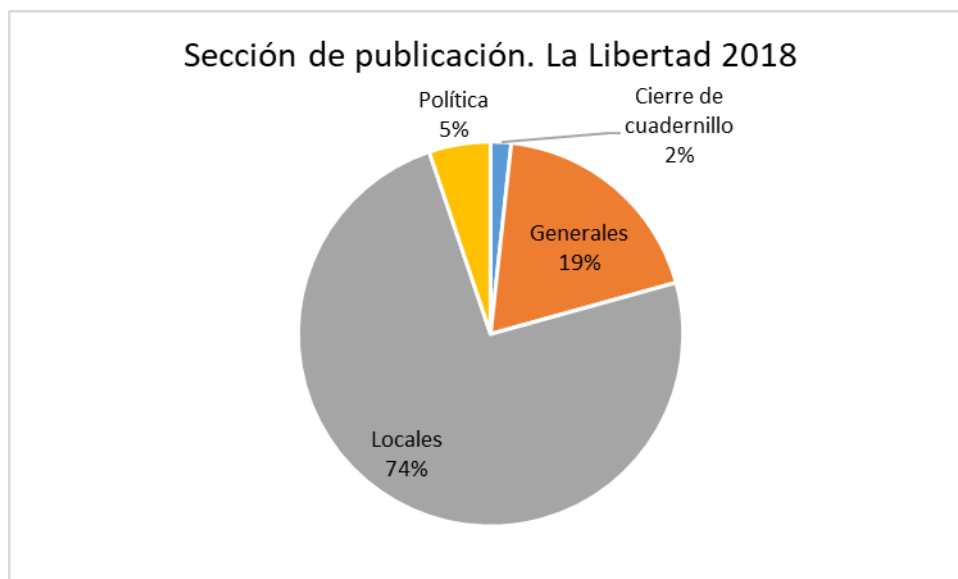


Gráfico 41. Sección de publicación – La Libertad 2018

En La Libertad, al igual que en El Heraldó, la sección Locales es donde más se publica información relacionada con las administraciones locales (tabla 76), sin embargo, es posible encontrarla también en Generales, y en un mínimo porcentaje en Política o en el cierre de algún cuadernillo (gráfico 41).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Anuncio medidas del Distrito	16	27%
Convocatoria ciudadana	2	3%
Financiamiento de obras	1	2%
Inauguración y/o entrega de obras	5	9%
Investigación al Distrito	3	5%
Participación ciudadana	10	17%
Propaganda a la ciudad	11	19%
Rendición de cuentas	5	9%
Socialización Política	4	7%

No tiene	1	2%
----------	---	----

Tabla 77.Tema titular. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 42. Tema titular – La Libertad 2018

En La Libertad, los temas de los titulares están relacionadas – en su mayoría – con la gestión de la administración local y eso se evidencia con la sumatoria de las variables Anuncio de medidas del Distrito (tabla 77), Socialización Política, Inauguración de obras, que da como un 45%, a lo que se adiciona unas notas que hacen una valoración positiva en cuanto a los avances en la ciudad (gráfico 42), que corresponde al 19%. Solo el 20% de los titulares están relacionadas con temas de participación o convocatoria ciudadana.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	8	14%

Ciudadanos	12	21%
Distrito	7	12%
Otros estamentos del Gobierno	3	5%
Protagonista no humano	23	40%
Secretarios	3	5%
No tiene	2	3%

Tabla 78. Protagonista titular. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 43. Protagonista titular – La Libertad 2018

En La Libertad, el protagonista no humano es el que más protagonismo tiene en los titulares (tabla 78), y si se suman variables como Distrito, Alcalde y Secretarios encontramos que los funcionarios de la administración local tienen un 31% de participación como protagonistas en los titulares, frente a un 21% que corresponde a los ciudadanos (gráfico 43).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	16	27%
Ciudadanos	8	14%
Distrito	6	10%
Funcionario de la Alcaldía	1	2%
Otros estamentos del Gobierno	4	7%
Protagonista no humano	1	2%
Secretario/a	22	38%

Tabla 79. Protagonista texto. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

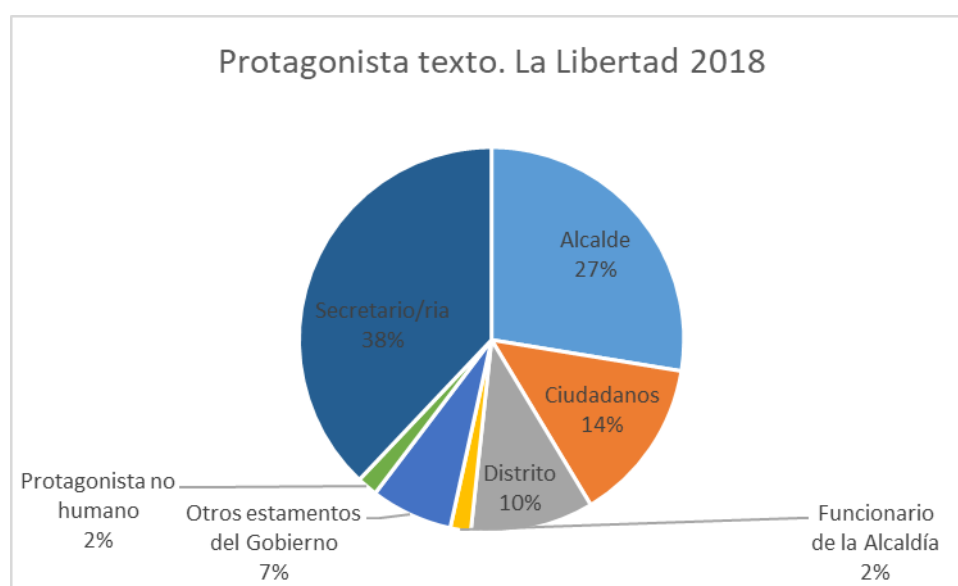


Gráfico 44. Protagonista texto – La Libertad 2018

En cuanto al protagonista del texto (tabla 79), el comportamiento no es muy diferente que al que tiene los titulares, por cuanto el 82% de los que protagonizan las notas analizadas son el Alcalde o los secretarios del Gabinete, o en algunas ocasiones el Distrito u otros estamentos de Gobierno (gráfico 44). Lo que hace que las informaciones sean oficialistas y haya muy poco protagonismo de los ciudadanos, que apenas alcanzan 14%.

Número de notas	Variable	Porcentaje
56	SÍ	97%
2	NO	3%

Tabla 80. ¿Tiene fuente? La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 45. Tiene fuente – La Libertad 2018

Es importante aclarar que ninguna de las notas analizadas en este diario tiene más de dos fuentes citadas. En el 97% de las notas analizadas hay una fuente citada, mientras que en el 3% no hay fuente (tabla 80, gráfico 45).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	16	28%
Ciudadanos	6	10%
Otro funcionario	12	21%
Secretario/a	22	38%
Sin fuente	2	3%

Tabla 81. Fuente 1. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

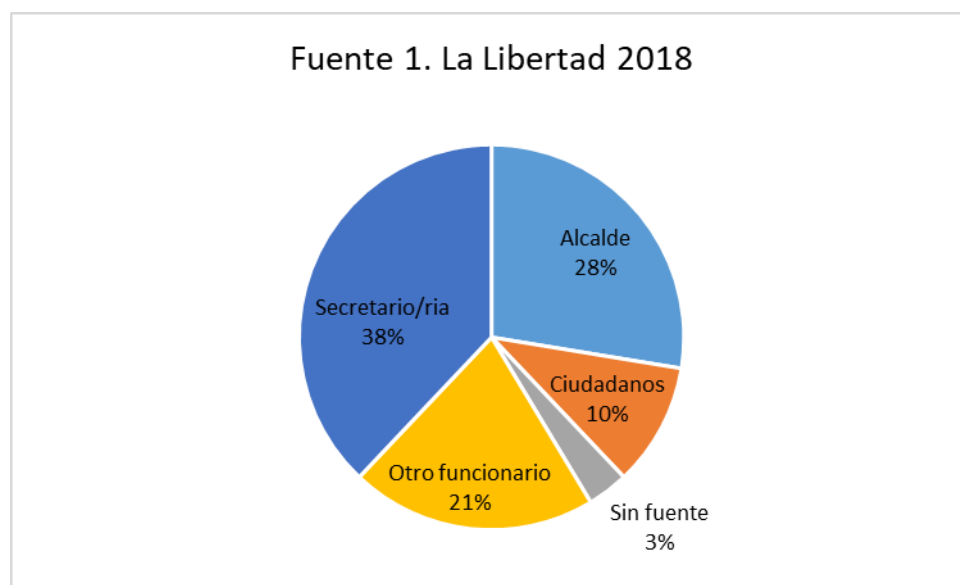


Gráfico 46. Fuente 1 – La Libertad 2018

En el 87% de las notas del diario La Libertad es evidente que la primera fuente citada es una voz oficial, ya sea un secretario del Gabinete, el Alcalde o algún otro funcionario de la Alcaldía, solo el 10% es una voz ciudadana (tabla 81, gráfico 46).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	2	3%
Ciudadanos	5	9%
Sin fuente 2	43	74%
Otro funcionario	5	9%
Secretario/a	3	5%

Tabla 82. Fuente 2. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

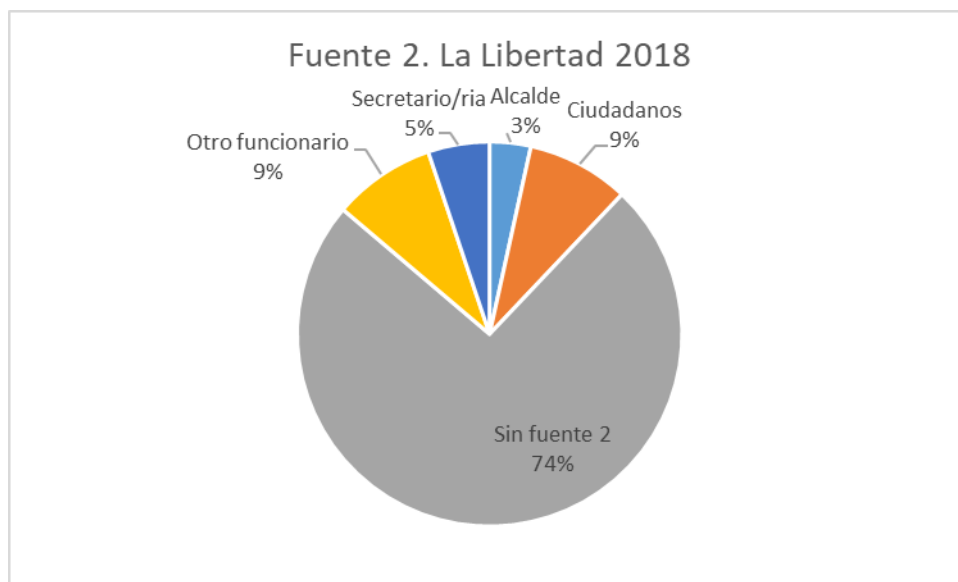


Gráfico 47. Fuente 2 – La Libertad 2018

En este diario, el 74% de las notas analizadas no tienen segunda fuente, mientras que del 26% restante los funcionarios de la Alcaldía siguen apareciendo, y solo un 9% corresponde a voces de ciudadanos (tabla 82, gráfico 47).

Número de notas	Variable	Porcentaje
47	SÍ	81%
11	NO	19%

Tabla 83. ¿Tiene imagen? La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

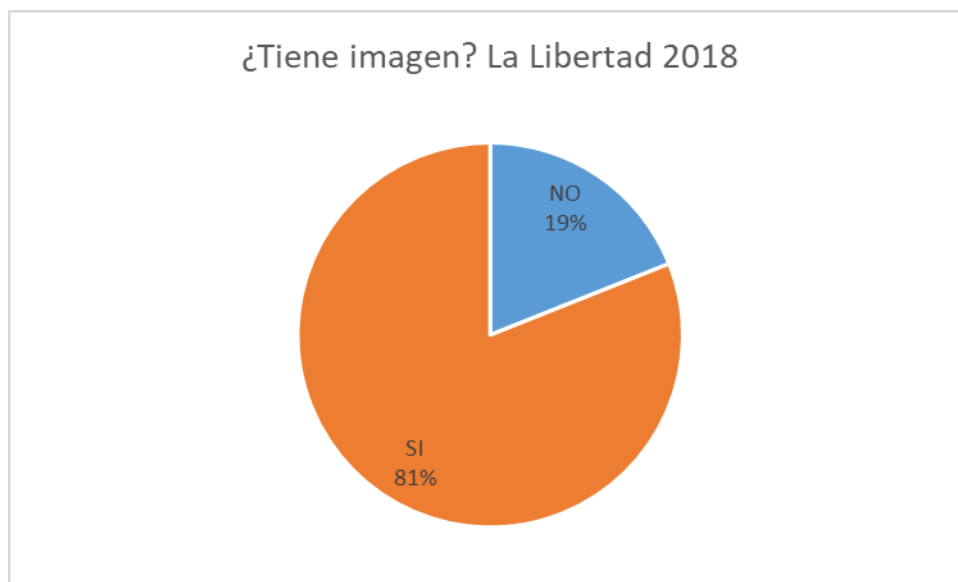


Gráfico 48. ¿Tiene imagen? – La Libertad 2018

El 81% de notas analizadas le acompañaba, por lo menos, una imagen, mientras que en un 19% se publicaba solo el texto, lo que permite inferir que no había más espacio para insertar fotos o el periodista no contaba con imágenes que acompañaran el texto (tabla 83, gráfico 48).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	12	21%
Ciudadanos	13	22%
No humano	10	17%
Otro funcionario	8	14%
Secretario/a	4	7%
Sin protagonista (no hay imagen)	11	19%

Tabla 84. Protagonista imagen 1. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

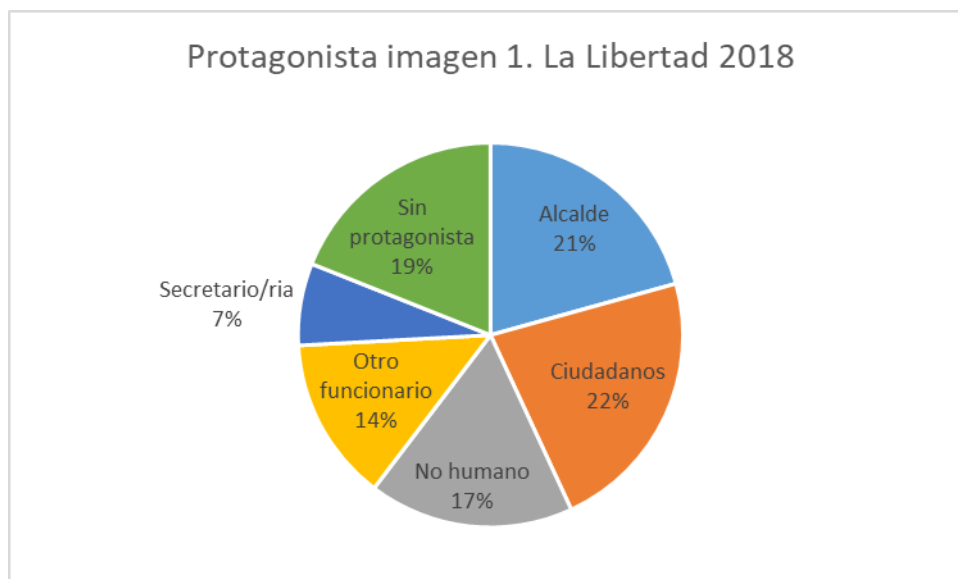


Gráfico 49. Protagonista imagen 1 – La Libertad 2018

El protagonista en la primera imagen de La Libertad era en el 42% de las ocasiones algún personaje de la administración local (tabla 84, gráfico 49), ya sea el Alcalde, Otro funcionario o algún secretario del Gabinete, mientras que lo No humano seguía teniendo protagonismo en las imágenes y los ciudadanos seguían teniendo una participación – aunque visible- muy baja frente a los personajes del gobierno.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	2	3%
Otro funcionario	2	3%
Secretario	2	3%
Sin imagen	52	91%

Tabla 85. Protagonista imagen 2. La Libertad (fuente: elaboración propia, 2018)

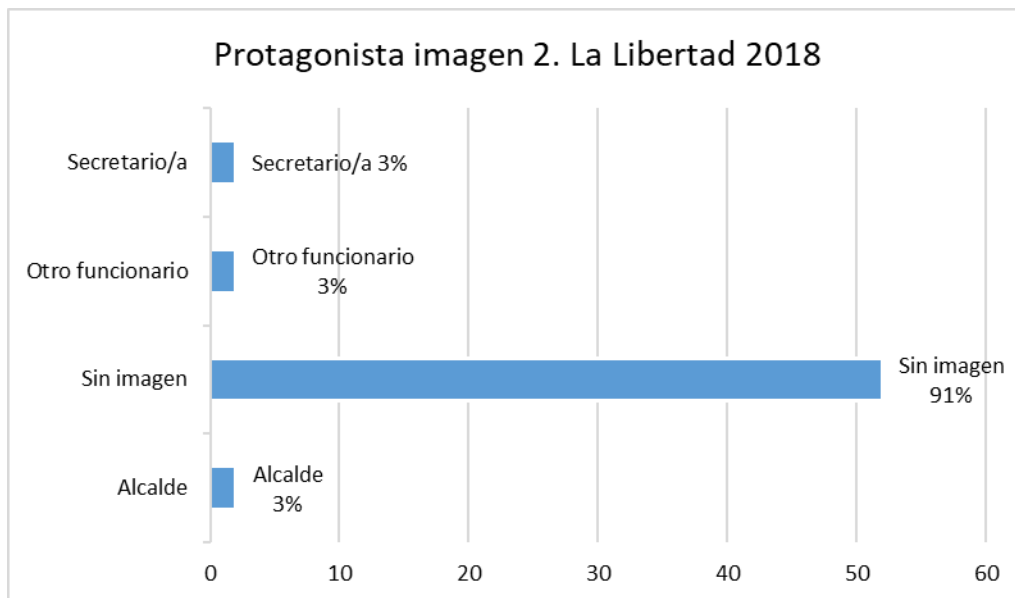


Gráfico 50. Protagonista imagen 2. La Libertad 2018

En La Libertad, el 90% de las notas analizadas no tenía una segunda imagen, y en el caso de las informaciones que llevaban una segunda imagen los protagonistas eran los funcionarios de la administración local los que ocupaban espacios en las páginas del periódico (tabla 85, gráfico 50).

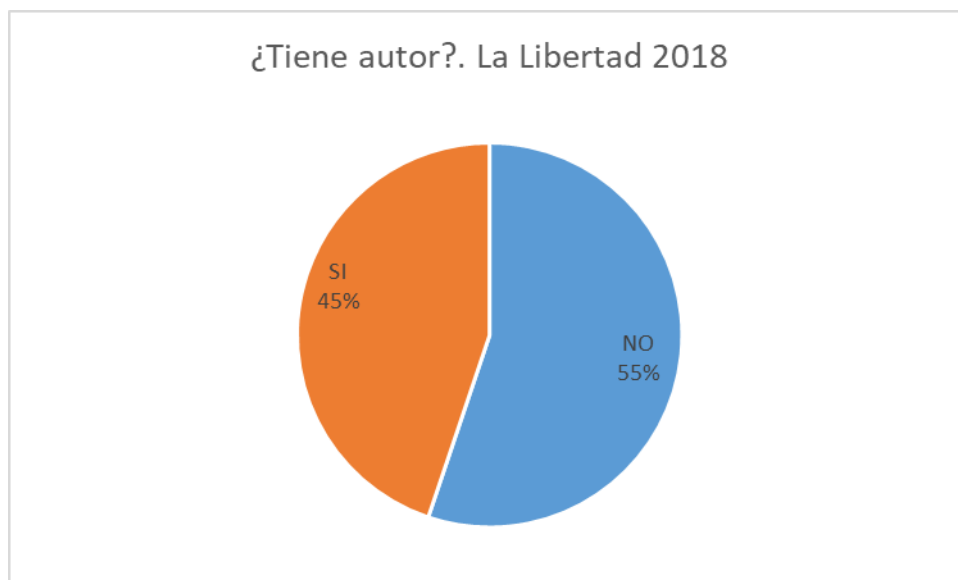


Gráfico 51. ¿Tiene autor? – La Libertad 2018

En el diario La Libertad, de las 58 notas analizadas, 32 no tenían autor, es decir, 55% y el 45% restante llevaba una firma (gráfico 51).

8.3.3. El Universal

En el diario El Universal, el más tradicional de Cartagena y uno de los más importantes de la Región Caribe, se analizaron 74 notas relacionadas con la administración local de esa ciudad (tabla 86). Del total de informaciones analizadas un 65% sí apareció en la primera página del periódico, lo que quiere decir que el editor del medio lo consideró como hecho importante del día (gráfico 52).

Número de notas	Variable	Porcentaje
26	NO	35%
48	SÍ	65%

Tabla 86. Lead en portada. El Universal (fuente, elaboración propia, 2018)

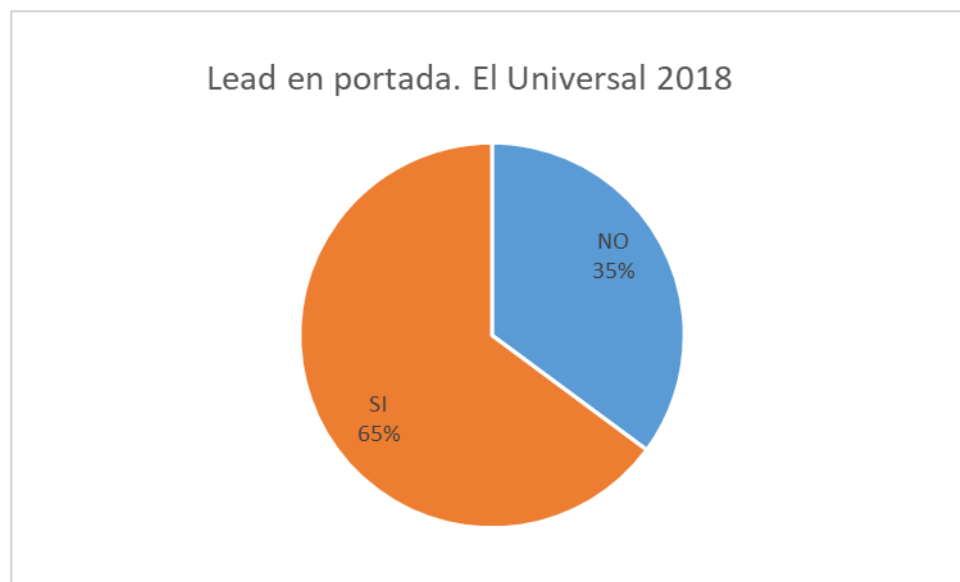


Gráfico 52. Lead en portada – El Universal 2018

Variable	Número de veces	Porcentaje
Locales	68	92%
Política	6	8%

Tabla 87. Sección de publicación. El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

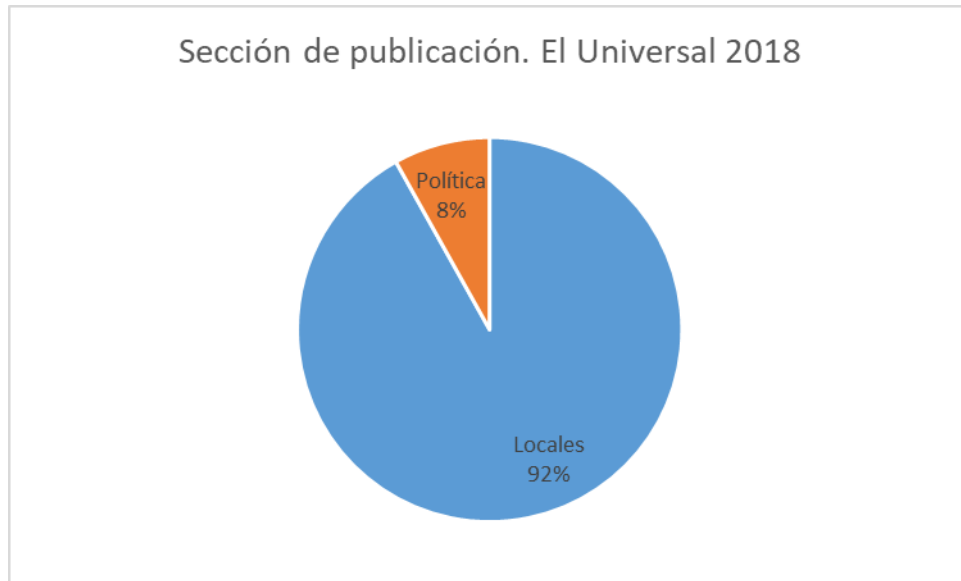


Gráfico 53. Sección de publicación – El Universal 2018

En El Universal, al igual que en El Heraldo y en La Libertad, la sección donde se publicó la mayoría de informaciones relacionadas con la administración local fue en la sección Cartagena, que es la parte del periódico que se dedica a temáticas locales (tabla 87, gráfico 53). Para el caso de la gráfica, lo hemos llamado Locales. Un porcentaje menor se publica en la sección de Política.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Breve	10	14%
Nota principal	38	52%
Nota secundaria	22	30%
Página entera	3	4%

Tabla 88. Espacio en página. El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

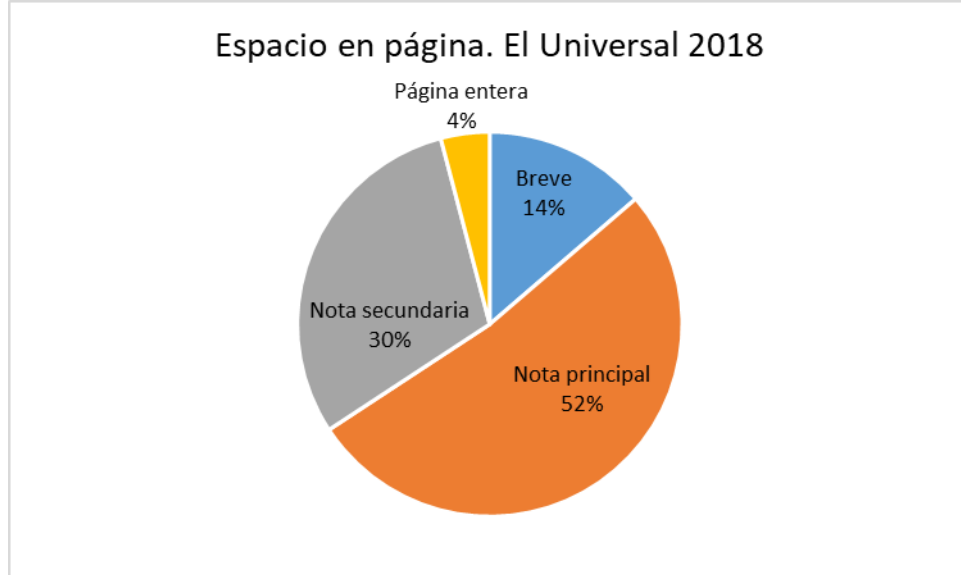


Gráfico 54. Espacio en página – El Universal 2018

En cuanto al espacio que se le dedica a las informaciones (tabla 88) se puede observar que el 86% de las informaciones se les dedica un espacio importante, ya sea como nota principal, secundaria o de página completa (gráfico 54). En un porcentaje menor (4%) la información se reduce a una información breve que, por lo regular, cuya extensión es de una columna y un párrafo.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Anuncio medidas del Distrito	19	26%
Convocatorias ciudadanas	1	1%
Financiamiento de obras	5	7%
Inauguración y/o entrega de obras	3	4%
Investigación al Distrito	14	19%
Participación ciudadana	14	19%
Reconocimiento	1	1%

Rendición de cuentas	5	7%
Socialización Política	12	16%

Tabla 89. Tema titular. El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 55. Tema titular – El Universal 2018

El tema que aparece con más frecuencia es el de Anuncio de medidas del Distrito (tabla 89), pero si se suman otras variables como Inauguración y financiamiento de obras y Socialización Política se encuentra que el 53% de los temas hacen referencia a la gestión de la administración local (gráfico 55). Sin embargo, es importante señalar que un 19% corresponde a titulares de informaciones relacionadas con investigaciones a la gestión del Distrito, porcentaje importante si se compara con lo que ocurre en los otros periódicos. Igual de necesario señalar que también hay un espacio visible para la participación y convocatoria ciudadana, algo que no pasa con los otros diarios analizados.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	4	5%

Ciudadanos	13	17%
Distrito	8	11%
Funcionario de la Alcaldía	2	3%
Otros estamentos del Gobierno	11	15%
Protagonista no humano	36	49%

Tabla 90. Protagonista titular. El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

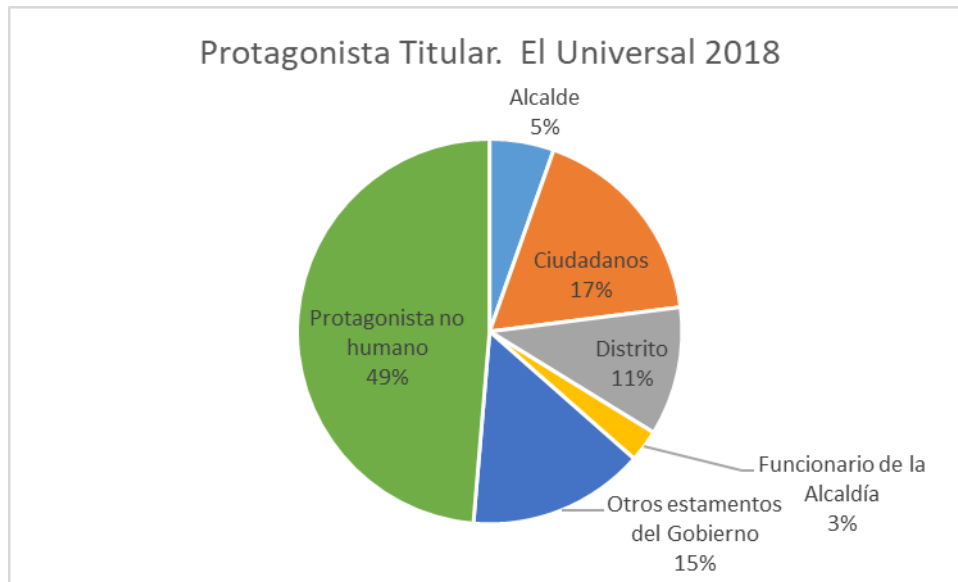


Gráfico 56. Protagonista titular – El Universal 2018

Lo no humano protagoniza los titulares del diario El Universal (tabla 90), y si a esto se le suma cuando los titulares son protagonizados por funcionarios de la administración, otros estamentos o el Alcalde podría decirse que en los titulares reina en un 89% los rostros de las personas del común (gráfico 56).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	9	12%
Ciudadanos	17	23%
Distrito	9	12%

Funcionario del Alcaldía	9	12%
Otros estamentos del Gobierno	13	18%
Protagonista no humano	13	18%
Secretario/a	4	5%

Tabla 91. Protagonista texto El Universal (fuente: elaboración propia, año)

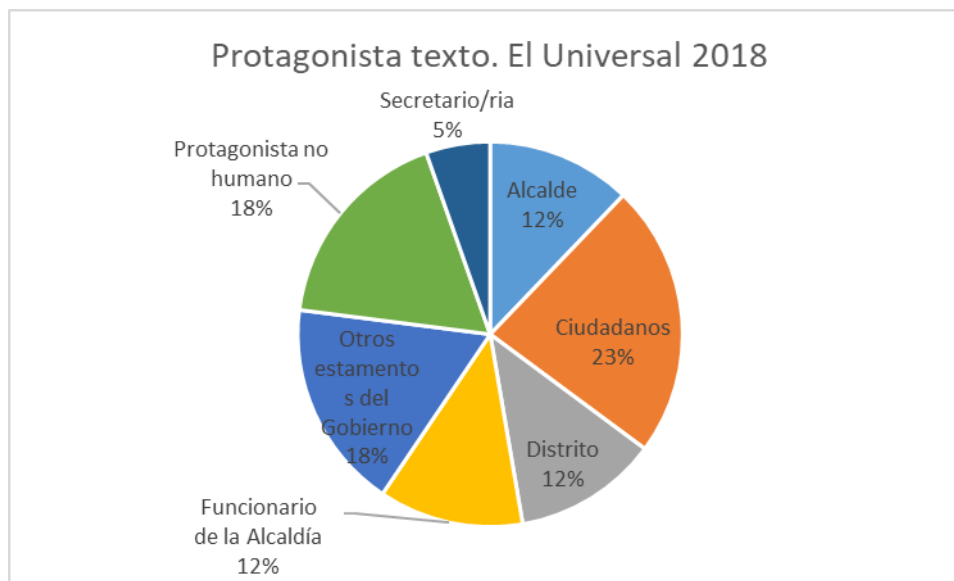


Gráfico 57. Protagonista texto – El Universal 2018

Lo que pasa en los titulares también pasa con el protagonista del texto (tabla 91), por cuanto los protagonistas de las informaciones son en un 77% funcionarios del Distrito, entes gubernamentales o lo no humano, mientras que los ciudadanos del común tienen una baja participación frente a las otras variables (gráfico 57).

Número de notas	Variable	Porcentaje
68	SÍ	92%
6	NO	8%

Tabla 92. ¿Tiene imagen? El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

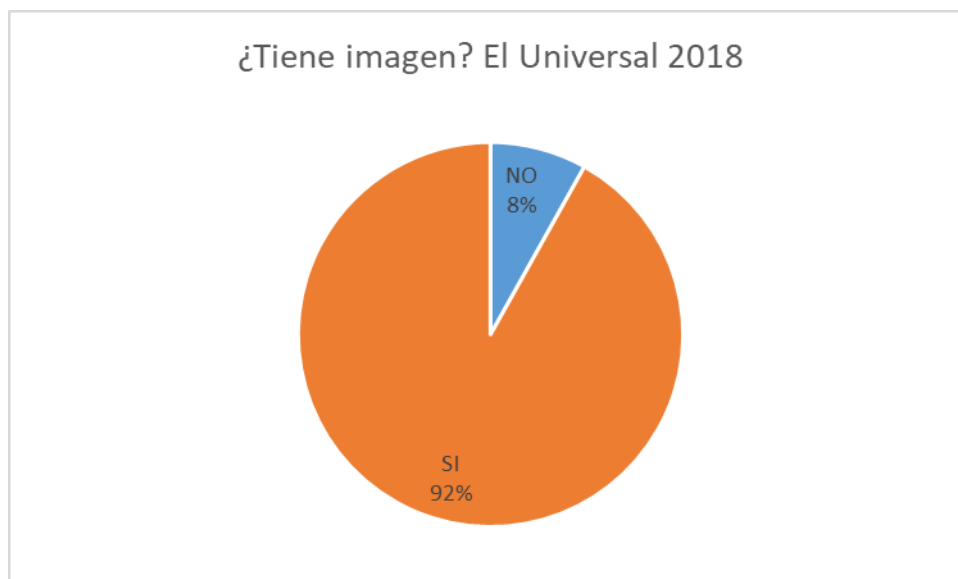


Gráfico 58. ¿Tiene imagen? – El Universal 2018

Se encontró que en El Universal (tabla 92, gráfico 58), del total de notas analizadas el 92% de las notas tienen imagen, lo que le da mayor visibilidad a las informaciones, mientras que en un 8% no tiene foto, ya sea porque el espacio que tenía el periodista para la información se lo impidió o porque el periodista no tenía foto que acompañara el texto.

Número de notas	Variable	Porcentaje
8	NO	15%
72	SÍ	85%

Tabla 93. ¿Tiene fuente? El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

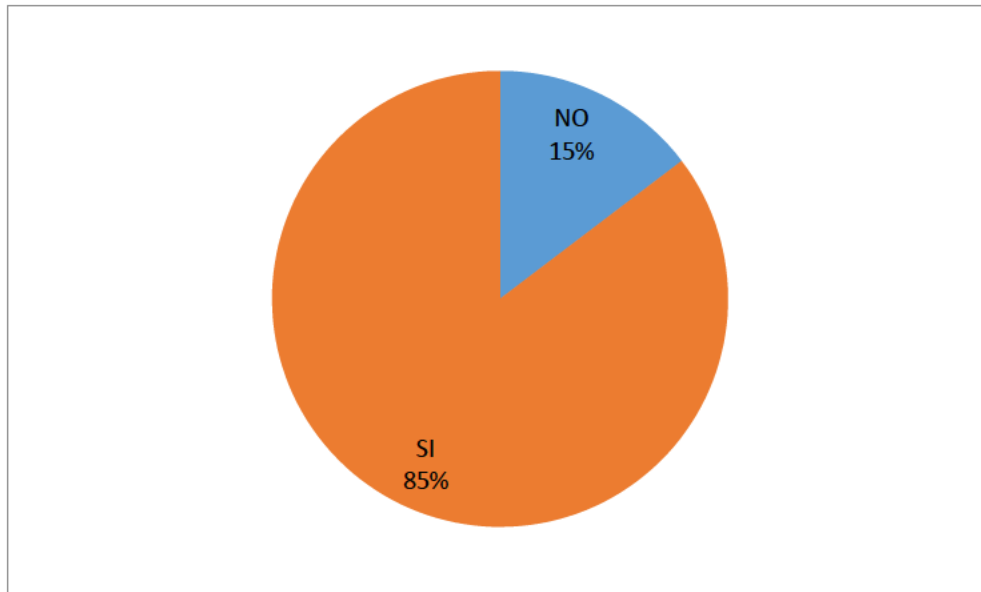


Gráfico 59. ¿Tiene fuente? – El Universal 2018

Aunque la Alcaldía se convierte en fuente número uno para las informaciones relacionadas con la administración local, en El Universal se encontró que el 15% de las notas analizadas no tiene ni una fuente citada, mientras que el 90% restante tiene como mínimo una (tabla 93, gráfico 59).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	11	15%
Ciudadanos	21	28%
Otro funcionario	25	34%
Secretario/a	6	8%
Sin fuentes	11	15%

Tabla 94. Fuente 1 El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

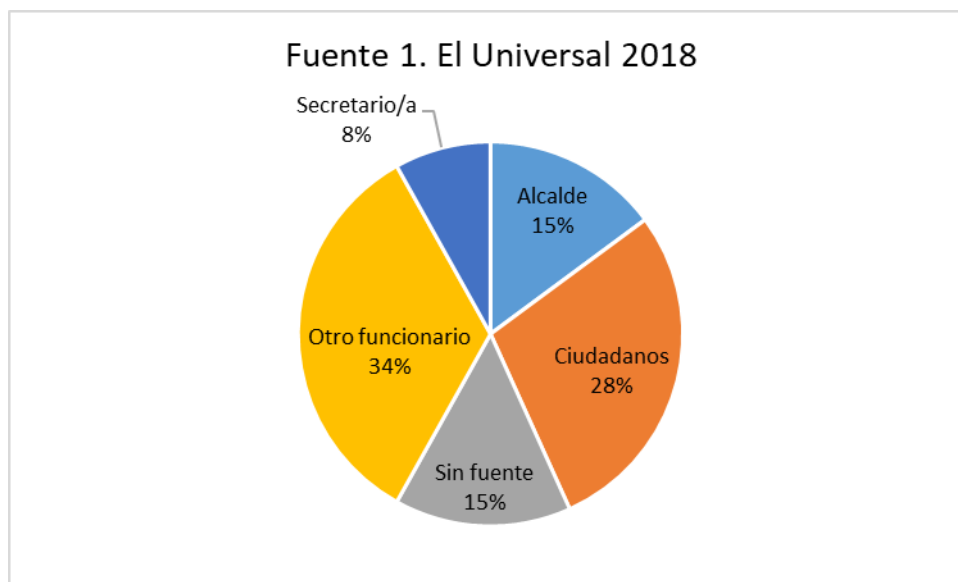


Gráfico 60. Fuente 1 – El Universal 2018

En cuanto a la primera fuente que aparece citada (tabla 94), por primera vez, es notable la presencia de Otro funcionario distinto al Alcalde o a los secretarios del Gabinete, sin embargo si se suman las voces de la administración se concluye que se citan las declaraciones de los funcionarios de la Alcaldía en un 57% (gráfico 60). Los ciudadanos, para el caso de este periódico, tienen mayor aparición como primera fuente, con casi un 30%.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	6	8%
Ciudadanos	22	30%
Otro funcionario	17	23%
Secretario/a	3	4%
Sin fuente 2	26	35%

Tabla 95. Fuente 2 El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

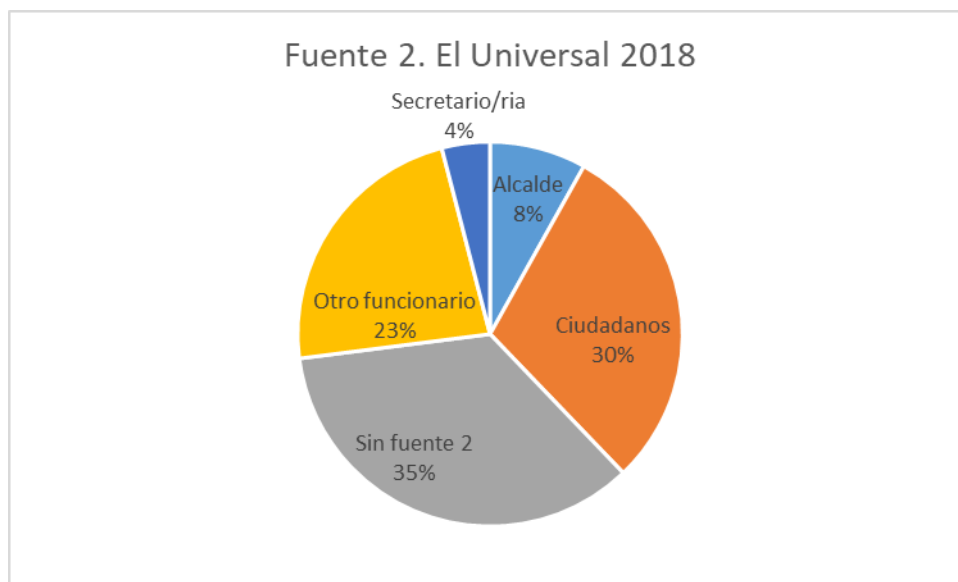


Gráfico 61. Fuente 2 – El Universal 2018

Se encontró que el 35% de las notas analizadas no tienen segunda fuente, lo que representa un porcentaje importante, frente un 65% que tiene como segunda fuente a: voces ciudadanas (30%) y a funcionarios de la administración local (35%) (tabla 95, gráfico 61).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	4	6%
Ciudadanos	26	35%
Protagonista no humano	26	35%
Otro funcionario	12	16%
No tiene imagen	6	8%

Tabla 96. Protagonista imagen 1 El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

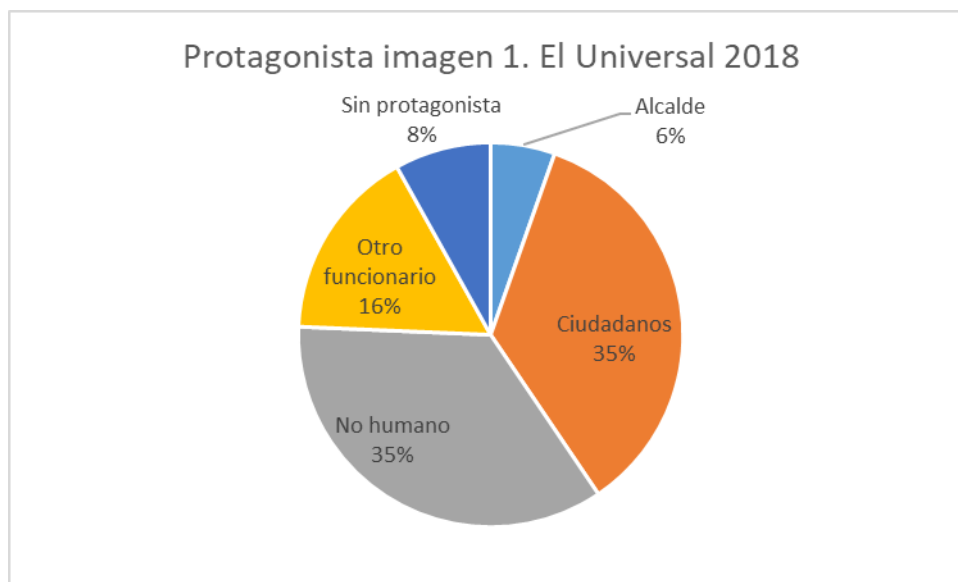


Gráfico 62. Protagonista imagen 1 – El Universal 2018

Tanto lo No humano como los Ciudadanos tuvieron igual participación en las primera imagen que acompaña a las informaciones relacionadas con la administración local (tabla 96). Lo que evidencia un comportamiento similar en cuanto a lo No humano, que para El Heraldito y La Libertad también tuvo una participación importante en esta variable (gráfico 62). Sin embargo, de esta gráfica se puede destacar la visible presencia de los ciudadanos en El Universal.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	1	1%
Ciudadanos	10	14%
Sin imagen	59	80%
Protagonista no humano	3	4%
Otro funcionario	1	1%

Tabla 97. Protagonista imagen 2 El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

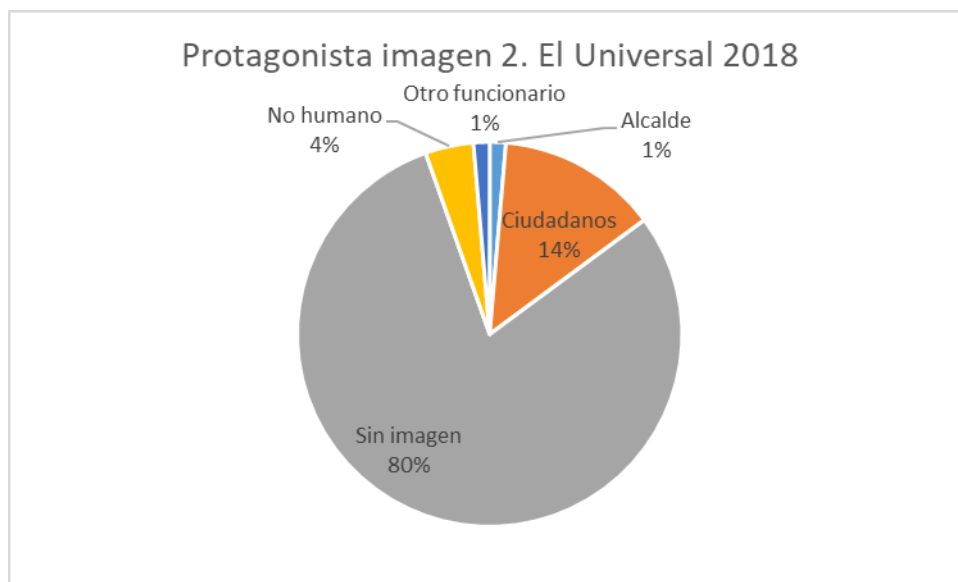


Gráfico 63. Protagonista imagen 2 – El Universal 2018

En las notas analizadas se encontró que el 80% no tenía segunda imagen, y que en ese 20% restante los ciudadanos tuvieron participación medianamente visible, mientras que la de los funcionarios de la Alcaldía fue baja (tabla 97, gráfico 63).

Número de notas	Variable	Porcentaje
62	SÍ	84%
12	NO	16%

Tabla 98. ¿Tiene autor? El Universal (fuente: elaboración propia, 2018)

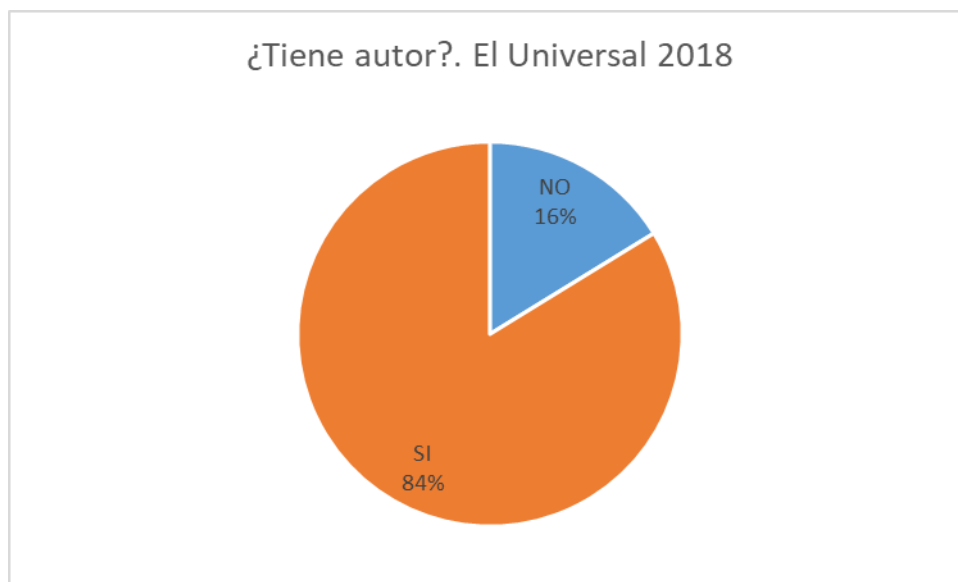


Gráfico 64. ¿Tiene autor? – El Universal 2018

De las 74 notas analizadas en el diario El Universal, el 84% llevaba una firma, mientras que el 16% restante no tenía ninguna (tabla 98, gráfico 64).

8.3.4. Hoy diario del Magdalena

El Hoy Magdalena es el segundo diario más grande y de mayor cobertura en Santa Marta. De las 60 notas relacionadas con la administración local, publicadas en este diario, casi el 50% de las notas aparecieron en la portada del periódico (tabla 99, gráfico 65), es decir, fueron consideradas por el editor del medio como información importante producida durante ese día.

Número de notas	Variable	Porcentaje
27	SI	45%
33	NO	55%

Tabla 99. Lead en portada. Hoy Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

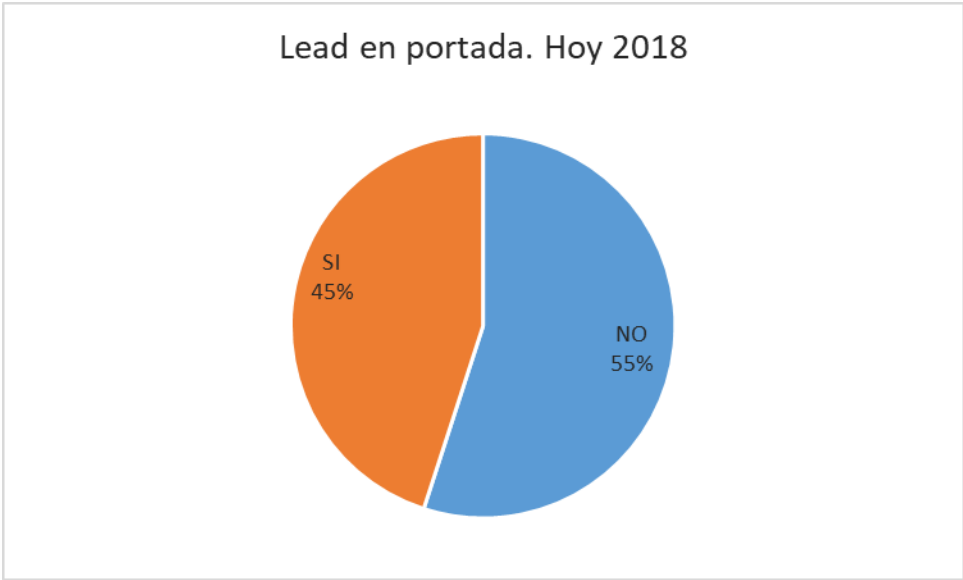


Gráfico 65. Lead en portada – Hoy Magdalena 2018

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Nota principal	27	45%
Nota secundaria	27	45%
Página entera	6	10%

Tabla 100. Ubicación en página Hoy Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

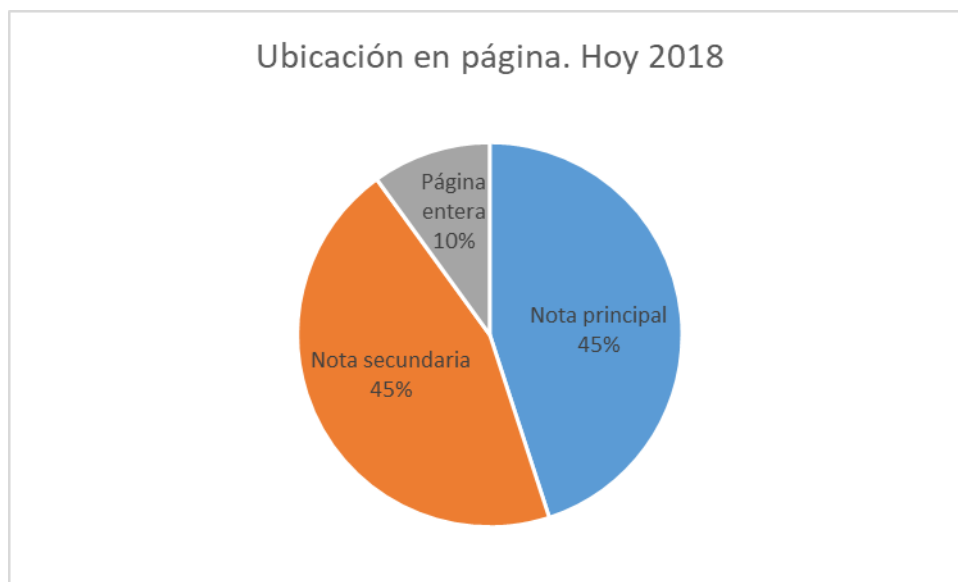


Gráfico 66. Ubicación en página – Hoy Magdalena 2018

La ubicación que se les dio a las informaciones de la administración local en este diario fue importante porque el 55% correspondía a notas que eran principales, es decir, que le daban apertura a una página o cubrían una página completa, mientras que el resto correspondían a secundarias (tabla 100, gráfico 66). A diferencia de los otros periódicos, en donde sí había información en formato de nota breve, aquí no hubo ninguna información presentada de esta forma.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Locales	53	88%
Crónica	1	2%
Deportes	1	2%
Generales	5	8%

Tabla 101. Sección publicación. Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 67. Sección de publicación – Hoy Magdalena 2018

Al igual que en el resto de diarios, la sección Locales del Hoy Magdalena fue donde se encontraron la mayoría de informaciones analizadas (tabla 101, gráfico 67). Sin embargo, hay un porcentaje más bajo en la sección Generales y otro mucho menor en Deportes y Crónica, lo que daría para pensar que la información estaba vinculada con esas secciones o el periodista no tuvo espacio para insertarle en la sección Locales.

Variable	Número de apariciones	Porcentaje
Anuncio de medidas del Distrito	14	23%
Convocatoria ciudadana	2	3%
Financiamiento de obras	4	7%
Inauguración y/o entrega de obras	13	22%
Investigación al Distrito	4	7%
Participación ciudadana	6	10%
Rendición de cuentas	8	13%

Tabla 102. Tema Titular Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 68. Tema titular – Hoy Magdalena 2018

Hay una fuerte tendencia en los periódicos analizados de priorizar en los titulares temas relacionados con la gestión de la administración local (tabla 102). Eso es evidente aquí y en el resto de periódicos. Si se hace una sumatoria de las variables Anuncio de medidas del Distrito, Socialización Política, Inauguración y financiamiento de obras arroja un 67%, mientras los temas Participación y convocatoria ciudadana solo representan el 13%. Entonces, el principio de servicio a la comunidad está quedando rezagado (gráfico 68).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	10	17%
Ciudadanos	11	18%
Distrito	16	27%
Funcionario de la Alcaldía	2	3%
Otros estamentos del Gobierno	3	5%
Protagonista no humano	17	28%

Secretario/a	1	2%
Tabla 103. Protagonista titular Hoy Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)		

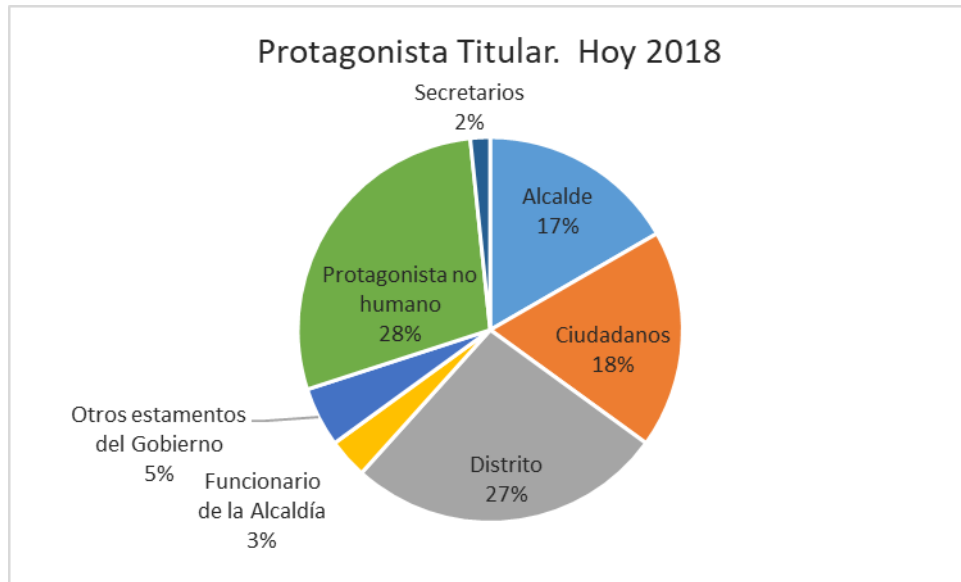


Gráfico 69. Protagonista titular – Hoy Magdalena 2018

Lo No humano protagoniza una vez más los titulares de los periódicos analizados (tabla 103). Esta vez lo hace en el Hoy diario del Magdalena, en el que también aparecen en gran porcentaje los funcionarios de la administración local o la misma entidad. Es así como si suma las veces que el Alcalde, algún secretario del Gabinete, un funcionario de la Alcaldía era protagonista se encuentra que en el 49% de las ocasiones estuvo alguna de estas variables en el titular (gráfico 69).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	24	40%
Ciudadanos	3	5%
Distrito	5	9%
Funcionario de la Alcaldía	11	18%
Otros estamentos del Gobierno	3	5%

Político nacional	1	2%
Protagonista no humano	2	3%
Secretario/a	11	18%

Tabla 104. Protagonista texto Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 70. Protagonista texto – Hoy Magdalena 2018

El Protagonista del texto que estuvo presente en más repetidas ocasiones fue el Alcalde (tabla 104, gráfico 70), con 40%, sin embargo los textos de las informaciones son protagonizados la mayoría de veces por los funcionarios de la administración local o el Distrito. Si se suma la variable Alcalde, funcionario de la Alcaldía, Distrito y Secretario se llega a la conclusión que en el 85% de las informaciones estaba alguna de estas variables, frente a un 5% en el que el protagonista eran los ciudadanos.

Número de notas	Variable	Porcentaje
54	SÍ	90%
6	NO	10%

Tabla 105. ¿Tiene fuente? Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

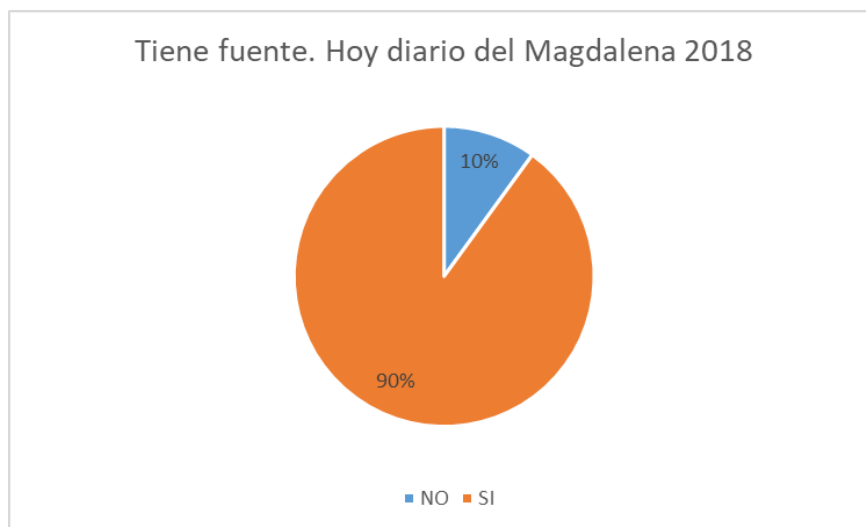


Gráfico 71. ¿Tiene fuente? – Hoy Magdalena 2018

Así como en los otros periódicos, en el Hoy diario del Magdalena también hay un porcentaje de notas que no tienen ni una fuente, más concretamente el 10%, y el otro 90% de las informaciones fue construida, por lo menos, con una fuente (tabla 105, gráfico 71).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	18	30%
Ciudadanos	4	6%
Otro funcionario	19	32%
Sin fuente	6	10%
Secretarios	13	22%

Tabla 106. Fuente 1 Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

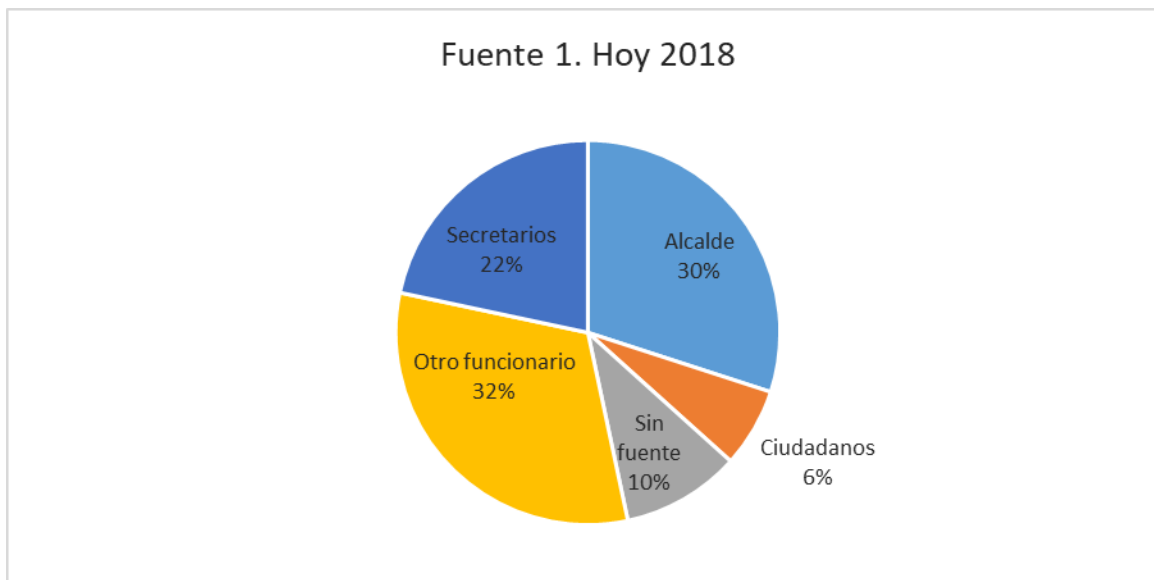


Gráfico 72. Fuente 1 – Hoy Magdalena 2018

Para el caso de la primera fuente, en las informaciones analizadas se encontró que el 84% correspondía a algún funcionario de la Administración local, fuese el Alcalde, un secretario del Gabinete u Otro funcionario. Solo un 6% era una voz ciudadana (tabla 106, gráfico 72).

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	4	8%
Secretarios	4	8%
Ciudadanos	7	14%
Otro funcionario	14	28%
Sin fuente 2	21	42%

Tabla 107. Fuente 2. Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

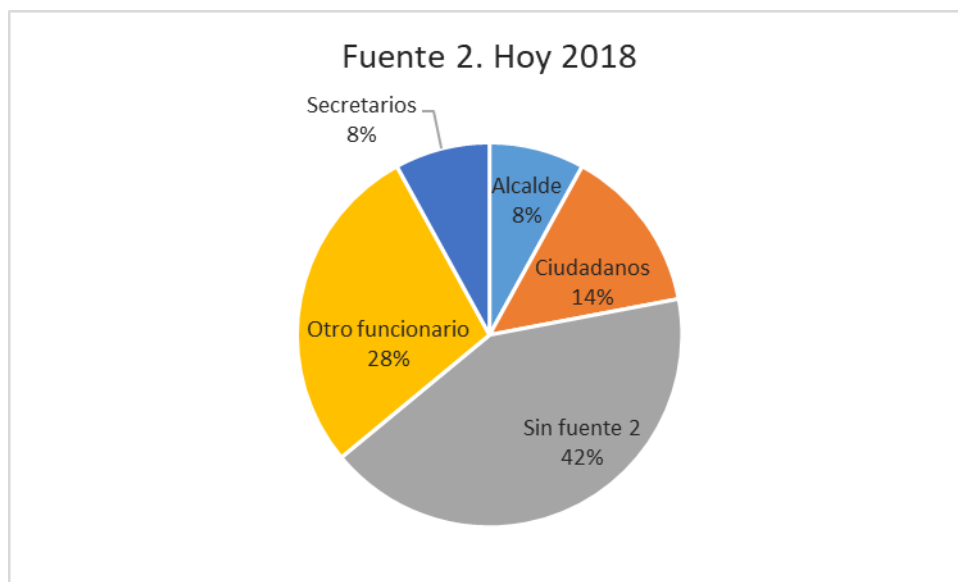


Gráfico 73. Fuente 2 – Hoy Magdalena 2018

El 42% de las informaciones analizadas no tenía segunda fuente (tabla 107), lo que indica que un porcentaje importante no tiene voces que generen contraste en la información. Como si fuera poco, en el 58% restante que sí tenía una segunda fuente, esta era en un gran porcentaje algún funcionario de la Alcaldía, ya sea el Alcalde, algún secretario u otro funcionario (gráfico 73).

Variable	Número de notas	Porcentaje
NO	4	6%
SÍ	56	93%

Tabla 108. Tiene imagen. Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

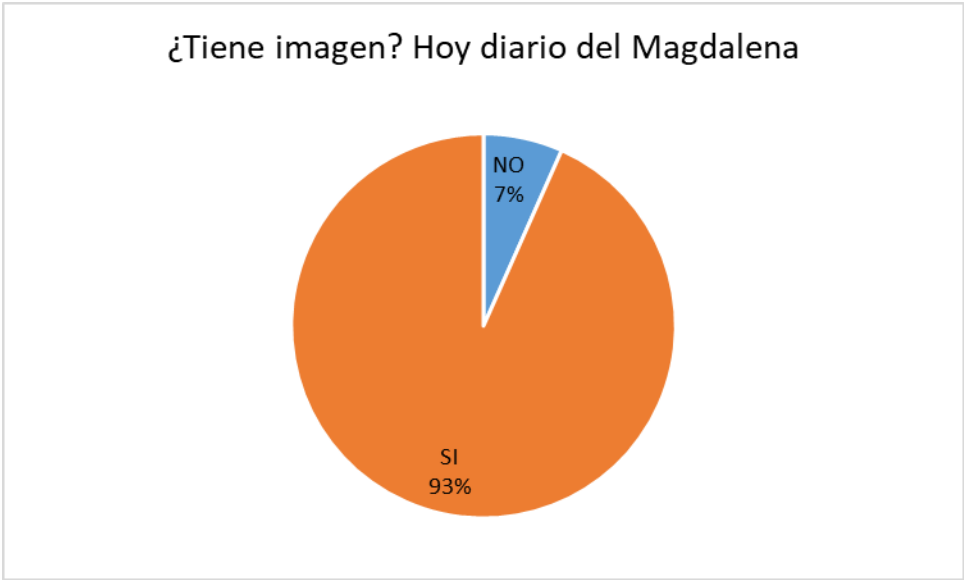


Gráfico 74. ¿Tiene imagen? – Hoy Magdalena 2018

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	11	18%
Ciudadanos	14	23%
Protagonista no humano	15	25%
Otro funcionario	12	20%
Secretario/a	5	9%
Sin protagonista (no tiene imagen)	3	5%

Tabla 109. Protagonista imagen 1. Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)



Gráfico 75. Protagonista imagen 1 – Hoy Magdalena 2018

Aunque lo No humano tuvo presencia en las primera imagen que acompañaba las informaciones analizadas (tabla 109), es indiscutible que hubo mayor protagonismo de los funcionarios de la administración local, porque fuese el Alcalde, un secretario del Gabinete u Otro funcionario apareció en el 47% de las ocasiones como protagonista (gráfico 75). Los ciudadanos, con un poco más de visibilidad que en los textos, pero con un porcentaje bajo comparado con lo No humano y los funcionarios de la Alcaldía.

Variable	Número de veces	Porcentaje
Alcalde	8	13%
Ciudadanos	12	20%
Protagonista no humano	9	15%
Otro funcionario	9	15%
Secretario/ria	6	10%
Sin imagen	16	27%

Tabla110. Protagonista imagen 2. Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

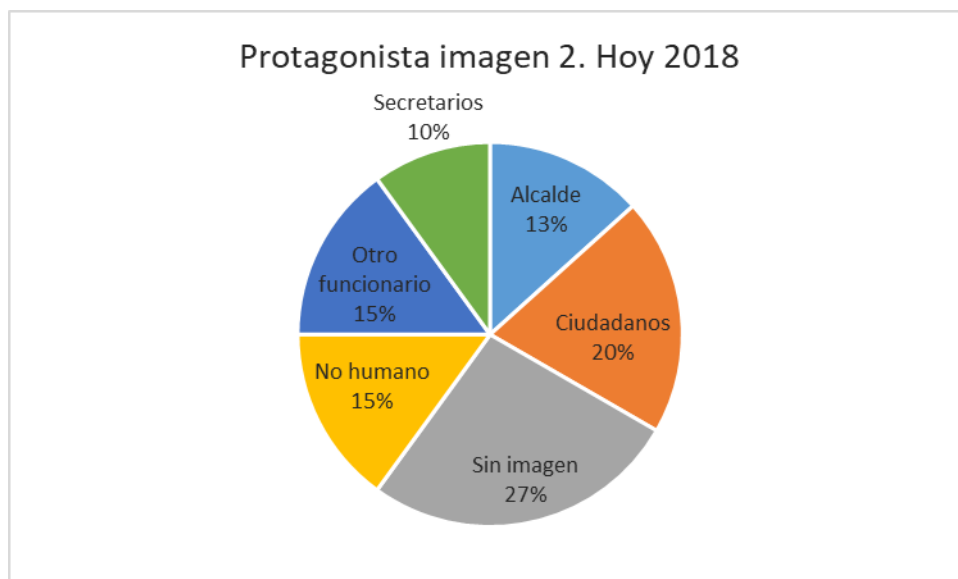


Gráfico 76. Protagonista imagen 2 – Hoy Magdalena 2018

Aunque el 27% de las informaciones analizadas no tenía una segunda imagen (tabla 110), sigue siendo protagonista de las imágenes algún funcionario de la administración local, ya sea el Alcalde, algún secretario y Otro funcionario, que aparecen en el 38% de las ocasiones (gráfico 76). Lo No humano vuelve a hacer presencia, pero esta vez los Ciudadanos llegan a tener una mejor representación, ya que logran aparecer en el 20% de las ocasiones.

Variable	Número de veces	Porcentaje
43	NO	72%
17	SÍ	28%

Tabla 111. ¿Tiene autor? Hoy diario del Magdalena (fuente: elaboración propia, 2018)

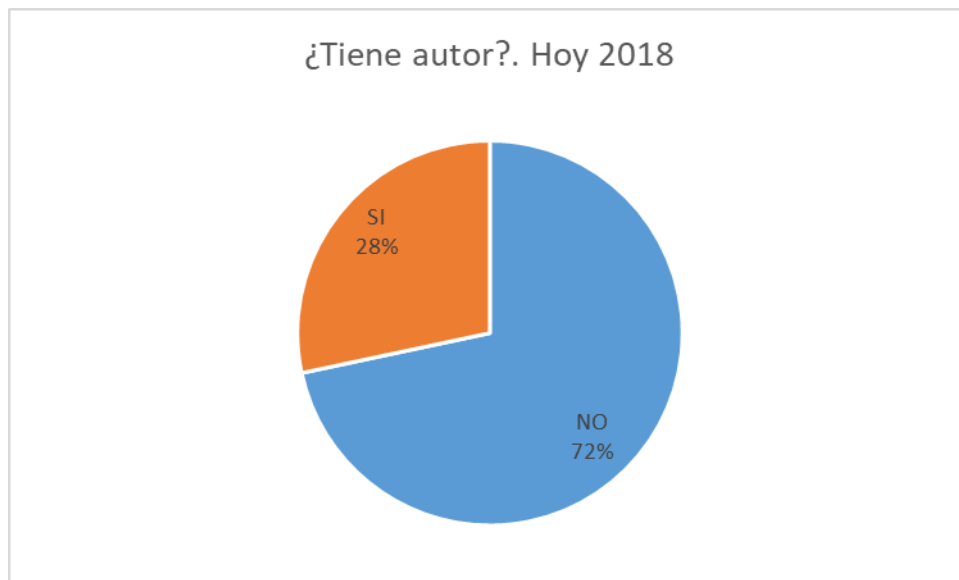


Gráfico 77. ¿Tiene autor? – Hoy Magdalena 2018

El 72% de las notas relacionadas con la administración local tienen autor, mientras que el 28% no fueron firmadas (tabla 111, gráfico 77).

8.3.5. Tablas comparativas entre periódicos

Lead en portada	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
NO	35	76	31	53	33	55	26	35	125	52,52
SI	11	24	27	47	27	45	48	65	113	47,48
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 112. Noticias que tienen lead en portada. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

En los cuatro periódicos analizados se encontró que las informaciones de las administraciones locales son tenidas en cuenta para ser incluidas en las primeras páginas (tabla 112), ya que casi el 50% aparecieron en esta parte de las ediciones, lo cual permite inferir que estos medios analizados quieren que sus lectores detengan su mirada en estos temas.

Ubicación en pagina	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Breve	7	15	17	29	0	0	10	14	38	14

Nota principal	17	37	17	29	27	45	39	52	99	42
Nota secundaria	18	39	24	42	27	45	22	30	91	39
Página entera	4	9	0	0	6	10	3	4	13	2
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 113. Ubicación en página. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Las informaciones de las administraciones locales se publicaron en el 42% como nota principal (tabla 113), es decir, son las que abren una página de la edición y, por tanto, se les da un espacio importante, sin embargo, hay un porcentaje importante que se publica como nota secundaria, es decir, el 39%.

Sección en publicación	El Heraldo V.A.	El Heraldo %	La Libertad V.A.	La Libertad %	Hoy, diario del Magdalena V.A.	Hoy, diario del Magdalena %	El Universal V.A.	El Universal %	Total V.A.	Total %
Cierre de cuadernillo	0	0	1	2	0	0	0	0%	1	0,42
Crónica	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0,42
Deportes	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0,42
Economía	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,42

Generales	0	0	11	19	5	8	0	0	16	6,72
Judiciales	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,42
Locales	44	96	43	74	53	88	68	92%	208	87,40
Política	0	0	3	5	0	0	6	8%	9	3,78
TOTAL	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 114. Sección de publicación. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Evidentemente, la sección en la que más se publica información de las administraciones locales es la sección Locales (tabla 114). Las notas analizadas aparecieron en menor proporción en algunas secciones como Generales y Política, y en otras como Deportes, Crónica y Judiciales. Lo que permite inferir que, por razones de espacio o esas llamadas zonas grises de los periódicos, es decir, aquellos temas que tienen nexos con otras secciones, los medios decidieron publicar las informaciones en secciones distintas a la de Locales

Tema titular	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Anuncio de medidas del Distrito	14	31%	16	27%	14	23%	19	26%	63	26,47
Convocatorias ciudadana	0	0%	2	3%	2	3%	1	1%	5	2,10

Financiamiento de obras	2	4%	1	2%	4	7%	5	7%	12	5,04
Inauguración y/o entrega de obras	8	17%	5	9%	13	22%	3	4%	29	12,18
Investigación al Distrito	1	2%	3	5%	4	7%	14	19%	22	8
No tiene	0	0,0	1	2%	0	0,0	0	0,0	1	0,42
Participación ciudadana	6	13%	10	17%	6	10%	14	19%	36	15,126
Propaganda a la ciudad	7	15%	11	19%	0	0,0	1	1%	19	8
Rendición de cuentas	4	9%	5	9%	8	13%	5	7%	22	9,243
Socialización Política	4	9%	4	7%	9	15%	12	16%	29	12,30
Total	46	100%	58	100%	60	100	74	100	238	

Tabla 115. Tema titular. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Los temas de los titulares (tabla 115), en un porcentaje importante, están relacionados con la gestión de la administración local, es decir, Anuncio de medidas que tomará el Distrito, Inauguración o financiamiento de obras, Socialización Política y titulares que hablan de la buena gestión de la administración y los resultados en la ciudad corresponden a más del 60% de los temas que se encontraron en los titulares. Así que hay muy baja presencia de temas que estén relacionados con participación y convocatorias ciudadanas, toda vez que

estos deberían ser la prioridad al momento de hablar sobre la administración, teniendo en cuenta que el Periodismo debe servir más a la ciudadanía que a los que ostentan el poder.

Protagonista titular	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Alcalde	3	7	8	14	10	17	4	5	25	10,50
Ciudadanos	5	11	12	21	11	18	13	17	41	17,23
Distrito	6	13	7	12	16	27	8	11	37	15,55
Funcionario de la Alcaldía	2	4	0	0	2	3	2	3	6	2,52
No tiene	0	0	2	3	0	0	0	0	2	0,85
Otros estamentos del Gobierno	4	9	3	5	3	5	11	15	21	8,82
Protagonista no humano	24	52	23	40	17	28	36	49	100	42,01
Secretarios	2	4	3	5	1	2	0	0	6	2,52
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 116. Protagonista titular. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Lo no humano es el protagonista de un 40% de los titulares analizados en los cuatro periodos, con 42%, es decir, que estos hay ausencia de rostros humanos (tabla 116), lo que termina por olvidar la función del Periodismo que es la de mostrar rostros. Sin embargo, es

importante señalar que el 39,9% es protagonizado por algún funcionario de la administración local o alguna entidad del Gobierno, lo que relega a los ciudadanos como protagonistas de las informaciones.

Variable: Protagonista texto	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Alcalde	12	26	16	27	24	40	9	12	61	25,63
Ciudadanos	1	2	8	14	3	5	17	23	29	12,20
Distrito	3	7	6	10	5	9	9	12	23	9,66
Otro funcionario	4	9	1	2	11	18	9	12	25	10,50
Otros estamentos del Gobierno	8	17	4	7	3	5	13	18	28	11,76
Político nacional	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0,42
Protagonista no humano	5	11	1	2	2	3	13	18	21	8,82
Secretario/a	13	28	22	38	11	18	4	5	50	21,01
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 117. Protagonista texto. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Es evidente como las informaciones son netamente oficialistas, por cuanto los protagonistas de los textos son, en su mayoría, funcionarios de la administración local, el mismo Distrito u otros entes del Gobierno (tabla 117). Si se suman las variables relacionadas

con el Distrito, sean funcionarios o la misma entidad, y otros entes del Gobierno, esto da como resultado que más del 80% de los textos son protagonizados por estas variables, lo que deja a los ciudadanos en un porcentaje muy disminuido, es decir, el 12,20%

Tiene fuente	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
NO	5	9	2	3	6	10	9	15	21	8
SI	41	91	56	97	54	90	65	85	217	92
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 118. ¿Tiene fuente? Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Aunque se supone que el periodismo debe cumplir con el contraste de fuentes, en los cuatro periódicos se encontró que el 8% de las informaciones analizadas no tenían ni una sola fuente, lo que permitiría inferir que el periodista encargado de esa nota se dedicó a replicar el comunicado que le llegó de la Alcaldía tal cual lo recibió, sin mayor modificación (tabla 118).

Variables	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
-----------	------------	------------	-------------	-------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------	--------------	-------	-------

	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Alcalde	9	19	16	28	18	30	11	15	54	22
Ciudadanos	9	19	6	10	4	7	21	28	40	17
N/A	5	11	2	3	6	10	11	15	24	10
Otro funcionario	6	13	12	21	19	32	25	34	62	26
Secretario/a	17	38	22	38	13	22	6	8	58	25
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 119.Fuente 1. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

La primera fuente consultada para las informaciones siempre era un funcionario de la Alcaldía (tabla 119), por cuanto las variables Alcalde, Secretario y Otro funcionario representan el 73% para este caso, mientras que los ciudadanos fueron consultados como primera fuente solo en el 17% de las ocasiones. Estos resultados reflejan lo oficialista de las informaciones y en la poca participación que se le da los ciudadanos si se compara con el número de veces que fue consultada o citada la voz oficial.

Variable: Fuente 2	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Alcalde	4	9	2	3	4	7	6	8	16	7

Ciudadanos	4	9	5	9	7	12	22	30	38	16
N/A	21	46	43	74	31	52	26	35	121	51
Otra entidad	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Otro funcionario	7	15	5	9	14	23	17	23	43	18
Político	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Secretario/a	8	17	3	5	4	7	3	4	18	8
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100%

Tabla 120. Fuente 2. Tabla comparativa periódicos (fuente, elaboración propia, 2018)

El 51% de las informaciones analizadas no tienen segunda fuente (tabla 120), con lo que se puede inferir que el periodista no hace contraste de fuentes, sino que se queda solo con una, ya sea porque se remite a tomar de los comunicados que emite la administración local, por razones de tiempo, o porque no tiene espacio para aumentar el tamaño de la publicación. También se evidencia que el 30% de las informaciones sigue apareciendo algún funcionario de la alcaldía como segunda fuente y un porcentaje menor le corresponde a Ciudadanos (16%)

¿Tiene imagen?	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
NO	3	7	11	19	4	6	6	8	24	10,09
SI	43	93	47	81	56	93	68	91	214	89,91
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 121. Número de notas con imagen. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Casi el 90% de las informaciones analizadas lleva aunque sea una foto que le acompaña (tabla 121), mientras que el 10,09% no tiene ni siquiera una imagen. Ese porcentaje permitiría inferir que los periodistas no tenían foto que acompañara el texto o, por razones de espacio, les tocó quedarse solo con la publicación del texto.

Variable: Protagonista imagen 1	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Alcalde	5	11	12	21	11	18	4	6	32	14
Ciudadanos	12	26	13	22	14	23	26	35	65	28

No humano	17	37	10	17	15	25	26	35	68	29
No tiene	3	7	11	19	3	5	6	8	23	10
Otro funcionario	7	15	8	14	12	20	12	16	39	17
Secretario/a	2	4	4	7	5	8	0	0	11	5
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 122. Protagonista imagen 1. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

Lo No humano es el protagonista que más se repite en la primera imagen de los diarios analizados (tabla 122), sin embargo, los ciudadanos alcanzan una visibilidad en esta categoría, porque mientras lo No humano alcanza un porcentaje de 29%, la variable Ciudadanos llega a 28%. Sin embargo, si se suman las veces en las que aparece el Alcalde, Otro funcionario y Secretarios se puede decir que los funcionarios de la administración local son los que más aparecieron en la primera imagen, porque todos estos suman 36%.

Variable	El Heraldo	El Heraldo	La Libertad	La Libertad	Hoy, diario del Magdalena	Hoy, diario del Magdalena	El Universal	El Universal	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	%
Alcalde	5	11	2	3	8	13	1	1	16	7
Ciudadanos	3	7	0	0	12	20	10	14	25	11

Protagonista no humano	5	11	0	0	9	15	3	4	17	7
No tiene	29	62	52	91	16	27	59	80	156	66
Otro funcionario	3	7	2	3	9	15	1	1	15	6
Secretario/a	1	2	2	3	6	10	0	0	9	4
Total	46	100	58	100	60	100	74	100	238	100

Tabla 123. Protagonista imagen 2. Tabla comparativa periódicos (fuente: elaboración propia, 2018)

El 66% no tiene segunda imagen, por tanto no hay protagonista (tabla 123). Sin embargo, del porcentaje restante, siguen apareciendo los funcionarios de la administración distrital y en un porcentaje muy bajo la variable ciudadanos.

8.3.6. Análisis similitudes entre comunicados de prensa y noticias de periódicos

Luego del análisis de contenido que se hizo de comunicados de prensa de las tres alcaldías y de los cuatro periódicos de la muestra, se logró encontrar que en algunas ocasiones los medios privados hacen réplica exacta o casi exacta de los comunicados de prensa que emiten las administraciones locales. En este apartado están detalladas las informaciones que provenían de algún comunicado de prensa, y las similitudes que se encontraron si se compara con los comunicados o boletines de prensa emitidos por las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena durante los periodos analizados.

Las siguientes tablas contienen las similitudes en cuento a título, fuentes, texto e imagen, que surgieron de la comparación entre las notas publicadas en los diarios y los comunicados analizados (tablas desde 124 hasta 127). Las letras D (distinto), S (semejante) e I (idéntico) indican el grado de similitud que se da entre ambas informaciones.

Fecha de publicación	Titular	Similitud título			Similitud fuentes			Similitud imagen			Similitud texto		
		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I
2/02/2018	Barranquilla recibirá 300.000 visitantes en el Carnaval	x			x			x			x		
5/02/2018	Entregan 342 kits de dotación a niños de CDI del distrito	x					x		x				x
5/02/2018	Habitantes de La Playa estrenan vía construida con 'Barrios a la obra'		x				x			x			x
6/02/2018	En pista de BMX se invertirán 5.190 millones: Alcalde	x					x						x
14/02/2018	Fiesta del Rey Momo generó 60.000 empleos directos e indirectos	x					x		x				x

notas publicadas por el periódico tienen fuentes idénticas a los comunicados. Para el caso del título, tres eran semejantes y uno era idéntico al comunicado.

Fecha de publicación	Titular	Similitud título			Similitud fuentes			Similitud imagen			Similitud texto			
		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I	
1/02/2018	Más de 79.000 visitantes vendrán a Barranquilla vía terrestre			x			x	x						x
1/02/2018	4.627 talentos de las Casas de Cultura partiparán en desfiles de Carnaval			x			x		x					x
2/02/2018	Distrito emite alerta amarilla para Guacherna.			x			x	x						x
2/02/2018	El talento de menores que antes trabajaban en la calles, ahora			x	x					x		x		

	podrá brillar en desfile del Carnaval de los Niños.					
5/02/2018	Este es un Carnaval incluyente, aquí cabemos todos: alcalde Char.	x	x	x		x
5/02/2018	Habitantes de La Playa dejan de padecer una problemática de 12 años.	x	x	x		x
5/02/2018	Primera infancia apunta a la igualdad en el desarrollo integral de los niños.	x	x		x	x
14/02/2018	"Gracias Barranquilla por este gran Carnaval, alegre y en paz": alcalde Char.	x	x	x		x
15/02/2018	Distrito pide tener precaución por fuentes vientos	x	x	x		x

De las 15 informaciones que procedían de un comunicado de prensa, 8 tenían un título idéntico y otras 3 semejante, mientras que 14 tenían fuentes y texto idéntico, y cuatro tenían imágenes idénticas y 5 semejantes. Lo anterior posiciona a este periódico como el que más comunicados réplica de la Alcaldía de Barranquilla.

Fecha de publicación	Titular	Similitud título			Similitud fuentes			Similitud imagen			Similitud texto		
		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I
4/02/2018	Primera semana de marzo se adjudica contrato de vigilancia	x			x			x			x		
4/02/2018	Fredonia, del abandono a la esperanza		x		x					x			x
7/02/2018	Alcalde de Cartagena presenta nueva flota de Transcribe		x		x					x			x
8/02/2018	Se quintuplicó atención en salud a venezolanos en el año 2017 en Cartagena	x				x		x					x

8/02/2018	Alcaldía de Cartagena cumple y moderniza con dotación a las Comisarías de Familia, Inspecciones de Policía y Casas de Justicia	x		x		x		x
9/02/2018	Gremios aplauden ejercicio de consulta sobre decreto de cierres viales en Centro Histórico	x		x		x		x
11/02/2018	DATT continúa con operativos a colectivos	x			x			x
11/02/2018	Retiran mobiliario abandonado y recuperan espacio público en las calles del Centro Histórico	x		x			x	x
12/02/2018	Fredonia ya tiene bomberitos comunitarios				x			x

13/02/2018	Distrito continúa haciendo presencia en sector donde se detectó leptospirosis en las faldas de La Popa	x		x	x		x
14/02/2018	Mortalidad de niños con cáncer disminuye en un 53% en Cartagena	x		x	x		x
15/02/2018	Se inició etapa pedagógica de nueva ruta de Transcribe A105 Simón Bolívar-Socorro-Portal	x		x		x	x
2/08/2018	"Nos pavimentarán sueños que estaban frustrados"	x	x		x		x
5/08/2018	Reconocimiento para la alcaldesa de Cartagena		x	x		x	
10/08/2018	El informe CCV nos invita a no desfallecer: Wong	x		x	x		x

10/08/2018	Cárcel de mujeres no se trasladará a Ternera	x		x	x		x
10/08/2018	Instalan vallas sobre protección costera	x		x	x		x
11/08/2018	Cinco calles recuperadas de ventas ambulantes		x		x		x
11/08/2018	Educación Ambiental en Santa Lucía y San Pedro	x		x	x		x
11/08/2018	Cometas por juguetes para evitar accidentes	x		x	x		x
12/08/2018	Cambios viales desde hoy en la Y de Olaya	x		x	x		x
12/08/2018	Mañana, primera feria de oferentes del distrito	x		x	x		x
13/08/2018	Cerrados 9 establecimientos comerciales	x		x		x	x

14/08/2018	Reloj público volverá a dar la hora al fin de mes	x							x	x				x
14/08/2018	Se inician los estudios a los edificios de los Quiroz		x						x	x				x
	Total similitudes	13	11	1	6	10	9	19	3	3	8	13	4	

Tabla 126. Similitudes El Universal-comunicados de prensa Alcaldía de Cartagena (fuente: elaboración propia, 2018)

En el diario El Universal, de las 25 notas que procedían de un comunicado o boletín de prensa de la Alcaldía de Cartagena, había cuatro que eran idénticas en lo que respecta a texto, otras 9 eran idénticas en lo que respecta a fuentes, 3 tenían imágenes idénticas y 1 era idéntica en lo relacionado con el título. Sin embargo, de ese total 13 eran semejantes en cuanto a texto, 3 tenían imágenes semejantes, 10 tenían fuentes similares y 11 tenían titulares semejantes. Lo que quiere decir que el periodista encargado de cubrir la fuente replica las comunicaciones de la Alcaldía de Cartagena, y en otras tantas ocasiones toma algunas partes del comunicado y los mezcla con textos elaborados por el mismo.

Fecha de publicación	Titular	Similitud título			Similitud fuentes			Similitud imagen			Similitud texto			
		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I	

5/2/2018	Fondo británico financiará obras de infraestructura y transporte	x				x			x		
6/2/2018	Políticos contaminan la ciudad con avisos en sitios prohibidos	x				x					x
7/2/2018	Prohibidas las motos el sábado y lunes 12 es día no laborable	x			x				x		x
8/2/2018	Distrito entregó el "nuevo" colegio Rodrigo de Bastidas	x				x					x
9/2/2018	Distrito garantiza que cámaras de vigilancia funcionarán todo el año	x				x			x		
9/2/2018	Prohibida la circulación de motos en Santa Marta		x					x			x
12/2/2018	Alcalde viaja a Ecuador a promocionar la ciudad		x				x				x
12/2/2018	Plan de contingencia del distrito en salud pública		x				x			x	
13/2/2018	Cerrado negocio por violar normas sanitarias y con alimentos vencidos		x				x				x

2/8/2018	No se registraron afectaciones en frentes de obra de la Alcaldía			x			x			x			x
4/8/2018	Otorgan mas seguridad para líderes y víctimas	x					x			x			x
11/8/2018	Líderes religiosos tendrán un representante frente al Distrito			x			x	x					x
11/8/2018	Distrito extiende 4 rutas del transporte hacia el nuevo estadio			x			x			x			x
13/8/2018	Sendero peatonal del Ziruma con más de 50 mil personas practicando hábitos saludables		x				x			x			x
14/8/2018	Centro Histórico será escenario del rally de pruebas turísticas			x			x		x				x
Total similitudes		6	5	4	1	7	7	8	2	5	2	5	8

Tabla 127. Similitudes Hoy, diario del Magdalena-comunicados de prensa Alcaldía de Santa Marta (fuente: elaboración propia, 2018)

La tabla anterior refleja que 15 de las informaciones publicadas en el Hoy diario del Magdalena procedían de algún comunicado de prensa de la Alcaldía de Santa Marta. De este total 8 fueron idénticas al boletín, mientras que cinco fueron semejantes, mientras que cuatro tenían un título idéntico y otras cinco un título semejante.

8.4. Resultados del análisis de contenido de los noticieros del canal Telecaribe

Los tres noticieros analizados fueron CV Noticias, Las Noticias y Televista, emitidos por el canal regional Telecaribe. Son noticieros que cubren la información de las ciudades de la Región Caribe. Se analizaron 90 notas que se emitieron en el periodo comprendido entre el primero y el 15 de febrero y el primero al 15 de agosto de 2018, para ello se usó la matriz construida para el análisis de contenido de los informativos (tabla 128). Estos programas son producidos por empresas distintas, tal como aparece reseñado en el apartado de *La muestra*, concretamente en el intertítulo Canal Regional Telecaribe. A continuación, la tabla con las notas analizadas en cada noticiero:

Noticiero	Número de notas	Porcentaje
CV Noticias	57	57%
Televista	23	23%
Las Noticias	10	10%
Total	90	100%

Tabla 128. Número de notas por noticiero (fuente: elaboración propia, año)

8.4.1. CV Noticias

Para el caso de este noticiero se analizaron un total de 53 informaciones relacionadas con la Alcaldía de Barranquilla, 3 con la de Cartagena, y una que hace referencia a la administración local de Santa Marta (tabla 129). Este noticiero tiene una cobertura importante de noticias sobre la Alcaldía de Barranquilla y muy mínima de la Alcaldía de Cartagena y Santa Marta. Todas las notas tenían autor o periodista responsable de la información, así mismo todas las informaciones mencionaban, por lo menos, a una fuente, por lo anterior encontrará solo los datos consignados en la tabla comparativa de noticieros, que aparece en el siguiente apartado.

Distrito	Número de notas	Porcentaje
Barranquilla	53	93%
Cartagena	3	5%
Santa Marta	1	2%

Tabla 129. Tabla número de notas por ciudad. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

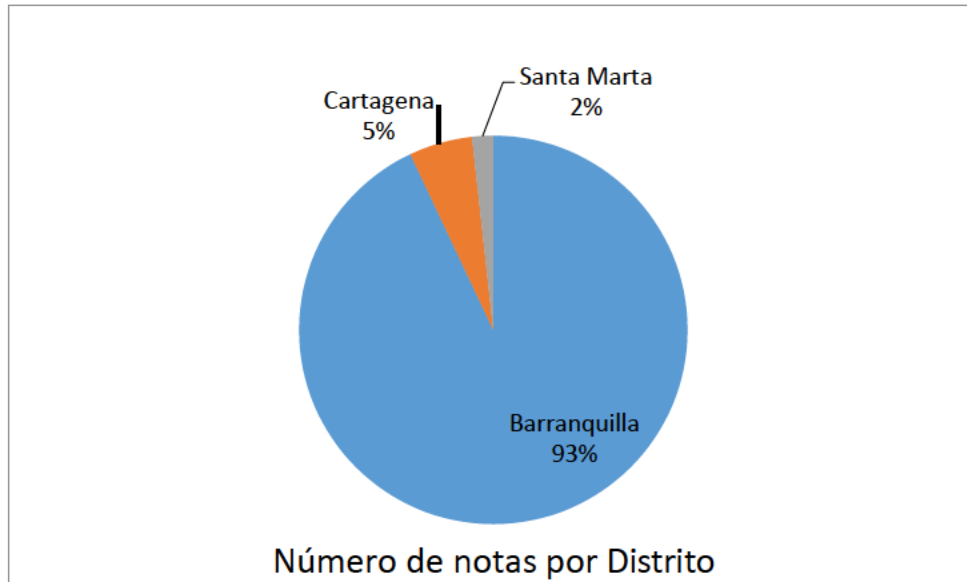


Gráfico 78. Número de notas por distrito

El noticiero CV Noticias le da mayor cobertura a la información que proviene de la Alcaldía de Barranquilla. Eso se evidencia que revela que el 93% de las informaciones analizadas están relacionadas con la Alcaldía de Barranquilla, mientras que el 7% restante corresponden a las administraciones de Cartagena y Santa Marta (tabla 130, gráfico 78).

Distrito	SI	NO	No tiene titulares	Total
Barranquilla	16	34	3	53
Cartagena	2	0	1	3

Santa Marta	0	1	0	1
Total SÍ/NO	18	35	4	57
Porcentaje	32	61	7	100%

Tabla 130. Notas que aparecen en los titulares. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

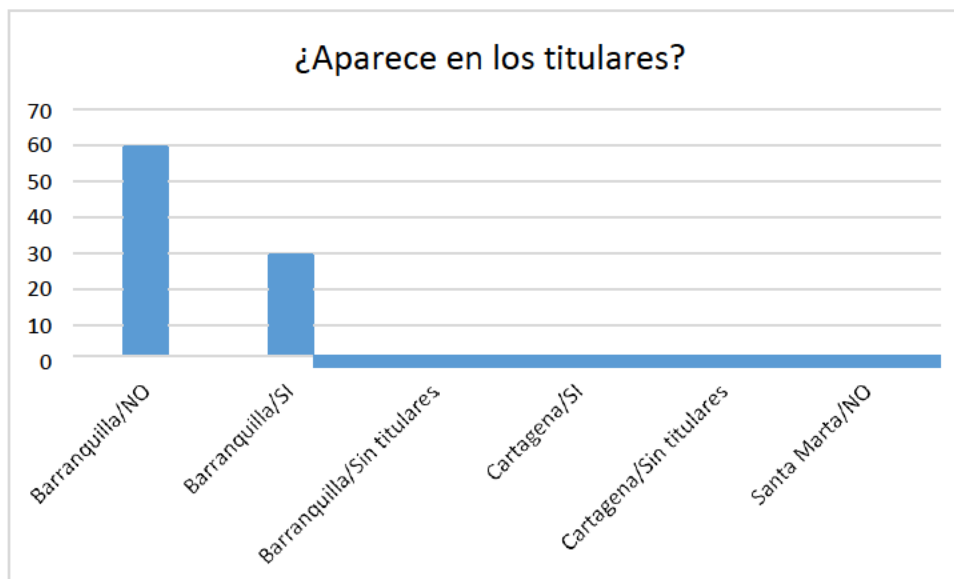


Gráfico 79. ¿Aparecen en los titulares?

Aunque 61% de las notas no aparecen en los titulares, un 32% sí aparece en esta parte del informativo, por tanto, son consideradas noticias importantes del día (gráfico 79). La mayoría de las publicaciones hacen referencia a la Alcaldía de Barranquilla.

Ciudad/variable	Número de notas	Total secundarias	Total principales
Barranquilla	53		
Nota principal	18		18
Nota secundaria	35	35	
Cartagena	3		

Nota principal	1		1
Nota secundaria	2	2	
Santa Marta	1		
Nota principal	0		
Nota secundaria	1	1	
Total general	57	38	19
Total porcentaje	100%	66%	34%

Tabla 131. Número de notas principales y secundarias. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

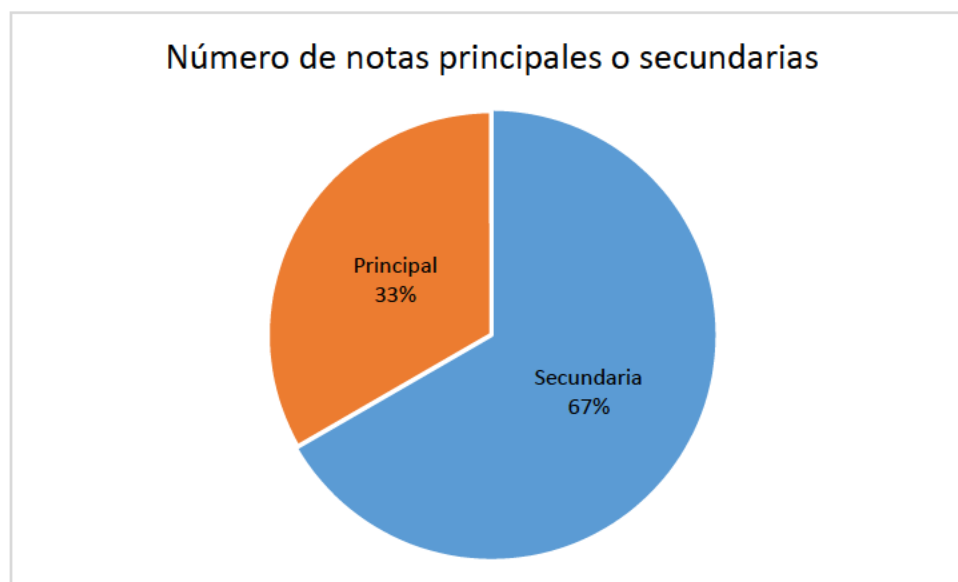


Gráfico 80. Número de notas principales o secundarias

Aunque es mayor el porcentaje de notas que fueron secundarias (tabla 131, gráfico 80), no se puede negar que el hecho de que más del 30% de las notas sean principales quiere decir que el editor y/o director del medio considera que las informaciones relacionadas con la administración local son relevantes, por tanto, le da un espacio representativo.

Etiquetas de fila	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Anuncio de medidas del Distrito	29	1	3	33	58%

Inauguración y/o entrega de obras	11	0	0	11	19
Financiamiento de obras	0	0	0	0	0
Participación ciudadana	0	0	0	0	0
Investigación al Distrito	1	0	0	1	2
Propaganda a la ciudad	2	0	0	2	3
Rendición de cuentas	5	0	0	5	9
Socialización Política	5	0	0	5	9
Total	53	1	3	57	100%

Tabla 132. Tema titular. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

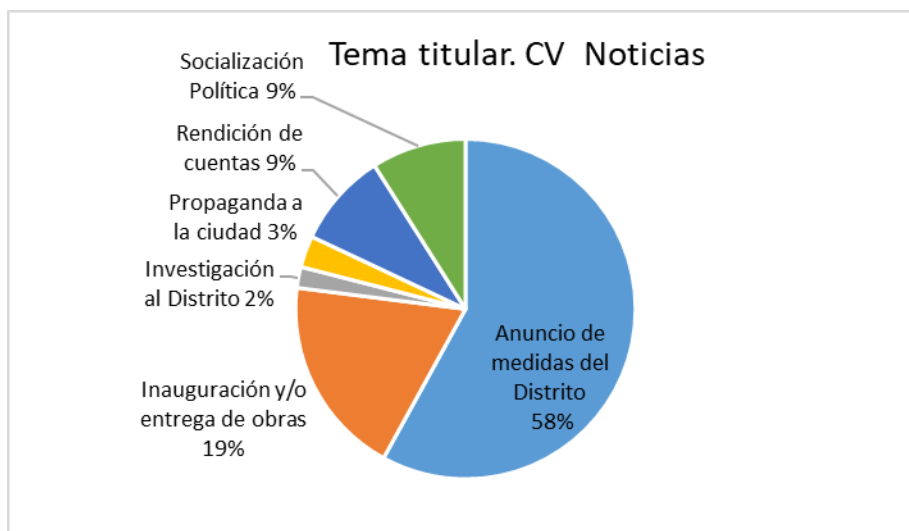


Gráfico 81. Tema titular – CV Noticias

El tema de mayor frecuencia en los titulares es Anuncio de medidas del Distrito (tabla 132), sin embargo, si se suman otras variables que también están relacionadas con la gestión de la administración local como Inauguración y/o entrega de obras, Socialización Política y Propaganda a la ciudad, permite inferir que estos temas están en el 89% de los titulares (gráfico 81).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	28	1	1	30	52
Otros estamentos del Gobierno	1	0	2	3	8
Funcionario de la Alcaldía	2	0	0	2	4
Distrito	8	0	0	8	13
Ciudadanos	3	0	0	3	5
Alcalde	1	0	0	1	2
Secretarios	10	0	0	10	16
Total	53	1	3	57	100

Tabla 133. Protagonista titular por ciudad. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

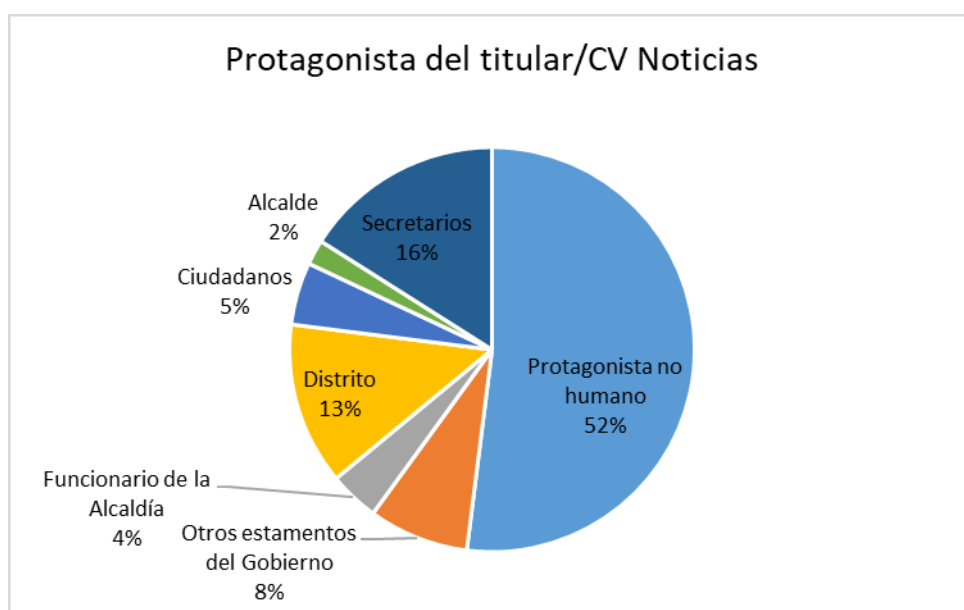


Gráfico 82. Protagonista del titular – CV Noticias

El protagonista no humano es el que mayor aparición tiene en los titulares, sin embargo hay una fuerte presencia de los funcionarios de la administración, de otras entidades gubernamentales y del propio Distrito, que sumadas representan 43%. Solo un 5% lo componen los ciudadanos (tabla 133, gráfico 82).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	6	0	0	6	12
Otros estamentos del Gobierno	0	0	0	0	0
Funcionario de la Alcaldía	11	0	1	12	21
Distrito	0	0	0	0	0
Ciudadanos	3	1	1	5	8
Alcalde	5	0	1	6	10
Secretarios	28	0	0	28	49
Total	53	1	3	57	100%

Tabla 134. Protagonista de la nota por ciudad. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

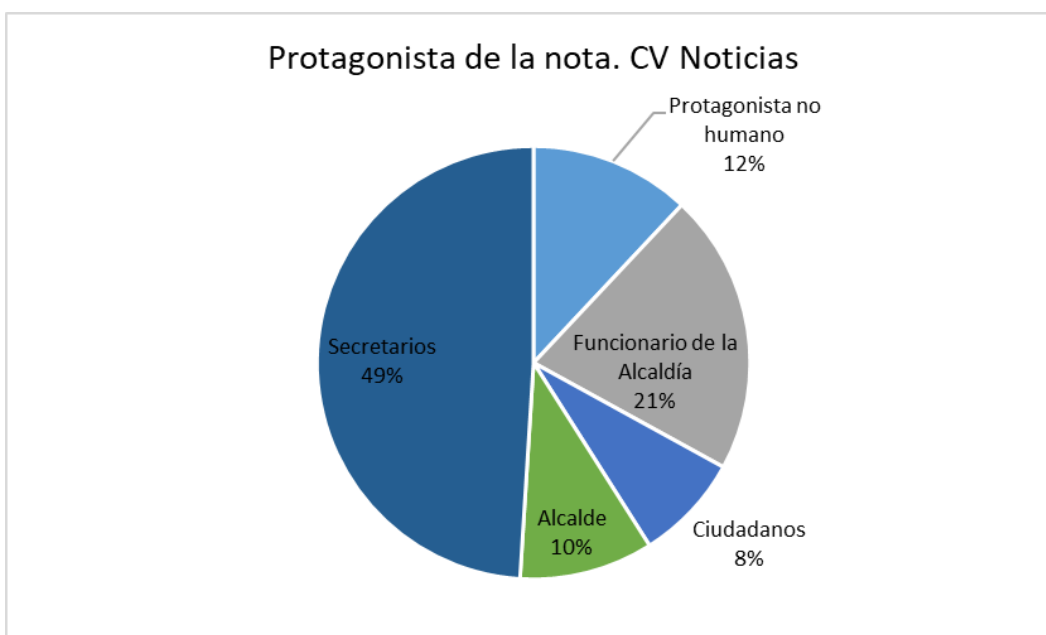


Gráfico 83. Protagonista de la nota – CV Noticias

Como protagonista del cuerpo de la nota, el que más aparece es algún secretario del Gabinete, sin embargo, la gráfica anterior permite inferir que en el 80% aparece un funcionario de la Alcaldía, ya sea secretario, otro funcionario o el Alcalde, por lo que las informaciones tienen un fuerte tinte oficial o gubernamental (tabla 134, gráfico 83).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total	Porcentaje
SI	53	1	3	57	100%
NO	0	0	0	0	0
Total	53	1	3	57	100%

Tabla 135. Número de notas con fuente. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

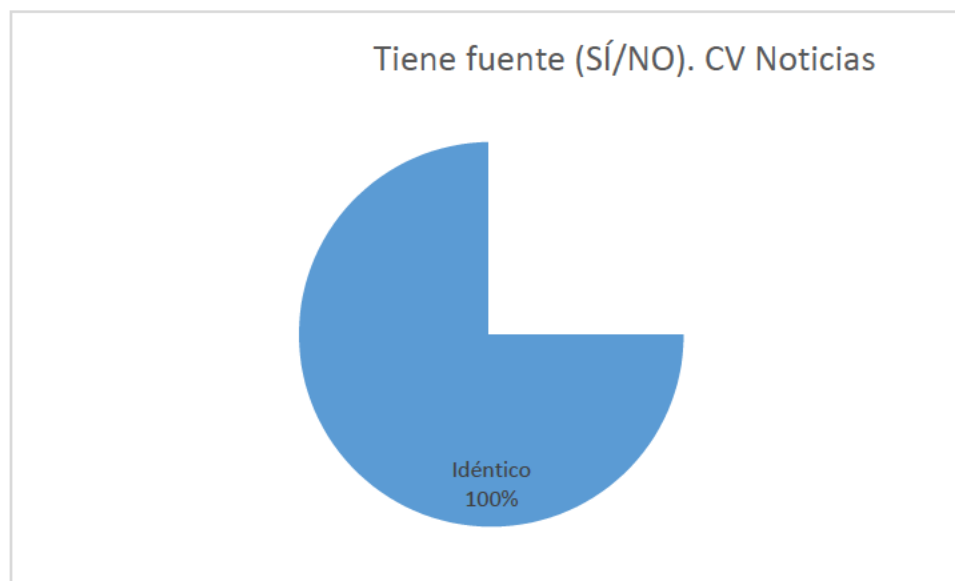


Gráfico 84. ¿Tiene fuente? – CV Noticias

El total de notas analizadas y que correspondían al noticiero CV Noticias tenían, por lo menos, una fuente (tabla 135, gráfico 84).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Otros estamentos del Gobierno	4	0	0	4	7
Funcionario de la Alcaldía	13	0	1	14	24
Distrito	0	0	0	0	0
Ciudadanos	2	1	1	4	7
Alcalde	6	0	1	7	12
Secretarios	28	0	0	28	50
Total	53	1	3	57	100

Tabla 136. Fuente 1 por ciudad. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

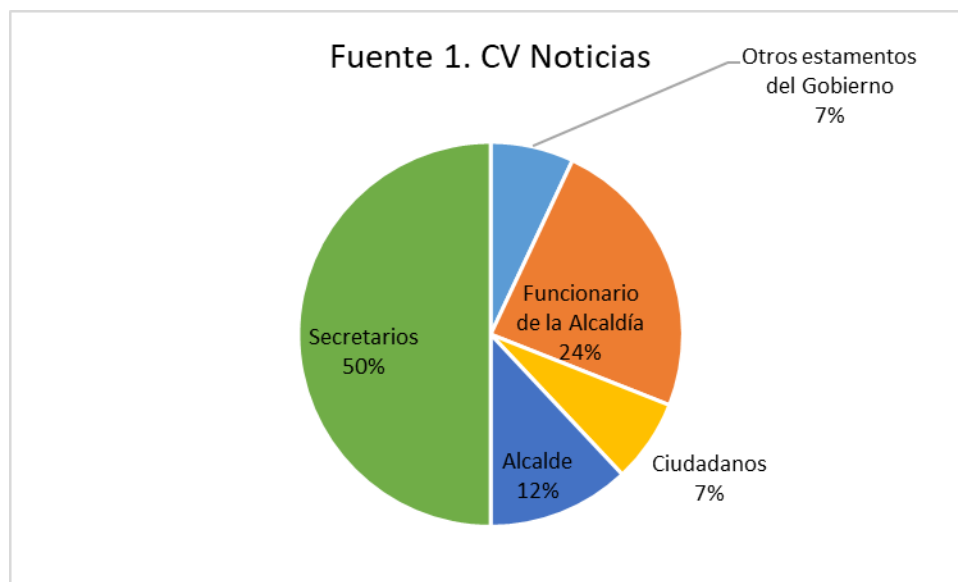


Gráfico 85. Fuente 1 – CV Noticias

Es importante señalar que el 100% de las notas analizadas tenía, por lo menos, una fuente (tabla 136, gráfico 85). En el caso de la primera fuente que más aparece en las informaciones de CV Noticias es algún secretario del Gabinete. Pero, si a esto se suman las otras primeras fuentes que aparecieron como Funcionario de la Alcaldía, Alcalde y Otros estamentos del Gobierno se encuentra que en el 93% de las ocasiones, la fuente era algún funcionario de la administración local o ente gubernamental, es decir, que eran prioritarias las fuentes oficiales en las informaciones.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
SÍ	13	1	1	15	26%
NO	40	0	2	42	74%
Total	53	1	3	57	100%

Tabla 137. Número de notas con fuente o sin fuente número 2/ciudad. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

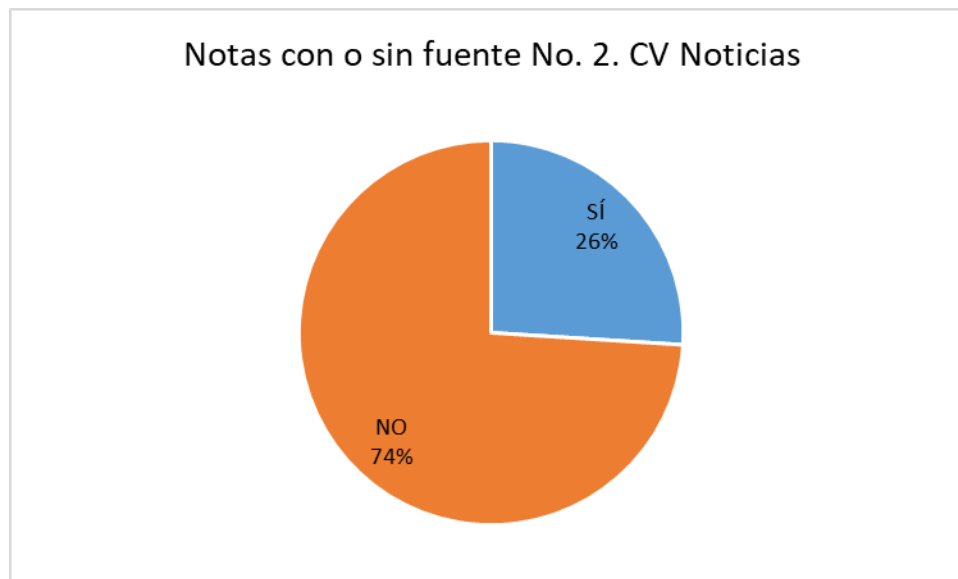


Gráfico 86. Notas con o sin fuente No 2 – CV Noticias

En el 74% de las informaciones no existía una segunda fuente (tabla 137, gráfico 86), lo que quiere decir que en un gran porcentaje las notas eran construidas con una sola fuente, situación que devela que no existe contraste de información, uno de los principios básicos del Periodismo.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	8	1	1	10	17
Otros estamentos del Gobierno	0	0	0	0	0
Funcionario de la Alcaldía	11	0	1	12	21
Distrito	0	0	0	0	0
Ciudadanos	6	0	0	6	11
Alcalde	5	0	1	6	11
Secretarios	23	0	0	23	40
Total	53	1	3	57	100%

Tabla 138. Protagonistas imágenes de la nota/ciudad. CV Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

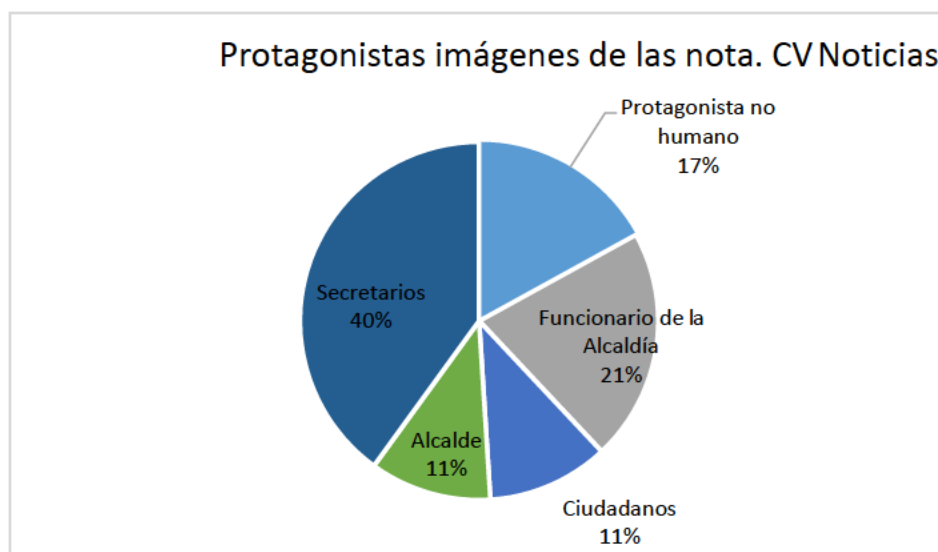


Gráfico 87. Protagonistas imágenes de las notas – CV Noticias

Las imágenes que aparecían en las notas eran, en su mayoría, secretarios del Gabinete (tabla 138). Pero, si se suma con los otros protagonistas que hacen parte de la administración local, tales como Alcalde y Funcionarios de la Alcaldía se concluye que las imágenes correspondían a estas variables en un 72%. Le seguía lo No humano, con 17%, frente a un disminuido 11%, que representaba a las imágenes de los ciudadanos (gráfico 87).

Variable	Barranquilla	Cartagena	Santa Marta
SI	57	3	1
NO	0	0	0
Total	57	3	1

Tabla 139. La nota tiene autor (Sí/NO) (fuente: elaboración propia, 2019)

Todas las notas difundidas por el noticiero CV Noticias tenían autor o aparecía el nombre de algún periodista haciendo el reporte (tabla 139).

8.4.2. Televista

Del noticiero Televista, se analizaron 23 notas que informaban sobre las administraciones locales de las ciudades de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. En el siguiente resumen (tabla 140) aparecen las notas que estuvieron relacionadas con cada Alcaldía:

Ciudad	Número de notas	Porcentaje
Barranquilla	11	48
Cartagena	7	30
Santa Marta	5	22
Total general	23	100%

Tabla 140. Tabla número de notas por ciudad. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

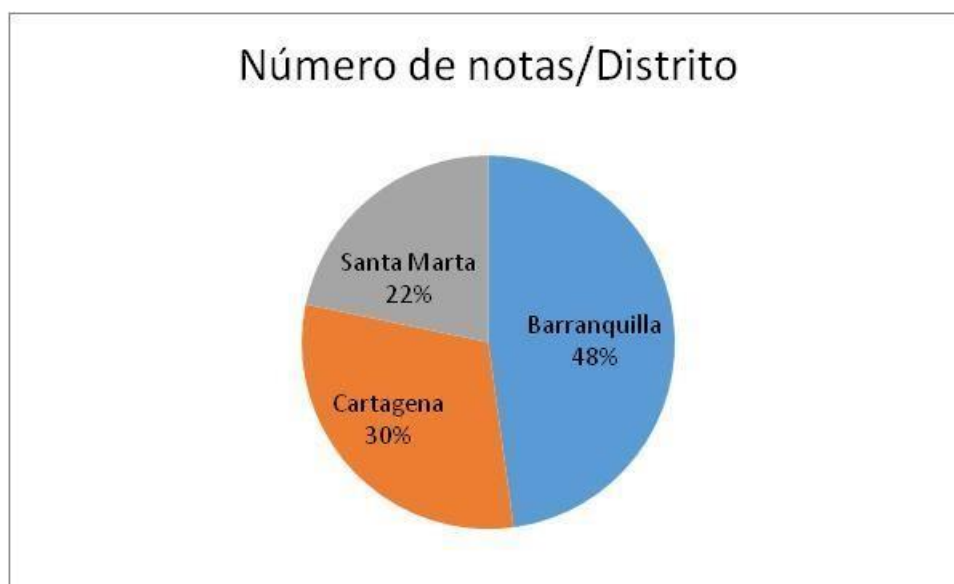


Gráfico 88. Número de notas - Distritos

En Televista, al igual que en CV Noticias, las notas relacionadas con la administración local de Barranquilla eran las que más aparecían en la parrilla de información (gráfico 88). Sin embargo, a diferencia de CV Noticias, en este noticiero hay una mayor presencia de informaciones de las alcaldías de Santa Marta y Cartagena.

Distrito	SI	NO	Total
Barranquilla	9	2	11
Cartagena	4	3	7
Santa Marta	1	4	5
Total SÍ/NO	14	9	23
Porcentaje	61%	39%	100

Tabla 141. Notas que aparece en los titulares. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

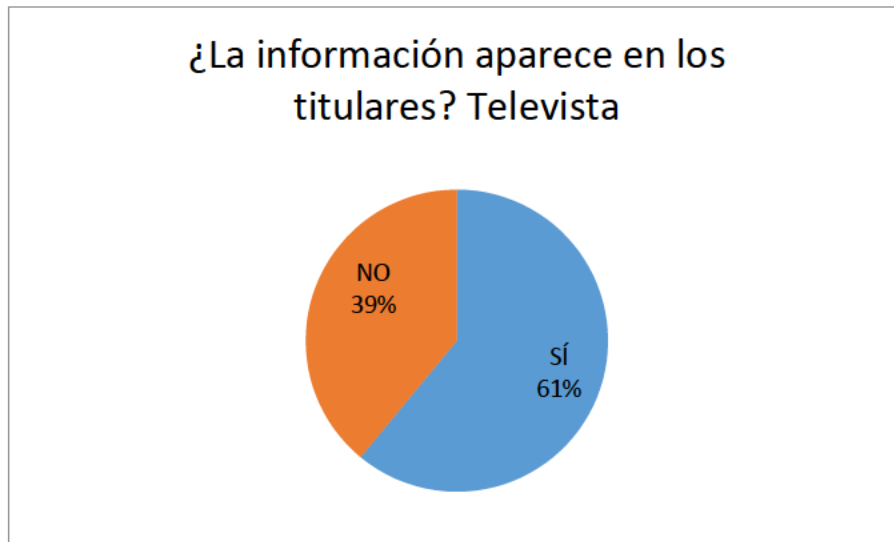


Gráfico 89. ¿La información aparece en los titulares? - Televista

El 61% de las notas analizadas estaba en los titulares de los noticieros, es decir, fueron consideradas por el director del medio como información importante durante el día, y quiere que la audiencia ponga su mirada en ella (tabla 141, gráfico 89).

Ciudad/variable	Número de notas	Total secundarias	Total principales

Barranquilla	11		
Nota principal	9	9	
Nota secundaria	2		2
Cartagena	7		
Nota principal	5	5	
Nota secundaria	2		2
Santa Marta	5		
Nota principal	1	1	
Nota secundaria	4		4
Total general	23	15	8
Total porcentaje	100%	65%	35%

Tabla 142. Número de notas principales y secundarias. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)



Gráfico 90. Notas principales / secundarias - Televista

Más del 50% de las informaciones analizadas se les dio un espacio como nota principal, es decir, que fue considerada por el editor/director como importante y en la que quiere que la audiencia del noticiero ponga su mirada (tabla 142, gráfico 90).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Anuncio de medidas del Distrito	8	3	4	15	66
Inauguración y/o entrega de obras	1	0	0	1	4
Financiamiento de obras		1	0	1	4
Participación ciudadana	1	0	0	1	4
Investigación al Distrito	0	0	2	2	9
Propaganda a la ciudad	1	0	1	2	9
Socialización Política		1		1	4
Total	11	5	7	23	100%

Tabla 143. Tema titular. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

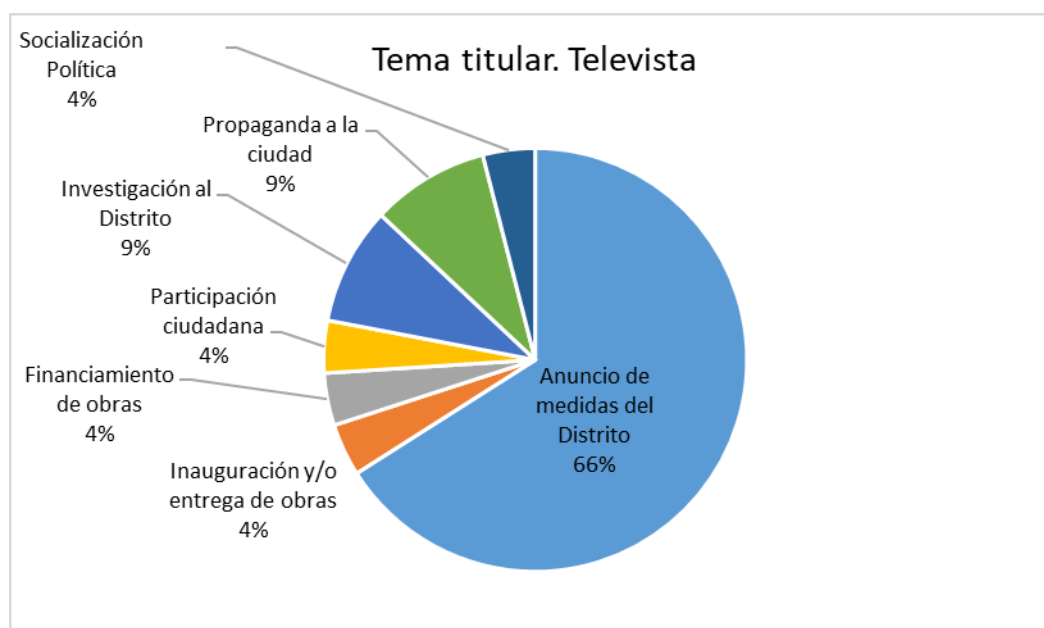


Gráfico 91. Tema titular - Televista

Al igual que en el noticiero CV Noticias, el tema del titular más frecuente fue el de Anuncio de medidas del Distrito (tabla 143). Sin embargo, si se suma con otras variables relacionadas con la gestión de la administración local, tales como Socialización Política, Inauguración y/o

entrega de obras, Financiamiento e Inauguración de obras y temas relacionadas con Propaganda a la ciudad, se llega a un 87%. Solo el 4% está relacionado con temas de Participación o convocatoria ciudadana, lo que evidencia la ausencia de la labor periodística como servicio social (gráfico 91).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	5	4	6	15	65
Otros estamentos del Gobierno	1	1	0	2	9
Funcionario de la Alcaldía	1	0	0	1	4
Distrito	0	0	2	2	9
Ciudadanos	0	0	2	2	9
Alcalde	0	0	1	1	4
Total	7	5	11	23	100%

Tabla 144. Protagonista del titular por ciudades. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

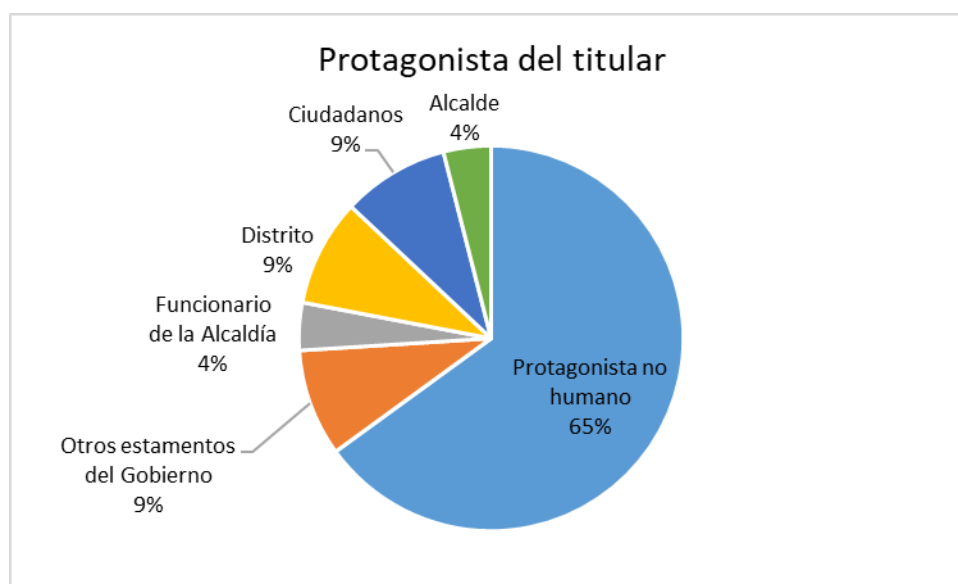


Gráfico 92. Protagonista del titular

El protagonista no humano es el que más aparece en los titulares del noticiero Televista (tabla 144, gráfico 92), con 65%), lo que deja en evidencia la ausencia de los rostros humanos en los titulares, le siguen los funcionarios de la administración local (Funcionario de la Alcaldía y Alcalde) y el Distrito, que representan el 17%, que sumados a Otros estamentos del Gobierno (9%), le da un tinte oficialista a las informaciones, si se revisa el bajo 9% que tiene la variable Ciudadanos.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	6	2	1	9	40
Otros estamentos del Gobierno	0	0	3	3	13
Funcionario de la Alcaldía	0	0	1	1	4
Distrito	0	0	0	0	0
Ciudadanos	3	0	1	4	17
Alcalde	1	3	1	5	22
Secretarios	1	0	0	1	4
Total	11	5	7	23	100

Tabla 145. Protagonista del cuerpo de la nota por ciudades. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

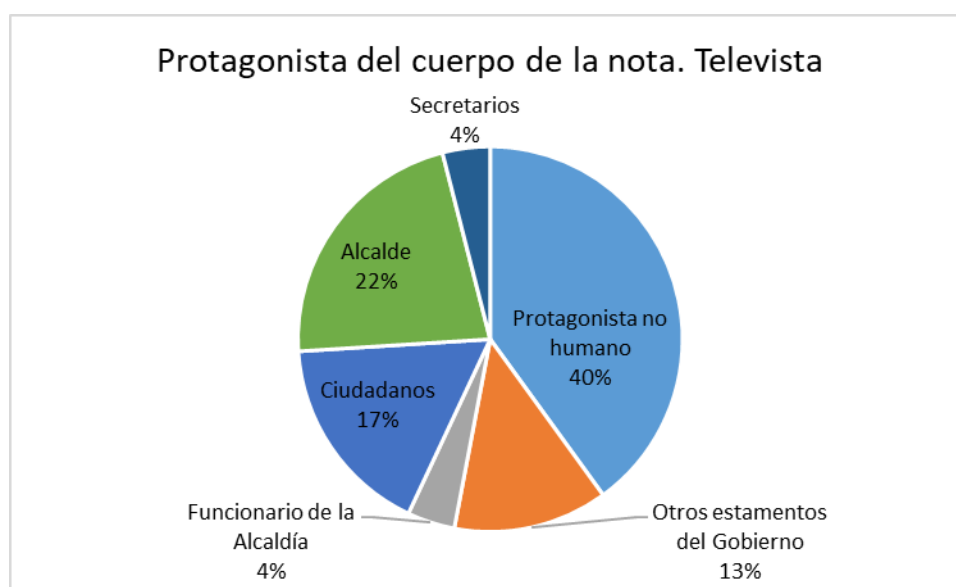


Gráfico 93. Protagonista del cuerpo de la nota - Televista

El protagonista del cuerpo de la nota fue la variable No humano, con 40%, mientras que los funcionarios de la administración local así como los entes gubernamentales representan el 40%, lo que vuelve a las informaciones oficialistas y con una nula participación de la ciudadanía (tabla 145, gráfico 93).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total	Porcentaje
SI	4	4	7	15	65%
NO	7	1	0	8	35%
Total	11	5	7	23	100%

Tabla 146. Número de notas con fuente. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)



Gráfico 94. ¿Tiene fuente?

El 35% de las notas de Televista no tenía fuente, un porcentaje importante y que evidencia la baja calidad de la información, puesto que la ausencia de fuentes tendría que ver con difusión de información que proviene de la fuente oficial y que no tiene ningún tipo de contraste (tabla 146, gráfico 94).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Alcalde	0	3	1	4	18
Secretario/a	1	0	1	2	7
Otro funcionario	1	1	3	5	22
Ciudadanos	2	0	2	4	18
Sin fuente	7	1	0	8	35
Total	11	5	7	23	100%

Tabla 147. Fuente 1 por ciudad. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

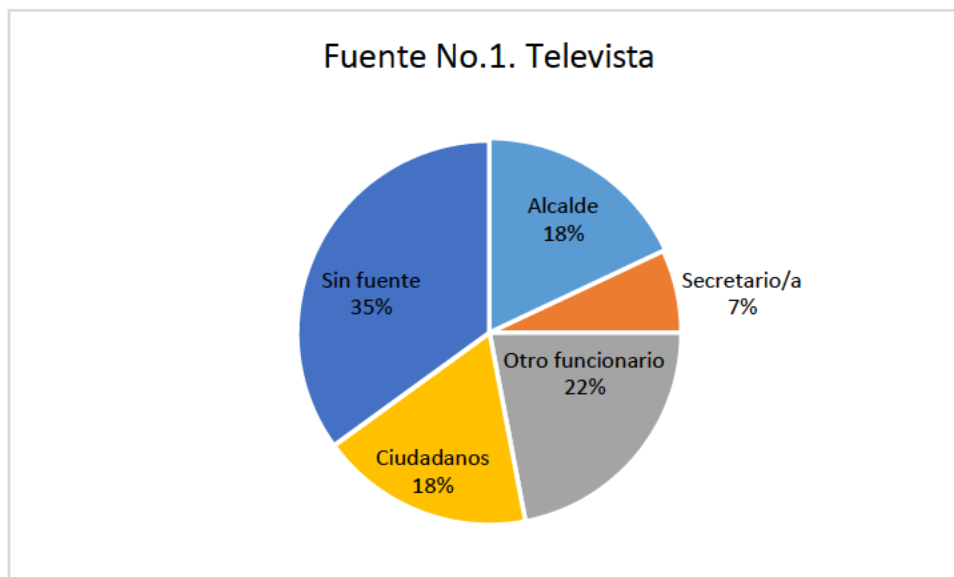


Gráfico 95. Fuente No 1 – Televista

Estas cifras evidencian que el 35% de las notas de Televista no tenían una sola fuente, lo que refleja la ausencia de búsqueda de fuentes, mientras que los funcionarios de la administración local, tales como alcalde, otro funcionario y secretario sumaban 47%, que indica que estos se tenían en cuenta en gran parte de las ocasiones como primera fuente.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Otro funcionario	2	1	0	3	13

Alcalde	1	1	2	4	17
Secretario/a	0	0	2	2	9
Sin fuente 2	8	3	3	14	61
Total	11	5	7	23	100%

Tabla 148. Número de notas con fuente o sin fuente número 2/ciudad. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

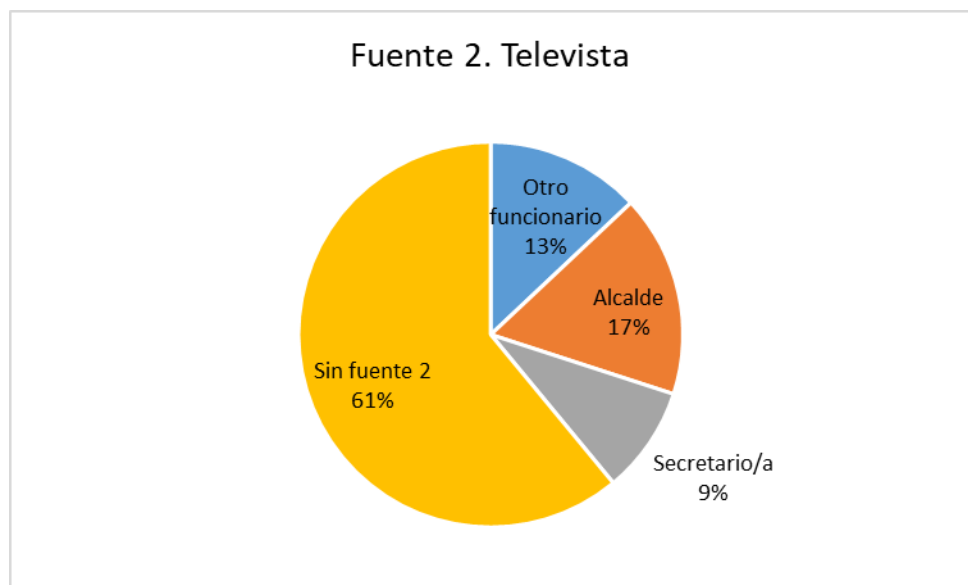


Gráfico 96. Fuente 2 - Televista

El porcentaje de notas sin una segunda fuente es de 61% (tabla 148, gráfico 96). En el caso de las notas que sí tenían una segunda fuente, es decir, el 39% se encontró que eran funcionarios de la administración local, ya sea Alcalde, un secretario del Gabinete u Otro funcionario de la Alcaldía.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	1	0	0	1	4
Otros estamentos del Gobierno	0	0	0	0	0
Funcionario de la Alcaldía	1	1	4	6	26
Distrito	0	0	0	0	0
Ciudadanos	7	1	3	11	48

Alcalde	1	3	0	4	18
Secretarios	1	0	0	1	4
Total	11	5	7	23	100%

Tabla 149. Protagonistas imágenes de la nota/ciudad. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)

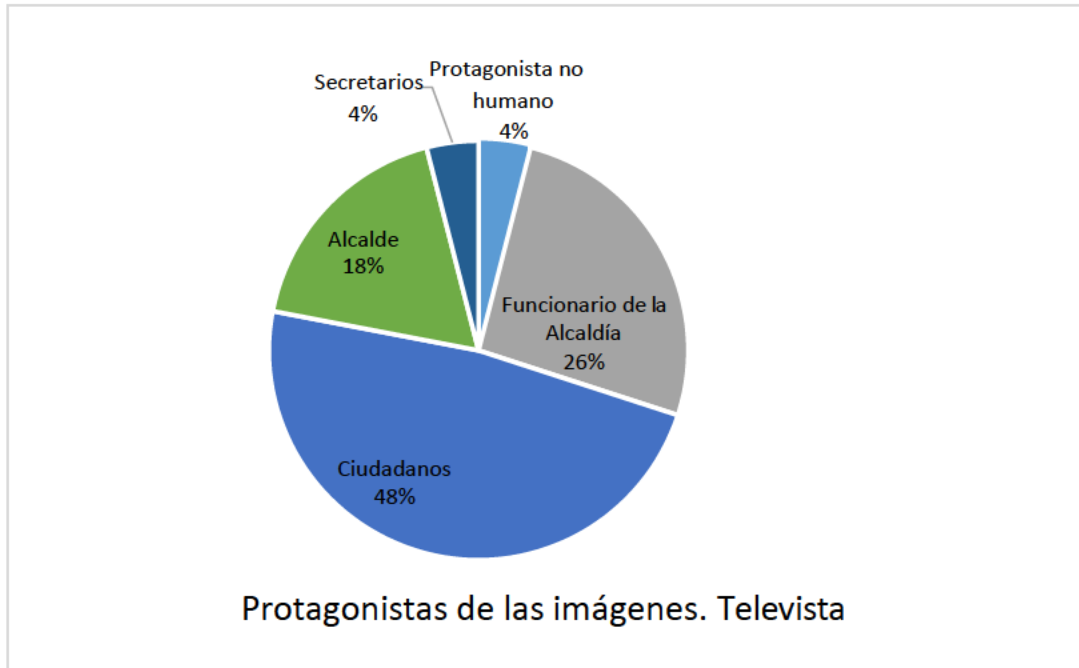


Gráfico 97. Protagonistas de las imágenes - Televista

A diferencia de lo que sucede con las fuentes y los titulares, en lo que respecta a imágenes (tabla 149), el protagonista que tuvo mayor participación fue la variable Ciudadanos, con 48%, sin embargo, otro 48% corresponden a funcionarios de la Alcaldía, Alcalde y secretarios del Gabinete, es decir, que se da igual protagonismo tanto a estos como a los ciudadanos (gráfico 97).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
SÍ	9	5	7	21	91%
NO	2	0	0	2	9%
Total	11	5	7	23	100%

Tabla 150. Número de notas con autor. Televista (fuente: elaboración propia, 2019)



Gráfico 98. ¿Tiene autor?

El 91% de las informaciones era entregada por un periodista, en tanto que el 9% restante no tenía periodista que reportaba (tabla 150, gráfico 98).

8.4.3. Las Noticias

Este es el tercer noticiero que emite el canal regional Telecaribe, en el que se encontraron 10 notas relacionadas con la administración local (tabla 151). De ese total, todas tenían periodista que se adjudicaba o que aparecía como autor de la información.

Distrito	Número de notas	Porcentaje
Barranquilla	9	90%
Cartagena	1	10%
Santa Marta	0	0%
Total	10	100%

Tabla 151. Tabla número de notas por ciudad. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

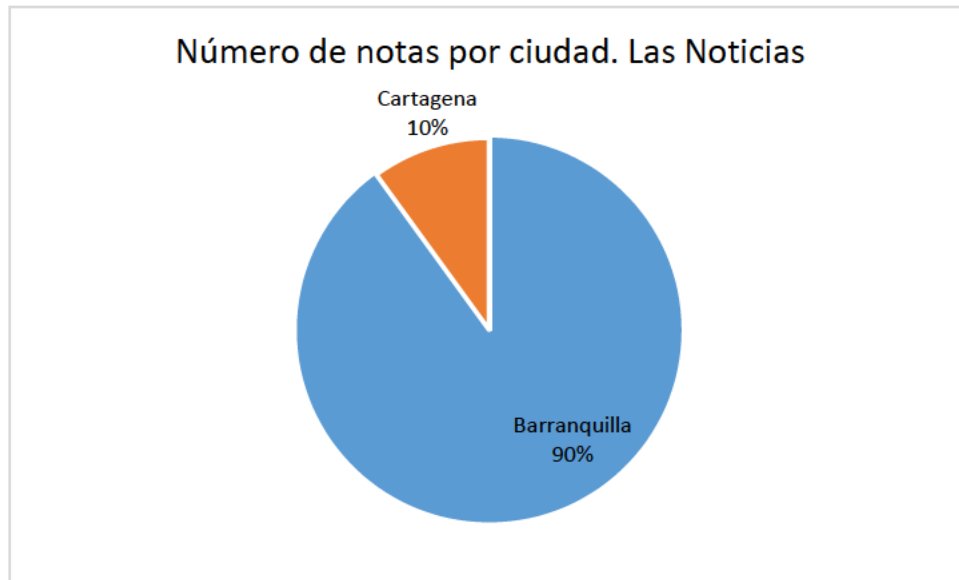


Gráfico 99. Número de notas por ciudad – Las Noticias

El 90% de informaciones que se entregan corresponde a la administración local de Barranquilla, mientras un 10% corresponde a la Alcaldía de Cartagena, y no hay notas relacionadas con la Alcaldía de Santa Marta (gráfico 99).

Distrito	SI	NO	Total
Barranquilla	8	1	9
Cartagena	0	1	1
Santa Marta	0	0	0
Total Sí/NO	8	2	10
Porcentaje	80	20	100%

Tabla 152. Número de notas con titulares. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

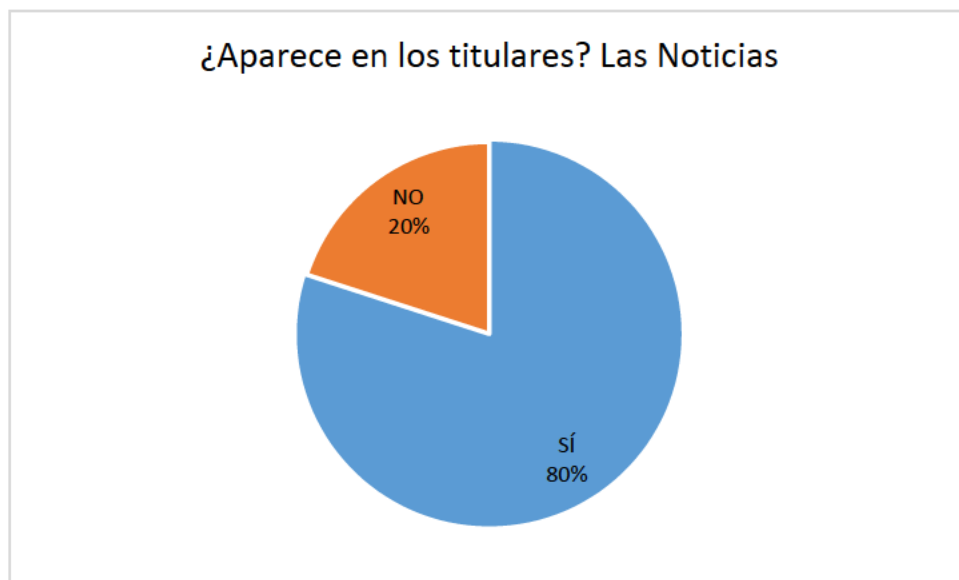


Gráfico 100. ¿Aparece en los titulares? – Las Noticias

El 80% de las notas analizadas aparecía en los titulares del noticiero, por lo tanto fue considerada por el director o editor del medio como información importante y en la que quiere que su audiencia ponga su atención (tabla 152, gráfico 100).

Ciudad/variable	Número de notas	Total secundarias	Total principales
Barranquilla	9		
Nota principal		0	7
Nota secundaria		2	0
Cartagena	1		
Nota principal		0	0
Nota secundaria		1	0
Santa Marta	0		
Nota principal		0	0
Nota secundaria		0	0
Total general	10	3	7

Total porcentaje	100%	30%	70%
------------------	------	-----	-----

Tabla 153. Número de notas principales y secundarias. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

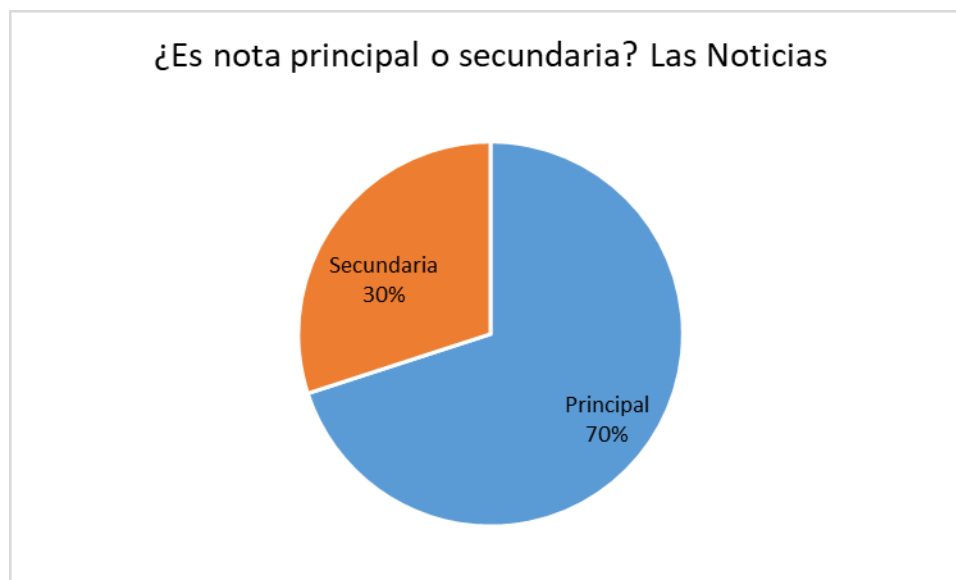


Gráfico 101. ¿Es nota principal o secundaria? – Las Noticias

En el noticiero Las Noticias, el 70% de las informaciones relacionadas con la administración local tuvieron un espacio como nota principal (tabla 153), es decir, fueron consideradas por el editor o director del medio como noticias que había que darles relevancia en el informativo para que la audiencia se fijara en ellas (gráfico 101).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Anuncio de medidas del Distrito	3	0	1	4	40%
Inauguración y/o entrega de obras	0	0	0	0	0
Financiamiento de obras	0	0	0	0	0
Participación ciudadana	1	0	0	1	10%
Investigación al Distrito	2	0	0	2	20%
Propaganda a la ciudad	3	0	0	3	30%
Socialización Política	0	0	0	0	0

Total	9	0	1	10	100%
-------	---	---	---	----	------

Tabla 154. Tema titular Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

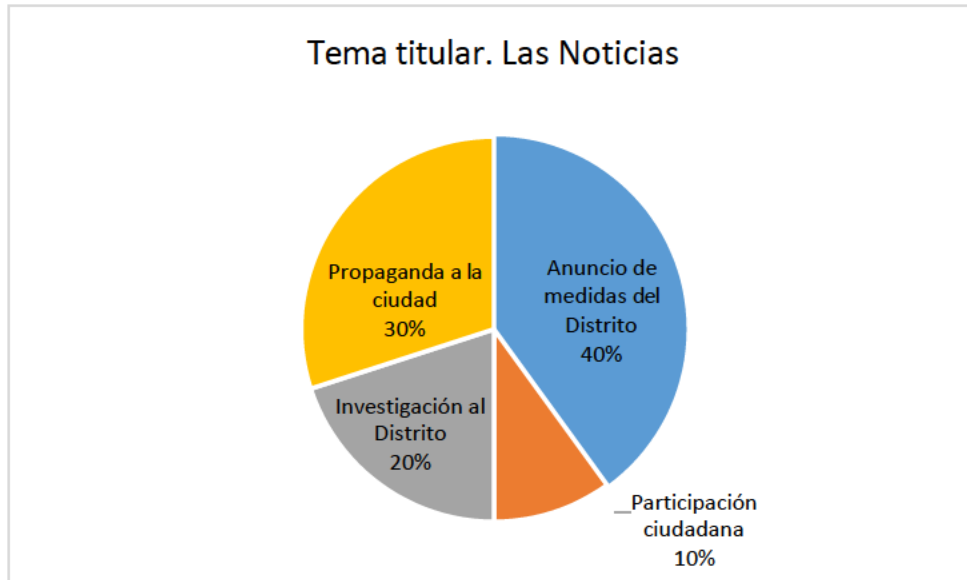


Gráfico 102. Tema titular – Las Noticias

El tema del titular que tuvo mayor presencia fue el de Anuncio de medidas del Distrito, con 40%, mientras que el 30% de los titulares hacían referencia a nota de avances de la ciudad (tabla 154, gráfico 102). Lo anterior permite inferir que un 70% tenía como objetivo hablar de la gestión de la administración local. En este informativo hay 20% de los titulares que corresponden a informaciones enfocadas en investigaciones o cuestionamientos a la Distrito.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	6	0	1	7	70%
Otros estamentos del Gobierno	1	0	0	1	10%
Distrito	1	0	0	1	10%
Ciudadanos	1	0	0	1	10%
Total	9	0	1	10	100%

Tabla 155. Protagonista titular Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

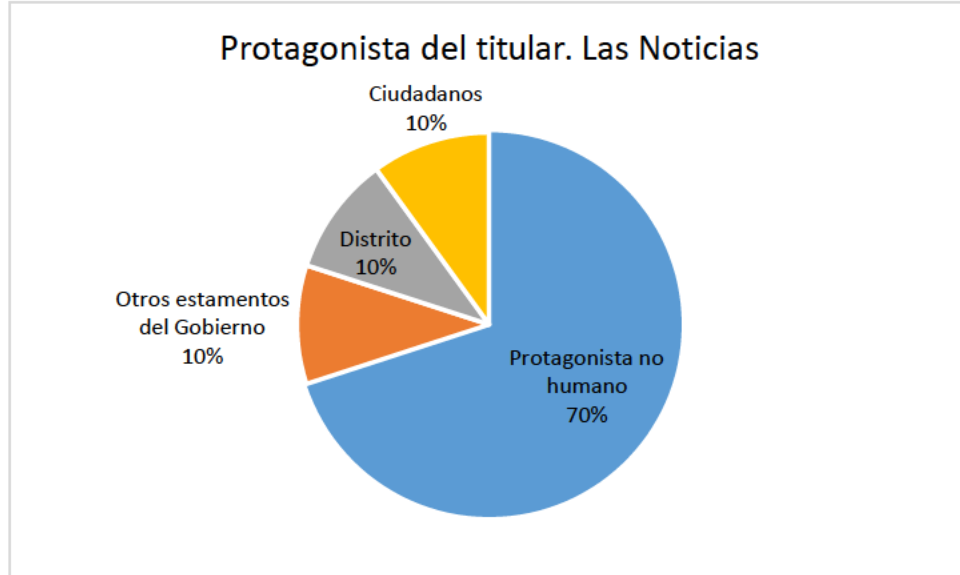


Gráfico 103. Protagonista del titular –Las Noticias

El protagonista del titular que tuvo mayor frecuencia fue el No humano, con 70% (tabla 155), lo que evidencia que existe una ausencia de historias de personas del común en las notas analizadas, mientras que otro 20% correspondía al Distrito y otros entes gubernamentales, que da carácter oficialista a los titulares. Solo un 10% correspondía a ciudadanos (gráfico 103).

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	5	0	0	5	50%
Funcionario de la Alcaldía	1	0	0	1	10%
Otros estamentos del Gobierno	0	0	0	0	0
Distrito	3	0	0	3	30%
Ciudadanos	0	0	1	1	10%
Total	9	0	1	10	100%

Tabla 156. Protagonista del cuerpo de la nota por ciudad. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

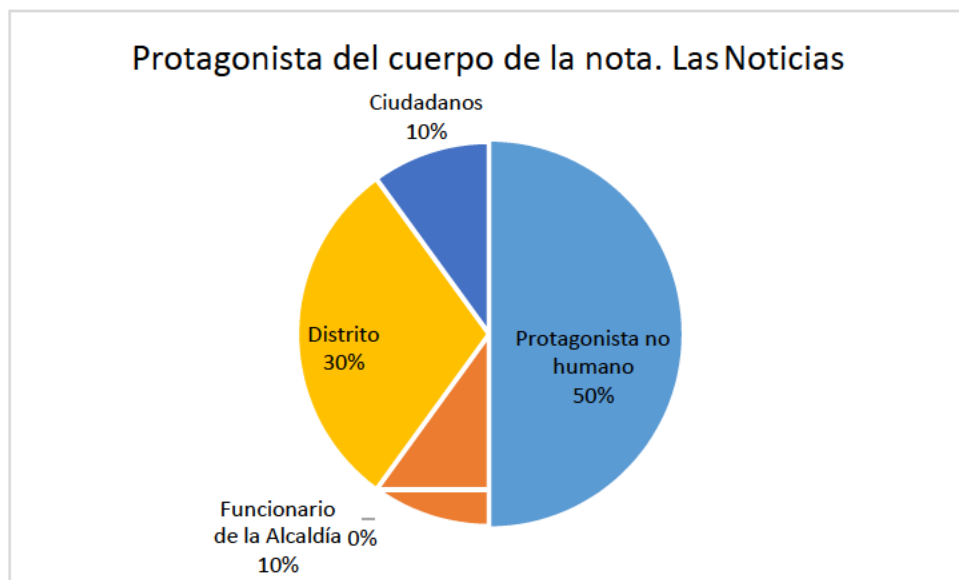


Gráfico 104. Protagonista de la nota – Las Noticias

Lo no humano es el protagonista (tabla 156) que aparece con más frecuencia en las notas de Las Noticias, con 50%, sin embargo el Distrito y funcionarios de la Alcaldía protagonizan las informaciones en un 40%, mientras que los ciudadanos siguen teniendo una presencia muy baja, con 10% (gráfico 104). Lo anterior refleja que el director o editor del medio le da más importancia a los rostros de la administración y a lo no humano que a las historias de los ciudadanos.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total	Porcentaje
SI	6	0	0	6	60%
NO	3	0	1	4	40%
Total	9	0	1	10	100%

Tabla 157. Número de notas con fuente. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)



Gráfico 105. ¿Tiene fuente?

El 40% de las informaciones no tenían fuente, lo que pone en evidencia la ausencia de contraste en las notas analizadas (tabla 157 y 158, gráfico 105). De lo anterior se infiere que el periodista se basó en las comunicaciones entregadas por las administraciones locales, sin hacer un ejercicio de reporterismo que fortaleciera las informaciones y que, de paso, permitiera el contraste.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Alcalde	0	0	0	0	0
Secretario/a	1	0	0	0	0
Otro funcionario	1	0	0	0	10%
Otros entes del Gobierno	1	0	0	0	10%
Ciudadanos	3	0	0	0	30%
Sin fuente	3	0	1	0	40%
Total	9	0	1	10	100%

Tabla 158. Fuente 1 por ciudad. Las Noticias (fuente, elaboración propia, 2019)

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Alcalde	0	0	0	0	0
Secretario/a	0	0	0	0	0
Otro funcionario	1	0	0	1	10%
Ciudadanos	0	0	0	0	0
Sin fuente	8	0	1	9	90%
Total	9	0	1	10	100%

Tabla 159. Número de notas con o sin fuente 2 por ciudad. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)



Gráfico 106. ¿Tiene fuente 2? – Las Noticias

El 90% de las notas analizadas no tenía segunda fuente, lo que denota que hay ausencia de contraste en la información que se entrega a la ciudadanía (tabla 159, gráfico 106). Se puede inferir que el periodista por razones de tiempo se quedó con una sola fuente por la premura de la entrega.

Variable	Barranquilla	Santa Marta	Cartagena	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	3	0	0	3	30%
Otros estamentos del Gobierno	0	0	0	0	0
Funcionario de la Alcaldía	0	0	0	0	0

Distrito	0	0	0	0	0
Ciudadanos	6	0	1	7	70%
Alcalde	0	0	0	0	0
Secretarios	0	0	0	0	0
Total	9	0	1	10	100%

Tabla 160. Protagonistas imágenes de la nota/ciudad. Las Noticias (fuente: elaboración propia, 2019)

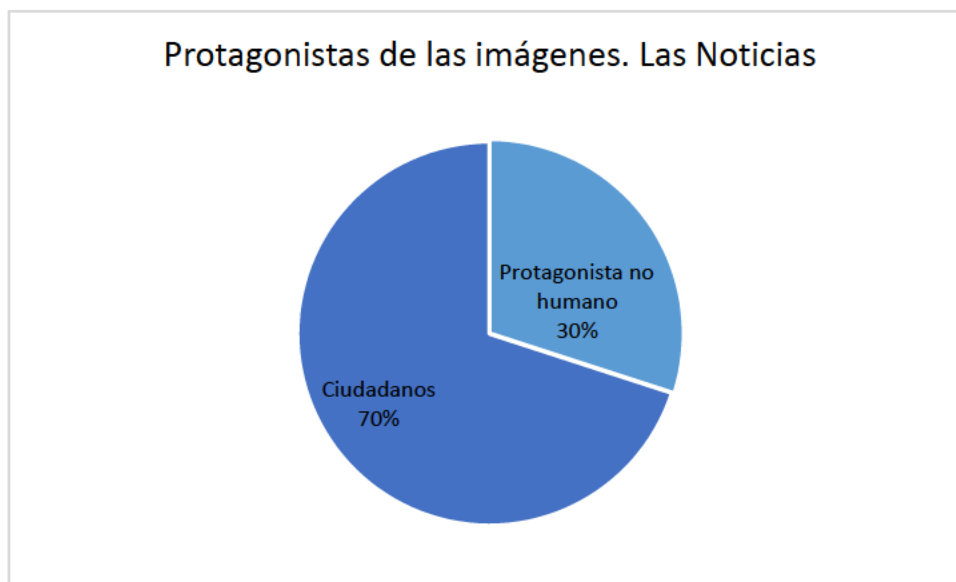


Gráfico 107. Protagonistas de las imágenes – Las Noticias

El protagonista de las imágenes (tabla 160), en la mayoría de ocasiones, eran ciudadanos, situación similar a la que ocurre en Televista, donde también hay una fuerte presencia de esta variable, pero distinta a CV Noticias donde los que aparecen con mayor frecuencia son funcionarios de la administración local (gráfico 107). El protagonista no humano es otro que tiene un porcentaje importante en esta categoría, pero los ciudadanos superan en estas notas su aparición si se contrasta lo que pasa en otras variables y en otros noticieros. Sin embargo, es clave aclarar que este noticiero es el que menos informaciones tenían relacionadas con la administración.

Variable	Barranquilla	Cartagena	Santa Marta
SI	9	1	0
NO	0	0	0
Total	9	1	0
Porcentaje	90%	10%	0%

Tabla 161. La nota tiene autor (SÍ/NO) (fuente: elaboración propia, 2019)

En este caso, todas las notas que se analizaron llevaban una firma o el nombre de un periodista que se hacía responsable de la información que se difundía (tabla 161).

8.4.4. Tablas comparativas entre noticieros

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las Noticias	Las Noticias	Total	Total
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Barranquilla	53	93	11	48	9	90	73	81
Santa Marta	1	5	7	30	0	0	8	9
Cartagena	3	2	5	22	1	10	9	10
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 162. Número de notas por ciudad. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

El 81% de las notas analizadas hablaban sobre la administración local de Barranquilla y en muy bajo porcentaje hacían referencia a las alcaldías de Santa Marta y Cartagena (tabla 162). Lo que se puede inferir es que el hecho que los noticieros tengan su sede en Barranquilla hace que haya más información sobre este Distrito. Estos resultados también están relacionados con que el noticiero CV Noticias es el que más produce información sobre la administración local y, de paso, es el que más produce sobre la de Barranquilla.

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las Noticias	Las Noticias	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	Porcentaje

SÍ	18	31	14	61	8	80	40	44
NO	35	62	9	39	2	20	46	51
Sin titulares	4	7	0	0	0	0	4	5
Total	57	100	23	100	10	100	90	100%

Tabla 163. La nota aparece en los titulares. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

Había una importante presencia de noticias de la administración local que aparecían en los titulares de los noticieros (tabla 163), lo que indica que los directores de los medios consideraron información importante durante el día, por lo tanto, querían que su audiencia pusiera su mirada en ellas.

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las Noticias	Las Noticias	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	Porcentaje
Principales	19	34	8	35	7	70	34	38
Secundarias	38	66	15	65	3	30	56	62
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 164. ¿Es nota principal o secundaria? Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

Como se evidencia en la tabla anterior, aunque más del 60% son informaciones a las que se les da un espacio importante en el informativo, un 34% era considerada como noticia principal, es decir, que era resaltada por el editor y/o director del medio (tabla 164).

Variable	CV Noticias V/A	CV Noticias %	Televista V/A	Televista %	Las Noticias V/A	Las Noticias %	Total V/A	Total Porcentaje
Socialización Política	5	9	1	4	0	0	6	6
Anuncio de Medidas del Distrito	33	58	15	66	4	40	52	58
Propaganda a la ciudad	2	3	2	9	3	30	7	8
Convocatoria ciudadana	0	0	0	0	0	0	0	0
Ejecución de acciones	0	0	0	0	0	0	0	0
Inauguración y/o entrega de obras	11	19	1	4	0	0	12	13
Financiamiento de obras	0	0	1	4	0	0	1	1

Reconocimiento	0	0	0	0	0	0	0	0
Festividad	0	0	0	0	0	0	0	0
Rendición de cuentas	5	9	0	0	0	0	5	6
Investigación al Distrito	1	2	2	9	2	20	5	6
Participación ciudadana	0	0	1	4	1	10	2	2
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 165. Tema titular. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

El 86% de los temas que aparecen en los titulares de los noticieros están relacionados con la gestión de la Administración local, pero de ese 86% hay un 58% que corresponde a los anuncios de las medidas que tomará el Distrito (tabla 165). Es casi nula la presentación de titulares que tienen como tema convocatoria o participación ciudadana. Lo anterior quiere decir que los noticieros tienen poco interés de entregar información que aporta al ciudadano como sujeto político de la sociedad.

Variable	CV Noticias V.A.	CV Noticias %	Televista V.A.	Televista %.	Las Noticias V.A.	Las Noticias %	Total V.A.	Porcentaje
Protagonista no humano	30	52	15	65	7	70	52	58

Otros estamentos del Gobierno	3	8	2	9	1	10	6	7
Funcionario de la Alcaldía	2	4	1	4	0	0	3	3
Distrito	8	13	2	9	1	10	11	12
Ciudadanos	3	5	2	9	1	10	6	7
Alcalde	1	2	1	4	0	0	2	2
Secretarios	10	16	0	0	0	0	10	11
Total	57	100	23	100	10	10	90	100

Tabla 166. Protagonista del titular. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

El protagonista no humano es el que aparece con más frecuencia en los titulares (tabla 166), con 58%, lo que deja en evidencia que hay pocos rostros o historias humanas en esta parte de la información, considerada la puerta de entrada de la noticia. A lo anterior se suma que hay un protagonismo evidente de funcionarios de la administración local, del Distrito y de otros entes del Gobierno, que llegan a tener un 35% de aparición, frente a un disminuido 7% de la variable ciudadanos.

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las Noticias	Las Noticias	Total	Porcentaje
	V.A.	%	V.A.	%.	V.A.	%	V.A.	
Protagonista no humano	6	12	9	40	5	50	20	23

Otros estamentos del Gobierno	0	0	3	13	0	0	3	3
Funcionario de la Alcaldía	12	21	1	4	1	10	14	16
Distrito	0	0	0	0	3	30	3	3
Ciudadanos	5	8	4	17	1	10	10	11
Alcalde	6	10	5	22	0	0	11	12
Secretarios	28	49	1	4	0	0	29	32
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 167. Protagonista de la nota. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

Los secretarios del Gabinete son los que con más frecuencia aparecen como protagonistas del cuerpo de la información (tabla 167). Sin embargo, si se revisa los otros protagonistas, se encuentra en el 63% de las ocasiones el protagonista es un funcionario de la administración local, ya sea Alcalde, Secretario, Otro funcionario o en el mismo Distrito. Hay un porcentaje visible de lo No humano (23%), frente a una presencia muy baja de ciudadanos (11%).

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las Noticias	Las Noticias	Total	Total
	V/A	%	V/A	%	V/A	%	V/A	Porcentaje
SÍ	57	100	15	65	6	60	78	87
NO	0	0	8	35	4	40	12	13
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 168. Tiene fuente. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

Aunque el 87% de las notas analizadas tiene, por lo menos, una fuente, existen un 13% que no tiene fuente, situación que refleja que los periodistas todavía están produciendo información con ausencia de fuentes, lo que quiebra uno de los aspectos fundamentales de la noticia (tabla 168).

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las	Las Noticias	Total	Total
	V.A.	%	V.A.	%	Noticias	%	V.A.	%
Otros estamentos del Gobierno	4	7	0	0	1	10	5	5
Funcionario de la Alcaldía	14	24	5	22	1	10	20	23
Distrito	0	0	0	0	0	0	0	0

Ciudadanos	4	7	4	18	3	30	11	12
Alcalde	7	12	4	18	0	0	11	12
Secretarios	28	50	2	7	1	10	31	35
Sin fuente	0	0	8	35	4	40	12	13
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 169. Fuente 1. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

Todavía se construyen informaciones sin fuente, así lo evidencia la tabla anterior, que aunque refleja un porcentaje de 13% en lo que respecta a informaciones sin fuente, devela que el periodista se queda con lo que entregan los comunicados de las alcaldías sin hacer mayor reporterismo o consulta sobre el tema (tabla 169). También se evidencia que los secretarios del Gabinete son los más consultados como primera fuente y que en un 70% la primera fuente es siempre un funcionario de la administración local.

Variable	CV Noticias	CV Noticias	Televista	Televista	Las	Las Noticias	Total	Total
	V.A.	%	V.A.	%	Noticias	%	V.A.	%
Otros estamentos del Gobierno	4	7	0	0	0	0	4	4
Funcionario de la Alcaldía	14	24	3	13	1	10	18	20
Distrito	0	0	4	17	0	0	4	4

Ciudadanos	4	7	2	9	0	0	6	7
Alcalde	7	12	0	0	0	0	7	8
Secretarios	28	50	0	0	0	0	28	31
Sin fuente 2	0	0	14	61	9	90	23	26
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 170. Fuente 2. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

En lo que respecta a la fuente 2 (tabla 170), se encontró que 26% de las notas analizadas no tenían segunda fuente, lo que refleja una ausencia de contraste en la información que se difunde a la ciudadanía. A lo anterior se suma que los funcionarios de la administración local siguen apareciendo como la segunda fuente consultada en el 59% de las ocasiones, lo que devela que en las informaciones tienen un carácter oficialista, más si se revisa el bajo porcentaje de ciudadanos, 7%, que fueron consultados.

Variable	CV Noticias V.A.	CV Noticias	Televista	Televista	Las	Las	Total	Total
		%	V.A.	%	Noticias	Noticias		
Protagonista no humano	10	17	1	4	3	30	14	15
Otros estamentos del Gobierno	0	0	0	0	0	0	0	0
Funcionario de la Alcaldía	12	21	6	26	0	0	18	20
Distrito	0	0	0	0	0	0	0	0

Ciudadanos	6	11	11	48	7	70	24	27
Alcalde	6	11	4	18	0	0	10	11
Secretarios	23	40	1	4	0	0	24	27
Total	57	100	23	100	10	100	90	100

Tabla 171. Protagonistas imágenes de la nota. Comparativa noticieros (fuente: elaboración propia, 2019)

Para el caso de los Protagonistas de las imágenes de la nota (tabla 171), los funcionarios de la administración local son los que más aparecían en las imágenes de las notas, por cuanto si se suman las variables funcionario de la Alcaldía, Alcalde y Secretarios reporta que en el 58% de las veces apareció uno de estos, lo que refleja que se les da un espacio importante. Lo No humano aparece en el 20%, mientras que los ciudadanos aparecen en el 27% de las informaciones como protagonistas.

8.4.5. Análisis similitudes entre comunicados de prensa e informaciones de noticieros

Luego del análisis de contenido que se hizo de comunicados de prensa de las tres alcaldías y de los tres noticieros del canal regional Telecaribe, se logró encontrar que en algunas ocasiones los telediarios hacen réplica exacta o casi exacta de los comunicados de prensa que emiten las administraciones locales. En este apartado están detalladas las informaciones que provenían de algún comunicado o boletín de prensa, y las similitudes que se encontraron si se compara con los comunicados o boletines de prensa emitidos por las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena durante los periodos analizados.

La relación de comunicados que fueron publicados de manera idéntica o semejante por los periodistas en los noticieros analizados (tabla 172), contienen las similitudes en cuento a título, fuentes, texto e imagen, que surgieron de la comparación entre las notas publicadas en los noticieros y los comunicados analizados. Las letras D (distinto), S (semejante) e I (idéntico) indican el grado de similitud que se da entre ambas informaciones.

Fecha de publicación	Titular	Similitud título			Similitud fuentes			Similitud imagen			Similitud texto			
		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I	
8/08/2018	La alcaldía de Barranquilla lanza el jueves de museo una iniciativa con la que se pretende mantener la sostenibilidad del renovado Museo del Caribe desde mañana y cada jueves Era semana Los visitantes recinto cultural tendrán acceso de manera gratuita son 35200 boletas disponibles a los interesados. IN presentador	x						x	x			x		

9/08/2018	Como un triunfo consideró el abogado Antonio Bohórquez, la decisión del Consejo de Estado de tumbar la valorización del año 2012 en Barranquilla, lo que obliga al Distrito al reintegro de los dineros pagados por los contribuyentes. Sin embargo, el secretario jurídico del distrito, Jorge Padilla, se mostró tranquilo sobre la legalidad del cobro del impuesto en la ciudad. IN	x			x			x		x		
9/08/2018	Hoy fue puesto al servicio de la comunidad del nuevo parque Cartagena, ubicado en el sector de Boston en Barranquilla- La Agencia Distrital de Infraestructura anuncia el inicio de obras de un nuevo parque en el barrio rebolo. IN	x			x		x			x		
13/08/2018	El barrio La Chinita de Barranquilla estrena nuevo parque de 24.000 metros cuadrados de espacio público que lleva por nombre Ernesto McCauslan en homenaje a reconocido periodista. IN				x		x			x		
15/08/2018	En Pendale se siembran los árboles que van a mejorar el medio ambiente en Barranquilla. Hoy estuvimos en esa población.	x			x			x		x		

15/08/2018	Escenarios deportivos de los Juegos Centroamericanos y del Caribe, el día después.			x	x			x			x		
8/02/2018	La Alcaldía de Barranquilla inició la entrega de más de 24 mil uniformes para los beneficiarios del programa de Primera Infancia del Distrito, que pertenece a la modalidad institucional en los centros de desarrollo infantil. Por otro lado, 60 habitantes de la calle continúan su preparación para participar en la gran parada "Carlos Franco". (IN Presentador)	x					x	x					x
15/02/2018	Remueven vehículos chatarra de las calles de Cartagena	x			x			x			x		
14/02/2018	Fuertes vientos se incrementarán en el Atlántico en las próximas 72 horas, IDEAM emite alerta roja y autoridades marítimas restringen navegabilidad a embarcaciones pequeñas.		x		x			x			x		
Total similitudes		8	1	2	4	0	7	10	1	0	5	6	0

Tabla 172. Similitudes notas CV Noticias-comunicados de prensa de las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena (fuente: elaboración propia, 2019)

De las notas analizadas en este noticiero, 11 procedían de algún comunicado o boletín de prensa de la Alcaldía de Barranquilla, de esas 6 eran informaciones semejantes en lo que respecta al cuerpo de la nota, mientras que 7 tenían fuentes idénticas a las de las

comunicaciones emitidas por la Alcaldía, por lo que se puede inferir que el periodista que construyó las notas tomó algunas partes de la comunicación oficial.

Fecha de publicación	Titular	Similitud título			Similitud fuentes			Similitud imagen			Similitud texto			
		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I	
1/02/2018	Operativos en el aeropuerto y terminal de transporte de Soledad. Le espera más de 83mil turistas para la temporada de carnaval		x			x		x					x	
2/02/2018	Alerta amarilla en Barranquilla y el Atlántico por el Carnaval, más de 70 ambulancias y 100 profesionales de la salud listos en los recorridos		x			x		x					x	
7/02/2018	Ex habitantes de la calle armaron su propia comparsa	x				x			x			x		
6/02/2018	Los colegios oficiales de Cartagena por fin iniciaron clases pero, esta vez sin vigilantes oficiales que cuiden de la integridad de los menores y de la comunidad académica. Los vigilantes no cuentan con armas. (In presentadora)	x			x			x			x			

8/02/2018	Interpol emite circular azul contra dos miembros del clan Quiroz de Cartagena por el caso de edificio Blaz de Lezo		x			x			x				
13/02/2018	Autoridades nacionales investigan construcciones sin permiso (banner)		x				x					x	
6/08/2018	Desde hoy comienza a funcionar el taxímetro en Santa Marta	x			x			x			x		
9/08/2018	La Policía de Santa Marta recibió equipos de automotor y comunicaciones en aras de atacar la delincuencia y bandas criminales		x				x		x			x	
13/08/2018	En Cartagena, gremios y diligencia apoyan macroproyectos para que la ciudad salga adelante	x					x		x			x	
Total similitudes		4	5	0	2	4	3	5	3	1	3	6	0

Tabla 173. Similitudes notas de Televista-comunicados de prensa de las alcaldías analizadas (fuente: elaboración propia, 2019)

De las notas analizadas en este noticiero, se encontró que 9 procedían de algún comunicado o boletín de prensa. De ese total, 6 eran semejantes en el cuerpo de la nota, 3 tenían fuentes idénticas, y 5 eran semejantes en lo relacionado con el título (tabla 173).

Fecha de publicación	Titular	Similitud título	Similitud fuentes	Similitud imagen	Similitud texto
----------------------	---------	------------------	-------------------	------------------	-----------------

		D	S	I	D	S	I	D	S	I	D	S	I
Comunicado 14/02/2018	Fuertes vientos se incrementarán en el Atlántico en las próximas 72 horas, Ideam emite alerta roja y autoridades marítimas restringen navegabilidad a embarcaciones pequeñas.		x				x	x			x		
	Emisión 9 comunicado 11 de agosto 9/08/2018	Consejo de Estado tumbó impuesto de valorización de 2012 en Barranquilla.	x				x	x			x		
Total similitudes		1	1	0	0	0	2	2	0	0	2	0	0

Tabla 174. Similitudes notas de Las Noticias-comunicados de prensa de las alcaldías analizadas (fuente: elaboración propia, 2019)

De las noticias analizadas en este noticiero, solo dos procedían de comunicados o boletines de prensa. De estas últimas, dos eran idénticas en lo que respecta a fuentes, mientras que una era idéntica en cuanto a título (tabla 174).

8.5. Entrevistas a periodistas medios privados

En total fueron entrevistadas 19 personas, entre reporteros y ex editores, que laboran o laboraron en los medios analizados. Los profesionales no se identificarán con nombres propios porque así se acordó con ellos antes de hacer las entrevistas, para evitar inconvenientes con sus empleadores o ex empleadores. Aunque en un principio se pretendía hacer entrevistas a dos periodistas o ex periodistas de medios analizados, al final no fue posible porque en algunos casos no se pudo concretar con ellos las entrevistas. Sin embargo, la muestra de los 19 periodistas que se entrevistaron permite llegar a conclusiones que son certeras sobre cómo es el proceso de producción de información que se difunde en los medios privados sobre las administraciones locales. El orden de las entrevistas obedece al orden en que fueron realizadas.

A continuación, se entrega un resumen y análisis de las respuestas que entregó cada periodista entrevistado sobre las líneas temáticas sobre las que se conversó en la entrevista:

I. Ex editor

Lleva más de 10 años ejerciendo el periodismo. Ha trabajado en varios medios tanto locales como nacionales.

Número de periodistas en la sección de Locales

“En algunos momentos esa sección tuvo 6 periodistas y, por supuesto, tenía su editor, porque era el equipo más grande, sin embargo, eso era cambiante porque la gente se cansaba ya que el ritmo era fuerte y la paga no era buena. Sin embargo, siempre se llegaba a ese número de personas”.

Las plantas de personal, específicamente los equipos periodísticos de los medios, cuentan - por lo regular- con periodistas encargados de temáticas en concreto, porque así está el organigrama dispuesto, sin embargo, lo que devela el entrevistado habla del exceso de trabajo con que deben lidiar los periodistas en los medios locales, situación que termina por aburrir a muchos, y que afecta que los grupos de trabajo sean sólidos, porque siempre se están generando movimientos.

“Eran dos los periodistas encargados de cubrir o estar pendiente de la información que se producía desde la Alcaldía. Eso cambiaba cuando los periodistas descansaban o cuando algún periodista que cubría esa fuente estaba encargado del algún otro tema, entonces se buscaba quien hiciera el remplazo”.

La respuesta revela que, en algunos medios, los periodistas encargados de cubrir la información de la Alcaldía son siempre los mismos, en algunos casos estos periodistas tienen varios años cubriendo esta fuente.

¿Cómo se produce la información local?

“La rutina diaria empezaba escuchando radio muy temprano en la mañana y revisando lo que había salido publicado en los periódicos ese día. Se hacía un consejo de redacción en el que participaban editores de cada área y periodistas de algunos equipos. En el caso de la sección de Locales debían presentar unas cinco propuestas de temas sobre algo que se estuviese hablando durante el día. En este proceso, evidentemente, también participaba el Editor y el Director del medio de comunicación que también llegaban con sus propuestas al Consejo de redacción que se hacía a diario”.

El entrevistado afirma que escuchar noticias en radio sirve de base para que los periodistas armen su agenda temática. Y se siguen haciendo consejos de redacción donde los editores y periodistas discuten sus propuestas y definen los posibles temas que se publicarán.

“Muchas veces había un cambio en el desarrollo porque supuestamente entraban informaciones a mitad del día de último minuto, por ejemplo, que un periodista decía que del Distrito anunciaron determinado tema. Esto lo iba a sacar todo el mundo entonces eso era como imperativo para nosotros, vivíamos en permanente atención a lo que otros medios pudieran sacar porque no podíamos dejar de tener información que le interesara a los barranquilleros y que otros medios reseñaran. Nosotros teníamos que tratar de meterlo todo, entonces la planificación de temas propios era muy susceptible a ser alterada durante el día con ese tipo de información. También surgían cambios porque algún periodista hablaba directamente con la fuente que le enviaba una información, que también la iba a publicar la competencia”

La respuesta devela que la agenda temática que se define en los consejos de redacción no siempre queda intacta, porque hay temas que pueden surgir en el desarrollo del día que terminan por afectar la propuesta inicial, y también por la información que puede proporcionar la misma fuente.

¿Qué o quién determinaba el espacio que se le daba a la información procedente de la administración local?

“Por lo general la primera determinación la hacía el editor de la sección, era quien definía un modelo, pero sí había una intervención fuerte del director del medio, tanto que cambiaba la configuración de la página a última hora cuando ya todo estaba listo. Pasaba que algunas

veces el editor general decidía darle un espacio grande a determinada información y el director del medio pedía que lo insertaran más reducido”.

Como en este caso, la labor del director del medio es determinante al momento de decidir qué se publica y qué espacio se le da a la información, tanto que el oficio que cumple el editor -aunque importante- pasa a un segundo plano.

“Por ejemplo, el director de ese medio decía para justificar el espacio que le daba a determinada información frases como: “a los ciudadanos les interesa ver al alcalde porque este es un medio de la ciudad, la gente quiere ver a su mandatario abriendo una calle o inaugurando alguna obra. Le gustaba insertar mucho lo que decía la alcaldía y sus argumentos eran el alcalde es un tipo muy popular por qué le vamos a hacer el juego a los que quieren joderlo”.

Las razones que da el director del medio para justificar el espacio están relacionadas con lo que considera le interesará a la ciudadanía. La respuesta revela los mecanismos de ocultación de la oposición, con argumentos simplistas pero que explican una concepción de la política como enfrentamiento y que el medio y el periodista se han de situar a favor de quienes tienen el poder.

“Los dueños me llamaban a decirme: “mira es que saldrá esto, es importante, para que nos ayudes”. Ellos manejaban ese lenguaje, el meollo es que el que te lo está diciendo es la persona que te paga, pero nunca lo hicieron exigiendo, más bien recomendando y al final quedaba a tu criterio”.

Como se describe en la respuesta anterior, en algunas ocasiones los dueños de los medios tienen impacto sobre la información que se publica, porque aunque no lo hagan de manera

directa con solo la sugerencia están ordenando al periodista la publicación de determinada información.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Hay algunos temas en los que creo hubo una especie de autocensura porque ya sabes cómo es la configuración del espacio donde estás, cuáles son las exigencias, y hay algunos temas que yo quería hacer y que llegué a discutir pero que nunca me empeñé en hacerlo porque ya sabía que, al final, será problemático”.

El ex editor habla de autocensura, concretamente, cuando menciona que evitaba trabajar en informaciones que sabía que no se publicarían, entonces prefería no invertir tiempo en ellos.

“Teníamos la sensación que muchos temas de investigación que hacíamos en Barranquilla terminaban sosteniéndose sobre percepciones, pero eso nos los hacía ver el director del medio. Era, a mi parecer, un rigor que cohibía. Hay una frase que dice “que lo perfecto no te prive de lo bueno”, pero nosotros éramos lo contrario, puesto que no podía ser algo bueno, sino que debía ser perfecto para que fuera publicado”.

La respuesta revela que los temas no se dejan de publicar, únicamente, producto de la autocensura, sino que en algunas salas de redacción los directivos de los medios terminan siendo obstáculo para que se difundan las informaciones, bajo el argumento del rigor, que termina por hacer creer a los periodistas que debían esforzarse más para que se publicara la información y debían conseguir más pruebas y datos.

“Nosotros nos acercamos a la Contraloría, a la Procuraduría, y quien trata de buscar información relacionada con la Alcaldía tiene dificultades para ello. Entonces te encuentras con respuestas como “la información que busca es relevante, puede encontrarla en tal despacho de la Alcaldía”, y cuando te acercabas al despacho señalado nadie te daba nada

y si te respondían lo hacían con evasivas. Al final, eran condiciones muy difíciles para conseguir hechos que pudieran demostrar algo que fuera irrefutable al momento de presentarlo al director del medio”.

La persona entrevistada asegura que en la época en que estuvo en el medio sentía que había un problema en el acceso a la información pública que manejan los entes de control, por lo que obtener los datos e informaciones que les exigían era finalmente imposible.

¿Recibiste llamadas de funcionarios de la administración local?

“Sí, había dos tipos de llamadas: unas que eran para promover la publicación de un tema y otras eran para tratar de explicar mejor algo que se había publicado o para que colocara una visión alterna sobre determinada temática”.

El periodista asegura que algunos funcionarios llaman a los periodistas que publican información sobre la administración local para sugerir temas, que consideran importante. También lo hacen para tratar de dar una visión distinta sobre algún tema que se ha publicado y que consideran que afecta a la Alcaldía, por tanto intervienen tanto antes como después de las publicaciones.

¿Por qué hay réplicas idénticas de los comunicados en los medios?

“Muchas veces eso obedece a flojera y un poco de facilismo de los periodistas, y hay unas oficinas de prensa organizadas para producir contenidos y suplir una necesidad a periodistas que deben cubrir un espacio y a veces no cuenta con contenido para ello. Y aunque el periodista tiene que contextualizar a sus lectores, eso no se cumplía, en algunas ocasiones, sino que el periodista se quedaba con la versión que recibía. La planta de personal cada día se reducía y eso afectaba la producción del contenido. Los jefes de

redacción, por lo regular, se concentran más en la información principal, que, en esas notas cortas y secundarias, por temas de tiempo”.

Este ex editor considera que las réplicas de los comunicados, en su mayoría, obedecían a una actitud facilista de los periodistas y también porque hay una necesidad de producir contenido que el periodista no logra ejecutar. El periodista habla de poco personal, lo que afectaba la producción del contenido, ya que no había un número de periodistas que pudieran construir información de calidad y porque los editores o jefes de redacción se concentran en los elementos más importantes.

“Creo que algunos periodistas aprovechaban las dinámicas que se daban, y metían esas informaciones, que en algunas ocasiones se publicaban así producto del intercambio de favores por algún tipo de vínculo personal que existía con alguien en la administración local”.

Lo que dice el periodista permite inferir que las réplicas no solo se dan producto de las metas de producción diaria, sino que también se podrían generar debido a posibles vínculos entre algunos periodistas y miembros de la administración local.

II. Jefe de redacción

Periodista con más de 10 años de experiencia en medios tanto locales como nacionales, en los que ha ocupado cargos que van desde ser periodista hasta Jefe de redacción.

Número de periodistas en la sección de Locales

“En total son seis periodistas que cubren económicas, gobernación, alcaldía, judiciales, deportes y farándula, pero una sola que cubre Distrito o alcaldía. Si la periodista de la

alcaldía tiene 6 notas, y la de gobernación nada más tiene dos, entonces lo que hace el director es que, para no sobrecargar a la de distrito, de pronto, le pone otro tema de distrito a la chica que cubre Gobernación, como para equilibrar las cargas”.

La respuesta de este jefe de redacción devela que el número de periodistas varía, según el medio, sin embargo, es normal encontrar periodistas por fuentes, es decir, como en el caso anterior, un periodista que cubre alcaldía o Distrito. Esos periodistas se mantienen en una fuente, solo cambian en casos eventuales.

¿Cómo se produce la información local?

“El director del noticiero te asigna los temas que tú vas a desarrollar en el día, no obstante, uno como periodista, que está en la calle, que recibe comunicados, también tiene la autonomía de decidir qué quiere desarrollar”.

La respuesta anterior revela que el director del medio es la persona que, al final, decide lo que se publicará y con qué enfoque, tal como lo evidencia la respuesta anterior hay un listado de temas que propone el director y que se terminan por ejecutar. Sin embargo, el periodista dice tener la autonomía de decidir sobre lo que publicará.

“Uno, obviamente, cumple con la lista de temas que designa el Director, pero, como en el desarrollo del día, te aparecen otros temas, entonces tú también tienes la autonomía de hacer tus propuestas”.

La persona entrevistada no habla de consejo de redacción, en el que los periodistas y el director del medio discutan los temas, tal como sucede en otros medios, simplemente hay una designación de tareas del superior y una ejecución de los subalternos. Aunque la respuesta también indica que habría propuestas del periodista.

¿Has recibido llamadas de funcionarios de la administración local?

“A veces, te hacen comentarios ahí, como entre chanzas, y sí, en medio de la broma te tiran sus puyas, pero somos un trabajo independiente. Eso es válido, porque uno no se las sabes todas, ellos estando al interior de la administración, quieren destacar, al contrario, para nosotros es bueno porque apoyan nuestro trabajo”.

Tal como lo menciona el periodista, sí ha recibido llamadas de los funcionarios porque no les gustó alguna publicación, y también para sugerencia de temas, situación que este profesional la ve como válida, pues considera que los funcionarios conocen la forma cómo opera la administración y pueden convertirse en apoyo para la labor periodística.

“Lo que pasa es que hoy en día, de pronto, la administración no está tan dada a la prensa, más bien recurren a sus medios como redes sociales y para dar la información, emiten comunicados, entonces, ya no hay ese encuentro del alcalde con los medios, como sucedía antes, entonces, por ejemplo, el alcalde inauguró un parque, lo va a hacer hoy en la tarde, no tenemos una invitación como ocurría antes, pero, a veces, uno se entera, y uno llega al lugar, pero no es que ya estén invitando mucho”.

Lo comentado por este periodista revela que los medios de la administración local han sustituido el papel que cumplían los medios privados locales, que ha pasado a un segundo plano. Sin embargo, los comunicados de prensa siguen siendo el canal que tienen las administraciones para informar a los periodistas. Además, habla sobre falta de encuentro que se generaba antes entre alcalde y medios.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Nosotros como reporteros nunca hemos sentido esa presión de no emitir algún hecho que esté en contra de la administración. Uno presenta el trabajo, hace la propuesta, y el director evalúa si es factible o no”.

Este jefe de redacción considera que no existe autocensura o censura frente a algún tema, sin embargo, habla de la autorización para publicar, que está dada porque el Director lo considere factible. Entonces, el rol que juega el Director sigue primando.

“Como periodista, tú no, simplemente, puedes presentar un tema por presentarlo, la idea es que, si va a hacer un informe, que sea con pruebas, que tenga las diferentes fuentes, o las partes afectadas, si, en este caso es un funcionario de la alcaldía, entonces también debe estar la persona de la comunidad que lo está señalando, la idea es que sea un informe completo, y tú vas y lo presentas ante el director y, pues, él evalúa; generalmente, cuando es un informe que es muy basado en hechos reales, pues, el director no puede decir que no, o sea, sí se emite”.

A diferencia del entrevistado anterior, en este caso, este jefe de redacción considera que es simplemente presentar el trabajo completo, es decir, con todas las fuentes, lo que incluye a la comunidad, y al final el periodista aspira que tenga el aval del que dirige el espacio informativo.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios?

“Si es una noticia positiva, tú no la encuentras contraste. A veces, porque la nota tiene que ser muy corta, entonces, no incluye el testimonio de la comunidad”.

Para el entrevistado, una información que hable de un asunto positivo que tenga relación con la Alcaldía no tendrá necesidad de buscarle un contraste y, por ello, quienes aparecen en las

notas son los funcionarios. Sin embargo, las razones también serían porque el espacio para la nota para la publicación es corto, entonces prevalece lo que dice el Distrito o el funcionario que lo que pueda decir la comunidad, por lo tanto, la información que le llega a la comunidad es producida por un periodista que considera más importante que hable la voz oficial o gubernamental, por encima de lo que piense o diga la comunidad.

III. Periodista

Periodista con más de 20 años de experiencia en medios locales del Caribe colombiano.

Número de periodistas que manejan la información local

“En Locales hay dos periodistas, yo soy uno de ellos. Yo manejo el tema local, acá se habla de distrito, es la información que se genera más que todo en las entidades oficiales, en este caso, la alcaldía. Me compete lo que sale del despacho del alcalde y de algunas secretarías”.

Es normal ver a un periodista manejando la fuente de la Alcaldía, en algunos casos son hasta dos, tal como lo indica la respuesta del entrevistado. En algunos medios, la información local está muy relacionada con el Distrito o la Alcaldía más que con temas que respondan a problemas de ciudad o de la comunidad, por tanto estos pasan a segundo plano, luego es más importante lo que pueda decir el alcalde o los funcionarios, que lo que puedan manifestar los ciudadanos.

¿Cómo se produce la información local?

“Nosotros proponemos temas, pero, a veces, el Director le manda unos temas al Jefe de redacción para que los desarrollemos. A nosotros nos asignan fuentes, y uno se debe a un

jefe de redacción primero, y dentro del grupo también un coordinador y el director es quien da el visto bueno final”.

El periodista asegura que los periodistas proponen temas, pero hay dos filtros más que son el coordinador y el Director del medio, quienes deben validar sus propuestas. En este caso, es el Director la persona que avala la agenda que debe desarrollar el periodista, por tanto, lo que se difunde es resultado de las propuestas que surgen de ambos lados.

“A veces por comunicados, o, a veces, porque uno se entera, porque uno permanentemente va a la Alcaldía y habla con los funcionarios. Uno tiene que analizar si ese tema que me están diciendo es de interés, porque no le puedo llevar al director un tema que no sea de interés, porque, ¿para qué?”.

Como en los otros periodistas consultados, este periodista asegura que la información que sale de la Alcaldía llega a manos del periodista a través de boletines o comunicados de prensa o porque el periodista tiene directa comunicación con la fuente. Y aunque, en este caso, el periodista manifiesta que hay una sugerencia de temas de los funcionarios, hace un filtro de lo que llega a sus manos para proponer al director, que termina por decidir qué se publicará.

¿Cómo es la relación con la fuente (administración local)?

“A veces se maneja de tipo personal porque, como es natural, a veces no todos los temas, los funcionarios quieren dejarlos salir, pero uno se entera, hablando con los mismos funcionarios. En mi caso no he tenido problemas, porque me gusta tratar los temas con mucho respeto, yo digo que las investigaciones a fondo son de los detectives”.

Este periodista habla de una relación personal con los funcionarios, sumado a esto afirma que las grandes investigaciones deben quedar para los detectives, de esa forma la relación fluye

y no se presentan inconvenientes, es decir, no hay cuestionamiento de la gestión de la administración local, más bien hay respeto por el poder.

“Por ejemplo, si la alcaldía hizo una obra, y la obra está inconclusa, yo digo que está inconclusa, pregunto por qué está inconclusa, no tengo que decir que se están robando la plata, porque a mí no me consta. A veces, le reclaman a uno, pero yo siempre grabo todo lo que me dicen y les digo: “me lo dijo esta persona y aquí está””.

Sin embargo, esa relación de la que habla el entrevistado no lo exime de los reclamos de los funcionarios, y para mantener esa buena relación, la fuente que, por principios periodísticos, debe ocultársele la identidad queda al descubierto porque – en este caso- el periodista prefiere dejar en evidencia a la persona para responder al funcionario.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios?, ¿Por qué aparecen comunicados o boletines de prensa replicados en los medios?

“No sé, eso no me compete. Eso depende del editor, el coordinador, el director, pero ahí si no me meto, en ese tema de los boletines. Eso no lo domino”.

Aunque este profesional reiteró durante su conversación que era el encargado de cubrir la información local, cuando se le mostró un grupo de notas que difundió el medio para el que trabaja y que, en algunos casos, fueron idénticas a los comunicados enviados por la administración local, respondió con evasivas y terminó por responsabilizar a sus superiores.

“A diario, tienen que hacerse cuatro informaciones. A veces se hacen hasta 6, porque tienes el espacio y debes cubrirlo”.

Sin embargo, el periodista termina por admitir que la carga de trabajo es mucha, lo que se vuelve algo insostenible, lo que afecta la calidad del contenido que se publica a diario y que reciben los ciudadanos.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Nunca me han dicho que no publique algo, lo que sí ha pasado es que no lo publican. Puede suceder es que no lo publiquen o a veces se les pasa, o a veces hay mucho material, así ha pasado que no te dicen, simplemente queda colgado el tema”.

En este caso, el periodista no habla de censura directa del medio o de sus superiores, pero habla de informaciones que han quedado sin publicar o fuera de la edición.

IV. Periodista

Periodista con cuatro años de experiencia en medios locales.

Número de periodista que manejan la sección Locales

“Hay un periodista que maneja la información relacionada con la Alcaldía. Eso depende de la situación, porque puede que haya una persona que cubra los temas económicos que también construye informaciones de otras secciones porque la situación así lo obligó, o puede que haya un evento de la Alcaldía que tenga corte económico y el periodista de la fuente termina cubriendo ese evento”.

En este caso, también es un solo periodista el que maneja la información que produce la alcaldía. Lo anterior indica que no hay rotación de fuentes, pero que esos cambios se producen en situaciones eventuales. Entonces aunque hay periodistas casados con fuentes

porque fueron designados para cubrirla, también puede ocurrir que el periodista termine cubriendo temas que no sean los que, regularmente, cubre.

¿Cómo se produce la información local?

“Los comunicados son de mucha ayuda, pero a la vez leo periódicos para ver cómo han abordado el tema que debo desarrollar”.

Este periodista asegura que se apoya en los comunicados de prensa que el área de comunicaciones y/o prensa de la Alcaldía, así como también en lo que difunden otros medios, como son los periódicos, lo que deja en un segundo plano la propuesta de temas propios.

“Si me llegó un comunicado, llamo y trato de hablar con el funcionario directamente implicado. Yo creo que nos quedamos muchas veces con las informaciones que provienen de comunicados porque nos acostumbraron a eso, y también por temas de tiempo, porque como tenemos que hacer cuatro notas, por ejemplo, entonces es que el tiempo te dé, porque contamos con unas 7 horas para ello, porque en la tarde tenemos que escribir, entonces es por el tiempo también que te limitas a cumplir lo que te dice el director, o de lo contrario, lo que tú viste en prensa, que no te sugirió, pero que tú sabes que eso no lo puedes dejar por fuera. En promedio se hacen de tres a cinco notas diarias. También hay dificultades con el tema de transporte, porque muchas veces los carros que hay para reportear son insuficientes”.

Este periodista asegura que hay varias razones por las cuales los periodistas no tiene una agenda de temas propios, entre las que se puede mencionar: el factor tiempo y la meta diaria de cumplimiento, así como las designaciones del director del medio y las insuficientes condiciones laborales, lo que hace que los periodistas se apoyen mucho en los comunicados

y en las declaraciones de los funcionarios, sin que el periodista tenga real oportunidad de pensar y proponer temas que favorezcan a la ciudadanía.

¿Qué o quién determinaba el espacio que se le daba a la información procedente de la administración local?

“Nosotros no tenemos reunión, pero sí tenemos un listado de temas que nos envía el Director del medio y ahí está especificado lo que hará cada periodista, sin embargo, hay temas que surgen en el transcurso del día y que lo haces, porque sabes que debe salir. Eso pasa acá en Barranquilla, de otras ciudades (del Caribe colombiano) hay más propuesta de temas de los periodistas”.

En este caso, la respuesta habla de un director que planifica toda la parrilla informativa sin acordar con el periodista, entonces el profesional termina por hacer lo que el Director le designa. En esta situación, es evidente que el periodista tiene poco que pensar, lo que tiene que hacer es ejecutar lo que ha ordenado su superior. En lo que respecta a Barranquilla, los temas son más designados por el director del medio, algo que no ocurre con los periodistas que cumplen el rol de corresponsales, según lo respuesta anterior.

¿Cómo es la relación con la fuente (administración local)?

“Es complicado cuadrar entrevistas con estas personas, a veces no se encuentran o hay temas en los que están limitados de hablar. Hay temas que, de pronto, prefiere hablar más el alcalde que algún funcionario, o, un funcionario, puede decir, solamente, un comentario”.

Este entrevistado consideran complicada la fuente de administración local por la disponibilidad de tiempo que tienen los funcionarios para atender a los periodistas. También pasa que algunos funcionarios no quieren hacer declaraciones sobre ciertos temas, sino que esa responsabilidad queda solo para el mandatario local.

“Creo que el Alcalde recibe con más rapidez a ciertos medios como CV Noticias, donde hay una sección de entrevistas en la que él ha participado. Es difícil el acceso al alcalde, porque se ve en muy pocos eventos, o hace más presencia cuando inaugura obras, y en la ciudad ha habido eventos muy importantes, que han escogido a Barranquilla por sede, y el alcalde no asiste, entonces hay temas importantes que tratar y no es posible hablar con él. Entonces surgen los cuestionamientos de por qué hablar en ciertos medios”

Para este periodista existen medios preferidos por el alcalde, lo que reafirma uno de los entrevistados anteriores, que también habla que se ha perdido ese contacto con el mandatario local, que antes sí se daba. Este periodista habla de ausencia del alcalde en algunos eventos importantes, lo que lleva a que no haya respuestas para los medios frente a temas coyunturales.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Siento que no hay autocensura ni censura frente a temas. Pero, me pasó con el aumento del impuesto predial que había desigualdad en el incremento del impuesto predial, porque hay barrios en los que se están adelantando obras, en otros no, y en esos que no se estaba ejecutando nada el incremento había sido muy alto. Entonces para el tema de mis fuentes, debía hablar con uno de los gremios, los llamé varias veces, pero no obtenía respuesta, entonces al final me dijeron que tenían que estudiar bien cómo la Alcaldía había determinado esos aumentos, porque no podían tirarse de enemigos a la administración. Me dijeron que tenían que hablar primero con la Alcaldía para saber cuáles iban a ser los lineamientos”

En este caso el periodista entrevistado considera que no se produce ni censura ni autocensura, sin embargo, pero sí habla que hay fallas en el tema de transparencia, por cuanto una de las

situaciones que ha padecido es que algunas fuentes se abstienen de declarar cuando se trata de hablar sobre temas de la administración local.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios?, ¿Por qué aparecen comunicados o boletines de prensa replicados en los medios?

“Eso tiene varias razones, quizá porque hay mucho espacio que hay que llenar y no hay tiempo para ello”.

Tanto para este entrevistado como para algunos otros que aparecen en este apartado de la investigación, una de las razones por las cuales las notas de los medios se parecen a los comunicados es por la carga de producción diaria con la que debe cumplir el periodista.

“Yo pienso que hay medios que cuidan mucho las relaciones; entonces uno encuentra que un medio publica la información con distintas voces, lo que incluye la comunidad, mientras que otro solo construye la información con la voz oficial”

La respuesta del reportero refleja que algunos medios hacen uso de las voces oficiales, porque quieren mantener buenas relaciones con los funcionarios de la administración local, mientras que otros sí incluyen a distintas voces.

“Tengo un compañero que contó que un funcionario ya no le quiso volver a hablar sobre un tema porque estaba cansado de que el periodista le consultara todos los días sobre lo mismo, todo producto de la solicitud que hacía el director del medio. Entonces siento que ahí también hay un tema personal”.

En algunos casos como en este que menciona el consultado, los directores de los medios se casan u obsesionan con temas, tanto así que terminan por aburrir al funcionario responsable,

que ya no quiere entregar declaraciones, porque está cansado que siempre le pregunten por lo mismo.

V. Ex Periodista

Profesional con más de 15 años de experiencia en los medios locales de la Región Caribe.

Número de periodistas en la sección de Locales

“A diferencia de otros medios de comunicación que tienen un equipo de trabajo y un coordinador, en mi caso yo era el coordinador, era el periodista de campo, es decir, era todo. Hasta era diagramador de la página donde publicaba las informaciones”.

Mientras que en algunos medios hay toda una sección, compuesta por varios periodistas, en el caso anterior, tal como lo evidencia la respuesta, solo existe un periodista que hace reportería y diseña la página, donde luego escribe.

¿Cómo se produce la información local?

“Yo organizaba las notas y hablaba con mi jefe sobre la información que iba a publicar como, por ejemplo, el alcalde entregará un parque o hay una rueda de prensa de la Secretaria de Salud, entonces de ahí también salía información y otras me llegaban al correo, a través de comunicados o boletines de prensa. Entonces yo analizaba y miraba qué boletines me servían y le daba vuelta. Los boletines vienen con buena redacción, entonces eso es muy favorable para el que los está emitiendo”

En algunos casos donde hay único periodista es el que cubre la fuente, tiene todo el poder de decisión y de publicación, tal como lo asegura este profesional entrevistado, que se refiere a

los boletines o comunicados de prensa como materia prima para la construcción de información y elementos de ayuda para su alta meta de producción diaria.

“A veces armaba hasta 10 notas al día. Eso es cambiante. Por ejemplo, yo iba a algún evento porque el alcalde iba a entregar una estación de bomberos, entonces en ese lugar me encontraba con la persona de bomberos, con concejales, con otros funcionarios, y aprovechaba para sacar otras noticias. También guardaba información que recopilaba, porque era bastante, entonces eso me servía para los días siguientes”.

En este caso, la carga de trabajo o producción diaria es alta, porque se habla de construir hasta 10 noticias diarias, lo cual no solo obliga a que el periodista debe pensar en contenido que pueda guardar para próximos días.

¿Qué o quién determinaba el espacio que se le daba a la información procedente de la administración local?

“Cuando recibí la fuente de Distrito le dije al director del medio que me diera la libertad de publicar información y me fue permitido, siempre y cuando fuera veraz y tuviera las evidencias de lo que uno publicaba”.

La respuesta del periodista refleja que el manejo de la fuente de la administración local quedó en manos de lo que el periodista consideraba, porque así fue permitido por el superior.

“Cuando el director veía que publicaba mucho la imagen del alcalde entonces me llamaba a cuestionarme, lo otro es que la administración local ha sido muy mediática y eso genera mucha información que debes publicar porque en caso de que no lo hagas, la competencia lo hace y también te da para un regaño de tus superiores. Entonces hay que equilibrar este tema. El director del medio era muy desconfiado con todo, más cuando veía que estabas publicando fotos continuamente de un mismo funcionario. También pasa que algunas fuentes

se prestan para que los periodistas presionen a un funcionario o que el mismo funcionario te ofrezca dinero porque le publiques una información. Sin embargo, siento que esto es como prostituirse”.

El periodista afirma que el director del medio lo llamaba cuando consideraba que sus publicaciones favorecían a la administración local, también habla de ofrecimientos de los funcionarios a cambio de publicaciones, y lo ve mal porque lo califica como prostitución. Sin embargo, en este caso también había presión por publicar información procedente de los comunicados, porque había posibilidad de que otros medios lo publicaran.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Para nadie es un secreto que grandes empresas pautan en los medios del país y del mundo, entonces si hay una nota negativa sobre una empresa de servicio público y esa compañía pautaba allá, yo presentaba la nota y en el medio decidían si salía o no”.

Para este periodista, la pauta se convierte en impedimento para ejercer su trabajo de manera independiente, porque – aunque intenta hacer su trabajo lo más equilibrado posible- se encuentra con que las mismas empresas periodísticas evitan que salgan algunas publicaciones.

“La Alcaldía pautaba en el periódico, pero a mí nunca me dijeron cuando iba a sacar una nota negativa, por ejemplo que la ciudad está llena de huecos, que no podía publicarla”.

La pauta es clave para la manutención de los medios, y en esa pauta – por supuesto- ingresa la que proviene de las administraciones locales. Sin embargo, para este periodista consultado, la publicidad o pauta oficial no era impedimento para publicar lo que pasaba en la ciudad.

¿Recibes llamadas de funcionarios de la administración local?

“Una vez hice una nota y el funcionario de la oficina que manejaba el tema me llamó y me pidió que lo entrevistara porque lo que había sacado no correspondía a lo que ellos querían y me habló de que le diera la oportunidad de mostrar su posición, entonces en aras del buen ejercicio periodístico me acerqué a la oficina y me aclaró y mostró otras cosas diferentes”

La respuesta revela que en el periodista también recibió llamadas de algún funcionario de la administración, porque – tal como lo han mencionado otros entrevistados - quieren dar su versión sobre la información, más cuando se trata de denuncias ciudadanas que afectan la imagen de las oficinas que lideran. En algunas ocasiones las notas tienen ausencia de voces oficiales y eso desequilibra lo que se entrega a la ciudadanía.

“Yo le di muy duro a unos desalojos que se hicieron en un barrio y, tal parece, que hubo abuso de la fuerza pública, y a raíz de eso amenazaron a una funcionaria. Yo llegué al lugar de los hechos y miré que una funcionaria decía tumben esa casa y llegaba la máquina sin importarle y tumbaba. Entonces tomé el nombre de la funcionaria y lo publiqué, entonces la funcionaria me llamó y me dijo que esa noticia había causado una amenaza. Yo le dije a ella: “fue lo que ví, es más tengo la foto tuya”.

El periodista consultado también habla de los impactos que puede tener el ejercicio periodístico, por cuanto una publicación que cuestione la gestión de un funcionario puede llegar a afectar su seguridad.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios?, ¿Por qué encuentras comunicados replicados en los medios?

“Hay cosas que se te pasan y se van con tu firma. Uno no se puede adjudicar un texto que no es suyo sin embargo puede ocurrir que a uno se le pase por algún error en el proceso”.

La respuesta del periodista refleja que sabe que puede incurrir en la réplica de los comunicados, que -en algunas ocasiones- llevan su firma por sus propios errores, pero de manera involuntaria.

“Si a un solo periodista le toca producir unas 10 notas y no tienes un buen equipo de trabajo entonces no tienes el tiempo para hacer una investigación como quisieras hacerlo. Muchas de esas informaciones, como en el caso de los boletines de prensa, se usan para llenar espacio. Si estuviste toda la mañana haciendo un recorrido hasta las 2:30 de la tarde y a las 3 de la tarde aparece tu jefe a preguntarte qué información publicarás y a eso súmale que tienes que pensar en lo que publicarás el fin de semana. Entonces es muy difícil pensar en hacer grandes investigaciones cuando no están las condiciones”.

La respuesta revela que la meta de producción diaria hace que el periodista se apoye en los boletines o comunicados de prensa para llenar espacio, porque el tiempo que tiene no le sirve para hacer investigaciones como se quisiera.

VI. Periodista

Profesional con más de 10 años de experiencia en medios locales.

¿Cómo se produce la información local?

“El proceso es muy simple. Aquí no somos tan rigurosos a la hora de registrar la noticia que envían las entidades. Aquí se le da al periodista casi un libre albedrío para que tome o no esa información, obviamente hay informaciones muy puntuales que tienen que ver con el diario acontecer de la entidad”.

En este caso, el periodista tiene tanta libertad para publicar que puede tener un impacto negativo en la información, porque la persona entrevistada admite que hay poca rigurosidad frente a las informaciones que provienen de la administración local.

“Estamos hablando que la alcaldía distrital, que por lo general cuenta con buenas oficinas de prensa, que tienen casi siempre 6 a 7 periodistas incluyendo camarógrafos, fotógrafos, los redactores, el jefe de prensa, el secretario de prensa; y ellos generan toda clase de información, todo lo que hace el alcalde, o hace la administración los envían a través de boletines de prensa, algunos envían vídeos, otros hacen rueda de prensa, llaman a los periodistas, tienen su base de datos, obviamente y llaman a los periodistas, entonces todos los días llega una buena cantidad de información”.

El periodista considera que la alcaldía tiene una buena oficina de prensa que está emitiendo informaciones de todo tipo, a la vez que la percibe como información completa, porque aduce que tiene todos los elementos.

¿Qué o quién determinaba el espacio que se le daba a la información procedente de la administración local?

“Aquí hay libertad para que el periodista se mueva. Aquí no está esa figura del editor o el jefe de redacción muy marcada, sin embargo el director siempre es la cabeza visible que está dando directrices, por ejemplo, te dice: “leí esta noticia, pilas con tal entidad, entonces uno sabe a qué ponerle atención”.

La respuesta del reportero devela que es libre en su trabajo, porque en su medio no están las figuras de editor y jefe de redacción muy marcada, sin embargo siempre está la voz del director sugiriendo algunos temas.

“El periodista normalmente va a la alcaldía, mira lo que está pasando, si hay una rueda de prensa, si hay entrega de algo, en la mayoría de los casos va a los sitios donde el alcalde va a inaugurar cosas, en fin, un periodista debe tener una visión clara de lo que puede ser noticia importante para su medio, entonces pone la noticia que cree conveniente”.

Aunque el periodista entrevistado dice tener libertad en lo que publica, se evidencia en la respuesta que se ciñe a lo que dice la alcaldía o a los lugares a los que llega el alcalde y a partir de allí selecciona lo que publica.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios?, ¿Por qué encuentras comunicados replicados en los medios?

“Aquí hay muchos jóvenes e inexpertos, que no tienen suficiente experiencia para manejar algunas fuentes. Se puede presentar que en algunos casos los comunicados de prensa los copian textuales en la mayoría de los casos, en otras ocasiones los reforman o como se conoce entre nosotros les dan la vuelta, pero el fondo es el mismo, solo se le cambia la forma, pero algunas veces se puede ir un comunicado de prensa textual”.

Este profesional admite que en los medios sí hay réplica de comunicados, y que esta situación se debe a que las informaciones están siendo manejadas por personas inexpertas, que desconocen el manejo que deben tener los contenidos.

“Se va a cerrar la edición y no hay otra cosa que poner o de pronto es información relacionada con una noticia importante, eso pasa en todos los periódicos del mundo diría yo, de pronto aquí con más frecuencia, pero creo que tiene que ver mucho con la inexperiencia. En época de festividades, las noticias escasean y entonces se recurre a los comunicados”.

En este caso vuelve a aparecer el tema del tiempo como factor determinante, porque el periodista debe cumplir con un contenido diario y los comunicados o boletines de la administración son usados para cubrir espacios.

¿Hay medios preferidos por la administración local?

“Muchas veces la primicia se le dan a otro medio y aquí llega a los dos días o ni la mandan. La orientación política de la administración de turno, la forma cómo ciertos medios manejan algunas cosas con la alcaldía, ese favoritismo que pudieran tener algunas administraciones con algunos periodistas o algunos medios informativos y qué se puede hacer. Este es un medio excluido y discriminado”.

Para la persona entrevistada, existen medios preferidos y otros discriminados. Los primeros reciben información que otros tantos no reciben. El profesional también habla de las relaciones que se pueden gestar entre medios y administración local, así como favoritismo de las alcaldías hacia algunos periodistas.

VII. Periodista

Profesional con más de 30 años de experiencia en informativos locales en varias ciudades de Colombia.

Número de periodistas

“En este momento soy el corresponsal en Cartagena”

Este es el único periodista que cubre la información de esta ciudad, por tanto la información relacionada con la ciudad y, por ende, con la administración local es ejecutada por el profesional entrevistado.

¿Cómo se construye la información local?

“Yo no siempre hago el día a día del distrito como muchos, es decir, si el alcalde va para tal lado entonces esa es la noticia, en mi caso hago algo diferente porque yo no vivo de la pauta, entonces no le hago caso a lo que diga el alcalde directamente o lo que diga el gobernador, yo manejo una visión de ciudad mirado hacia la región”

Este periodista señala que no se ciñe solo a lo que el alcalde diga o haga, sino que ha encontrado la forma de armar su agenda, tratando de contar la ciudad con una mirada hacia la región, porque no depende de la pauta.

“Mis entrevistas son diferentes, algunas están vinculados con el estado, otras están vinculadas con la comunidad y entender que lo que sucede en la ciudad hay que asociarlo con lo global. Por supuesto, que en lo local es necesario entender que todo lo maneja el distrito, es decir, que una calle está dañada compete al Distrito, en caso que no haya agua también, es decir, el espectro es amplio”.

El corresponsal sabe que en lo local está involucrado el Distrito y que es necesario darle voz a la comunidad y a otros actores distintos al Distrito o la administración local. También hace referencia a que lo que sucede en la ciudad hay que asociarlo con lo global.

“Habitualmente hago una, algunas veces dos, pero pocas veces tres. Hace un par de semanas hice tres notas: dos sobre temas que surgieron durante el día, y otra nota de un tema al que le estaba haciendo seguimiento que era sobre invasión del espacio público y lo poco que hace el distrito para resolver el tema”.

En este caso, el periodista dice que hace una nota diaria, por lo general, y que en contadas ocasiones le toca producir entre dos y tres. En las ocasiones que debe producir más de una nota se debe a informaciones de seguimiento o que surgen durante el día.

“Creo que mis notas, por lo regular, tienen tres fuentes, y es clave que aparezca la fuente de la alcaldía. Siempre le doy voz a la fuente que realmente diga las cosas como son, es decir, que critiquen, pero lo hagan de manera sana. Trato de buscar analistas que den una perspectiva distinta de la situación”.

El periodista dice construir sus informes periodísticos, por lo regular, con tres fuentes. Además, señala que es clave tener la voz de la administración local, y que es importante la selección de voces que den distintas perspectivas.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“A mí me han censurado muchísimas veces, pero la gente cree en mi trabajo. Uno de los alcaldes que tuvo esta ciudad es muy cercano a mí, ese mandatario fue destituido por problemas de corrupción, pero yo siempre pensé y se lo dije: si se metió en eso, debe recibir su golpe. No solo seré yo, también irán más detrás de mí. Me tocó darle duro y lo hice. Lo siento por él pero se equivocó. Me tocó hablar muy mal del Distrito en esa época, porque dejaron mal parada a la ciudad”.

Este periodista admite haber sido censurado muchas veces, y cuenta que le tocó cuestionar a un ex mandatario, que era su amigo, y que debió hacerlo porque la ciudad quedó mal parada en esa época.

Relación con la fuente

“Me han llamado, me dicen ayúdame con esto y si lo veo pertinente y positivo, entonces lo hago. En algunos momentos me apoyo del material audiovisual que envía la alcaldía. A mí no me dan plata ni tampoco voy a recibir plata porque el que recibe no tiene cara para poder sacar lo que el mandatario o el jefe de prensa no quiere. Ha habido alcaldes muy cordiales con los periodistas, pero no se puede negar que los mandatarios tienen rubros destinados

para los periodistas dependiendo de la categoría. Hubo una alcaldía en la que había listas con los nombres de los periodistas en las que aparecían los que ya habían cobrado. Es un porcentaje muy pequeño los que no reciben”.

En este caso, la persona entrevistada asegura que tiene en cuenta las sugerencias que hacen los funcionarios y en casos que las considere idóneas hace la respectiva publicación. De otro lado, este profesional se apoya en el material que envía la administración. También admite que algunos funcionarios de la administración local tienen rubros destinados para pago de periodistas. Algunos consideran que este fenómeno de recibir dinero de la administración local cunde a casi todo el gremio.

“No sé de dónde salen esos dineros, los entregan en efectivo, es una especie de nómina paralela, todos los meses reciben dinero. Cuando hay contrato con algún tipo de malversación, contratos ilegales por cualquier cosa, entonces optan por repartir dinero entre los periodistas para evitarse el daño de imagen. Todos son igual de culpables. Los empresarios de los medios tienen responsabilidad porque los periodistas son muy mal pagos. Culpo al periodista porque no tiene ética, pero entiendo que cada quien tiene una necesidad. Todo el mundo está salpicado de lo mismo, por eso elegimos a los mismos, por eso nadie se atreve a denunciar”.

Para este entrevistado, el pago que hacen los funcionarios de la administración local es culpa de las partes involucradas, es decir, a todos incluyendo a las empresas periodísticas y los malos salarios que ofrecen a los profesionales.

¿Qué o quién determinaba el espacio que se le daba a la información procedente de la administración local?

“Aunque el medio para el que trabajo recibe pauta oficial, eso no se vuelve impedimento para que nos sintamos limitados para informar. Simplemente nos dicen: haz tu trabajo bien entonces cuando tengas que cuestionar o aplaudir, hazlo. Eres independiente a lo que pueda ocurrir comercialmente. Cuando necesitan apoyo, ellos te pueden decir: ayúdame con esto, esta persona irá allá entonces apóyanos con esto”.

Pese a que esta persona consultada asegura que la pauta oficial no es obstáculo para las informaciones que produce, aclara que sí existen solicitudes de los medios a las que debe acogerse.

VII. Periodista información local

Profesional con más de cinco años de experiencia en medios locales y nacionales.

Número de periodistas que cubren información local

“No tenemos una fuente específica, solo hay un compañero que siempre hace temas judiciales, de resto todos manejamos todos los temas. Por ejemplo, yo puedo manejar proceso de paz, política local, a veces temas de salud, denuncias, hay otro periodista que está encargado de la información económica pero también hace política local. Aunque, los que manejamos información local somos dos”.

En el caso del entrevistado hay dos personas que se encargan de cubrir la información local, sin embargo habla también que hay rotación en las fuentes.

¿Cómo construyen la información local?

“Llegamos al consejo de redacción en la mañana, cada periodista propone unos tres temas, con la fortuna que nos aprueben alguno, entonces, es difícil encontrar un tema y conquistar

a mi jefe con el tema porque discutimos cada propuesta. Sí él acepta discutimos el manejo que le vamos a dar a la información, honrando la línea editorial que tenemos, que es ser objetivo. Después salimos a hacer las entrevistas, buscando siempre el equilibrio informativo, es decir, que esté quién denuncia y la contraparte”.

Mientras en algunos medios no hacen consejos de redacción, en este caso es vital para construir la agenda diaria. En estas reuniones se discuten los temas que se difundirán, con un líder que, en este caso, es el director y el editor del medio que define qué se publicará.

“Casi no vamos a las ruedas de prensa, siempre nos preguntamos: qué es la noticia como tal, la noticia es la inauguración de una obra, o es cómo se ejecutó el proyecto, cuánto tiempo se demoraron haciendo el proyecto, cumplieron el plazo, hubo sobrecostos. Ese es el manejo que le damos a lo local y también a lo nacional. Leemos los comunicados, pero muy pocas veces sacamos información de allí”.

La respuesta del profesional revela que no se ciñen tanto a los comunicados y las ruedas de prensa que ofrece la administración local, sino que intentan proponer historias que no se queden en lo informado por la administración local.

La relación con la fuente

“Los jefes de prensa no tienen culpa de las malas administraciones, la relaciones que tenemos con ellos son buenas. La relación con ellos es muy buena, cuando necesitamos acceder a un funcionario que, tal vez, por las investigaciones no nos quieren contestar el teléfono, nos comunicamos con la jefatura de prensa y es como el puente para llegar a ese funcionario”.

El periodista dice que la relación que tiene con el jefe de prensa de la administración local es buena y se convierten en canal entre los periodistas y los funcionarios, sobre todo cuando hay dificultades para contactar a los últimos.

“Con la Secretaría de Gobierno, en el año 2016, se destinó un rubro para atender a las barras bravas en Barranquilla. Ellos tenían que capacitarlos, no era por unos meses, no era una vez al mes el curso, era hacerle seguimiento, educarlos, darles herramientas, y no solamente darles esa educación de dos más dos es cuatro, era resocializarlos y darles herramientas para que ellos entendieran que podían ser hinchas de un equipo, pero hacerlo de una forma sana; resulta que esos cursos se dieron solamente unos cuantos, hubo una graduación, y hasta allí quedó el proyecto; comenzamos a investigar e intentamos hablar con el funcionario encargado del proyecto y de los recursos, y no pudimos hablar con la persona. Nunca nos quiso dar entrevistas sobre el tema”.

El reportero entrevistado habla de dificultades para hablar con un funcionario de la administración local, que estaba relacionado con una información que estaba construyendo. En este caso, aunque el periodista quiere tener la voz oficial, no es posible obtenerla porque el funcionario, según el consultado, no da la entrevista.

“Nunca me han llamado a sugerirme temas. Pero algunos funcionarios sí me han dicho por qué nunca hay nada bueno que resaltar de la administración”.

El periodista admite que algunos funcionarios han manifestado molestias por las publicaciones realizadas.

“Estaba manejando los temas de salud, y a mí me gusta no solo registrar la noticia, sino lograr que a las personas les entreguen los recursos o les entreguen los medicamentos, y eso, para un medio es bueno, porque da como un plus, entonces se inició una campaña muy

bonita. Cuando los casos de salud tenían que ver con el régimen subsidiado y no con el contributivo, la persona que tenía que responderme ante el tema era la secretaria de salud distrital, y a mí no me gusta, cuando me responden: trabajaremos en el caso, no lo conocía o, no sabía que estaba pasando, así que no me gustaba obtener una respuesta solamente para llenar el espacio en la nota, y, a ella, eso no le gustaba, entonces comenzó a decir que nosotros le teníamos una persecución, hasta llegó el punto en que mi jefe me dijo como que, bueno, si hay que entrevistar la funcionaria envía a otro compañero, pero sucede que cuando iba el compañero y la funcionaria veía el logo que identificaba al medio decía: ah, son ustedes, entonces, es una situación súper incómoda, y eso es una falta de respeto, y eso es censura, si no te aplauden, entonces, no te doy la entrevista. Son funcionarios públicos, deben estar abiertos al público, su servicio es para la gente”.

En la situación descrita por el periodista se evidencia que existe un rechazo del funcionario hacia el medio, que intenta buscar una respuesta frente a un caso puntual. También habla de la responsabilidad que tienen los funcionarios de responder a la gente, y que en este caso no sucede.

“ Lo que pasa es que el periodismo no es muy bien pago, y los funcionarios lo saben, y es una forma de aprovecharse y de hacer lo que hacen los políticos, satisfacer las necesidades primarias de la gente para siempre tenerlos ahí, entonces se aprovechan de las necesidades de las personas, no critico a los colegas que lo hacen, porque uno conoce que hay periodistas que tienen muchas necesidades, pero como saben la necesidad del gremio, por eso es que lo hacen, se aprovechan de eso, se aprovechan”.

El mal pago de los periodistas es reiterativo en las respuestas de los consultados, y es reafirmado por este entrevistado, quien asegura que esa situación es conocida por los funcionarios públicos, quienes se aprovechan de la situación.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Una vez me mandaron a decir a través de un funcionario de la administración, y esa persona me dijo que no quería que me pasara nada. En vista que yo seguí con la investigación, el mismo funcionario me dijo que me quedara callada”.

El periodista revela que los funcionarios se convierten en mensajeros de censura- en algunos casos- como el descrito en el anterior párrafo, lo que impide que el profesional continúe con las investigaciones que viene desarrollando.

IX. Coordinador de área

Profesional con más de cinco años de experiencia

Número de periodistas

“Somos aproximadamente 15 periodistas. Hay un director, un editor general y el jefe de redacción”

Este periodista habla de un equipo de 15 periodistas que componen la planta de personal, y de un editor general y jefe de redacción, que son los líderes o los que filtran la información que producen los periodistas.

“Somos muy independientes las diferentes áreas. Por ejemplo, yo me encargo de Generales, que es el contenido que requiere más tiempo y dedicación, porque hay fechas que requieren más despliegue otras secciones como Deportes y Entretenimiento. Me encargo de apoyar a

mis compañeros a que sigan la misma línea del director, pero el director es quien revisa la información antes de la difusión”.

El periodista dice sentirse independiente en lo que respecta a sus propuestas temáticas, sin embargo el director es quien revisa la información antes que se publique.

¿Cómo construyen la información local?

“Tenemos un consejo de redacción diariamente. No se sale a trabajar sin la línea del director. A diferencia de otros medios que se asignan las tareas y que cada uno es independiente y hace su reportería, aquí sin la reunión no hay salida, no hay vía libre porque en la reunión se da la línea editorial. Vamos más allá del evento o del comunicado de prensa, o de la noticia diaria, por eso es muy importante la reunión. Cada mañana se dan las directrices y se asignan los temas, cada uno sale a hacer su reportería”.

Este coordinador habla de una reunión o consejo de redacción, así como el rol determinante que cumple el Director del medio, porque no se hace ningún movimiento sino se tiene la autorización del superior.

“En la tarde me reúno con mis compañeros y definimos con qué temas se quedaron y cómo les fue y después yo me reúno con el Director nuevamente, y allí definimos si se sigue con la línea y con qué enfoque nos quedaremos”.

Este coordinador habla de una segunda reunión con los periodistas de su área, y de la función que cumple como canal entre los periodistas y el director al momento de decidir el enfoque que se le da a las informaciones.

“Por lo general el fuerte de nosotros es la investigación y el tema de orden público, la crónica judicial es un atractivo que tiene el informativo, se le hace mucho despliegue a este tipo de noticias porque nos hemos dado cuenta son las notas que más impacto tienen; los

televidentes le hacen mucho seguimiento a nuestras redes sociales, son las notas más comentadas, son las notas que generan más reproducción. Entonces digamos que además de las investigaciones, está el tema de orden público y hay informaciones locales, por ejemplo, anuncios, situaciones de denuncias que se presentan”.

En este caso, el informativo hace mucho énfasis en temas de orden público, crónica judicial y, por último, están las informaciones locales. Este reportero habla del espacio importante que tiene la crónica judicial, ya que asegura que es la que más consume la audiencia.

“Tenemos una línea crítica, si bien hacemos uso de la fuente oficial como es el caso de la Oficina de Prensa de la administración distrital o de la gobernación, usamos esta agenda para contactar y saber que está pasando, dónde está la fuente, para ubicar los secretarios y poder trasladarles todas las denuncias o situaciones que estamos investigando, no sin esto decir que también hay cosas que resaltar de la gestión, de pronto proyectos que son de importancia para la comunidad, beneficios para la comunidad, pues también se hacen los anuncios, pero digamos que nuestra línea es una línea crítica. No somos partidarios de pronto de publicar un comunicado de prensa como tal. Siempre vamos más allá, por ejemplo, qué podemos rescatar de un evento, pero como te digo si hay cosas que resaltar, si hay gestiones que resaltar que son muy buenas, si hay proyectos, si hay anuncios que van a beneficiar a la comunidad, claro que se hace, no es que siempre estamos viendo lo malo. Nosotros estamos más del lado de la gente que del lado de las administraciones locales, dejando claro que no estamos en contra de estas”.

La persona entrevistada, que tiene rol de coordinador, asegura que su medio tiene una línea crítica y que no son partidarios de publicar los comunicados o boletines de la administración

como llegan a sus manos, porque están más del lado de la comunidad que de la alcaldía, dejando claro que no están en contra de estas últimas.

¿Hay censura o autocensura frente a algún tema?

“Siento que hay libertad para publicar. En el caso mío he experimentado la autocensura, pero en temas de orden judicial”.

En el caso de este coordinador de área no existe censura ni autocensura en las publicaciones relacionadas con la administración local, pero sí en lo relacionado con temas de orden judicial.

La relación con la fuente

“Es una relación diplomática, nos envían comunicados, nos informan donde podemos encontrar los secretarios, tuvimos un inconveniente con algunos secretarios que se negaban a entregarnos declaraciones, siempre tenían como un veto. Había situaciones denunciadas por la comunidad que requerían la respuesta, la gente está diciendo esto, qué tienen ustedes para responder, encontramos que en algunas secretarías no respondían los secretarios de manera directa, entonces tocaba acudir a la jefatura de prensa, y entonces había ese momento como incómodo. Nosotros nos quejamos y lo que han manifestado los secretarios es que están dispuestos a hablar y señalaron que nuestras agendas no han coincidido, pero no lo percibimos de esa forma. Estamos hablando de unos tres años, no es una situación constante, pero ha habido momentos en los que nuestros reportes les afectan su imagen”

En este caso el periodista considera que no tiene una relación cercana con la fuente, sino que es una relación diplomática en la que hay solo una entrega de información y en la que, en algunas ocasiones, ha existido veto de parte de funcionarios. Aunque lo que dice la persona entrevistada es que algunos funcionarios han manifestado su intención de hacer declaraciones

a este medio, el periodista considera que los reportes del informativo provocarían la no respuesta de los secretarios de la administración local.

“No, no me han llamado a decirme porque me estás dando palo (cuestionando o criticando), pero uno escucha como se dice popularmente en “el pasillo de las brujas”, que estamos dando palo”.

En este caso, el periodista asegura que nunca ha sido llamado por algún funcionario de la administración local por alguna publicación.

X. Periodista

Profesional con más de dos años de experiencia en medios locales.

Número de periodistas que cubren información local

“A diferencia de otros medios en los que he estado, en este cada uno es responsable de un espacio designado, nosotros aquí no solamente somos periodistas y somos editores. Yo respondo por un espacio, en la que se incluye información relacionada con la administración local. Por lo general, hago unas cuatro noticias en el día”.

En el medio en el que trabaja la persona entrevistada, cada uno es responsable de su espacio y cumple con los roles de periodista y editor. Además, habla de una producción diaria de cuatro noticias.

¿Cómo se produce la información local?

“Hay unas noticias breves, para las que – por lo general- se usan boletines o comunicados de prensa de la alcaldía. Aquí se manejan muchos comunicados, porque el tiempo y el espacio con que debemos cumplir no nos permite hacer tantas notas propias”.

Este periodista admite que hace bastante uso de los boletines o comunicados de prensa de la alcaldía, porque el tiempo es poco si se compara con la cantidad de espacio que tiene designado debe cubrir a diario, lo que imposibilita la construcción de notas propias.

“A veces voy a un evento y hay varios funcionarios, entonces trato de tomar varios testimonios que me sirven para el fin de semana, que es el tiempo en el que más sufro, porque no tenemos quién nos reemplace y debo cumplir con información del espacio designado de domingo a domingo. Pero sé que esto no es lo ideal porque puede que ocurran cosas durante el día en el que estoy descansando”.

Este profesional trata de recopilar la mayor cantidad de información y testimonios posibles durante los eventos, en el que confluyen varios funcionarios, para poderlos usar los fines de semana, y poder tener su espacio de descanso, porque no hay persona que lo reemplace.

¿Qué o quién determinaba el espacio que se le daba a la información procedente de la administración local?

“Yo soy la que decido. Allá no se hacen consejos de redacción, hay un coordinador que se encarga de hacer la primera página y ella es la que pregunta a cada periodista qué información llevan. En algunos momentos, te sugiere que hagas notas porque ha escuchado algo que está sucediendo y considera que debe estar en la edición. Esa persona se molesta porque tomo mucha información de los boletines, pero mi respuesta siempre es que es imposible hacer varias notas propias porque el tiempo no me da para ello”.

En este caso, el periodista manifiesta que tiene total libertad para publicar información, y que en este medio no se hacen reuniones o consejos de redacción donde se discutan los temas y solo hay un coordinador que sugiere temas, pero tiene poca injerencia en los contenidos que

produce el periodista, tanto así que aunque se molesta por la réplica de comunicados, no hace mayor cosa para evitar que se publiquen.

“Cuando hay un tema interesante que el director del medio quiere, entonces el coordinador me llama y me avisa”.

El periodista admite que el director del medio también sugiere temas, tal como ya se ha visto en otras entrevistas, y los coordinadores o editores son los canales para que el periodista conozca las solicitudes del director y las ejecute.

“Sí es una nota que propongo, yo pago los transportes, pero si a mí me dicen que tengo que ir a cubrir algo, entonces pido el dinero porque a veces es lejos”.

La respuesta devela que el periodista trabaja en condiciones precarias, donde ni siquiera tiene un vehículo para hacer trabajo de campo de las informaciones que luego publicará en el medio.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios?, ¿Por qué aparecen comunicados o boletines de prensa replicados en los medios?

Los comunicados los corto y los pego sin problema. Hay dos elementos que me llevan a hacer esto: primero por el factor tiempo, porque uno no puede escribir todo, y segundo, la desmotivación, porque nosotros lo que ganamos es un sueldo irrisorio y estamos por prestación de servicio, ni siquiera nos pagan salud, entonces tú dices, ¿Para qué me mato?”.

En el caso de la persona entrevistada los factores que llevan a este profesional a replicar comunicados de prensa son: el poco tiempo que tienen para ejecutar su producción de contenido y la desmotivación con la que vive, debido al mal salario que devenga.

“Hay un colega que llega donde un funcionario y le dicen te sacamos esta información, pero dame tanto dinero. Yo soy incapaz de hacer algo así. Ese colega me solicita que le ceda un espacio y yo se lo doy, y a mí me sirve porque, a veces, no tengo información. A veces le digo que no tengo espacio. Yo sé que eso lo hacen por necesidad”.

Este profesional habla de prácticas como venta de espacio a funcionarios, en las que incurrir algunos periodistas, y que se deben – en su opinión- a la mala situación económica por la que atraviesan.

“Algunos tienen una cuota, que hasta se la consignan. Son aquellos que tienen cargos relevantes y que tienen manejo de temas propios”.

La respuesta dada por el entrevistado hablaría de pago de dinero a algunos periodistas, que ocupan cargos más relevantes y que manejan temas propios.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Por mi parte lo que hay es desmotivación, pero en el caso de los propietarios del medio para que el trabajo sí hay autocensura. Ellos no cuestionan la administración por razones personales”.

La respuesta devela que lo que existe es más desmotivación por las precarias condiciones laborales, que autocensura, y que la censura proviene más de los dueños del medio, que evitan cuestionar a la administración local por razones personales.

Relación con la fuente

“Creo que la relación medio-alcaldía está bien, porque hay pauta publicitaria de por medio. Creo que si esto no estuviese pasando, entonces la cuestionarían”.

En este caso, el profesional asegura que la relación entre la administración local y el medio está bien porque hay pauta publicitaria de por medio.

XI. Periodista

Profesional con dos años de experiencia en medios locales.

Número de periodista que cubren información de la administración local

“Yo estoy designada para cubrir información procedente de la alcaldía”

En este caso, hay una persona encargada de cubrir las actividades relacionadas con el Distrito.

¿Cómo se construye la información local?

“El Director del medio hace un listado de temas con designaciones para cada periodista.

Por lo general, siempre lo desarrollamos con el enfoque que nos pide. Sin embargo, hay informaciones que surgen a lo largo del día, entonces no nos apegamos a ese listado. Hay un jefe de redacción que también está atento a lo que sucede”.

Mientras que en algunos medios hay un consejo de redacción donde se discuten los temas que propone cada periodista, en este caso el periodista manifiesta que el Director del medio designa temas a cada periodista. Pero, existen informaciones que suceden en el transcurso de la jornada que son tenidos en cuenta.

“La alcaldía envía mucha información diariamente al correo y al whatsapp de las cosas que hacen las distintas dependencias y eso nos sirve de guía sobre qué temas tratar. Evidentemente selecciono qué temas tienen importancia y qué enfoque les puedo dar. También estoy pendiente de las redes sociales de todas las dependencias”.

Este periodista dice recibir mucha información procedente de la alcaldía y estar pendiente de lo que se genera desde las redes sociales, lo que le sirve de guía para producir el contenido diario relacionado con la administración local. Su ejercicio consiste en seleccionar con qué información se quedará de toda la que recibe.

“Aunque desarrollamos los temas designados por el director del medio también propongo temáticas relacionadas con los barrios, problemas que tiene que resolver el Distrito o dar respuesta, sin embargo, no todos los funcionarios tienen la misma disposición de atender a los periodistas o en el caso de algunos no tienen el tiempo, entonces toca trabajar el tema con fuentes distintas. Hay muchas notas que salen solo con los ciudadanos, porque el funcionario no apareció y entonces se siente que no se podrá dar a la gente lo que necesita”.

Pese a que el entrevistado asegura tomar mucha información de las comunicaciones que proceden de la administración local, también asegura que desarrolla temas en los que son ciudadanos los que protagonizan, porque no todos los funcionarios tienen disposición para atender o no tienen tiempo.

Relación con la fuente

“Nunca me han llamado para reclamarme, pero sí para sugerirme tema. Ellos llaman cuando están haciendo algo y quieren mostrarlo, pero no lo hacen tanto los funcionarios, más bien son las personas que manejan las comunicaciones y la prensa. Tratan de vendértelo de la manera más noticiosa para que uno se mueva a cubrirlo”.

Este periodista manifiesta haber recibido llamadas de las personas que manejan las comunicaciones de la alcaldía, solo para el caso de sugerencia de temas.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Cuando trato temas que cuestionan a la administración local lo que hacemos es tratar de buscar respuestas sin ser agresivos. No se trata de darle duro al personaje, sino que tratamos de mostrar la información de manera sutil. Tampoco siento que me he autocensurado”.

La respuesta de la persona consultada evidencia que existe un manejo sutil para las informaciones que intentan cuestionar a la administración local.

“Creo que el Director del medio siempre nos está diciendo que preguntemos al funcionario competente sobre los temas que estamos abordando. Siempre está insistiendo que vayamos a los barrios y hablemos con la gente”.

En el caso del consultado, manifiesta que el director del medio le insiste que en las informaciones no solo aparezcan los funcionarios, sino que también se dé espacio a los ciudadanos.

“Creo que a muchos periodistas les da miedo cuestionar la gestión del alcalde por el poder que tiene. Cuando estaba empezando a manejar esta fuente y estaba trabajando algún tema en el que el distrito tenía alguna responsabilidad siempre preguntaba cómo puedo tratar este tema, yo necesitaba saber cuáles eran los parámetros establecidos para hablar sobre este tipo de cosas”.

Y aunque el entrevistado dice que no existe autocensura, su respuesta sugiere que así como en su caso, en otros casos también hay temor de cuestionar la gestión del alcalde, por el poder que ostenta el mandatario local.

¿Por qué aparecen notas en los medios que tienen las mismas fuentes de los comunicados de la administración local que, por lo general, son los funcionarios? ¿Por qué aparecen comunicados o boletines de prensa replicados en los medios?

“Admito que, en algunas ocasiones, las informaciones son monótonas y nos quedamos con lo que dice el funcionario. He intentado mejorar, por lo general, me voy a los barrios y busco la contraparte porque en algunos casos siento que no tiene sentido transmitir una información que da la alcaldía y que solo estoy reproduciendo. Intento buscar la contraparte. No es que salga el funcionario y hay que darle preponderancia, es como una

costumbre. Creo que todos los que empezamos vamos aprendiendo de lo que ya está, reproducimos algo”.

La respuesta del entrevistado evidencia que percibe las informaciones como réplicas de lo que declara el funcionario, sin embargo, habla de intentos porque aparezcan los rostros de los ciudadanos. Y la práctica de citar o buscar a declaraciones de funcionarios y con ellas producir una nota, sin ir más allá, se debe a los hábitos que se viene practicando y que terminan asumiendo los jóvenes.

“Cuando estoy haciendo algunas notas me cuestiono porque veo que no tendrá ningún beneficio para la gente y al final sale porque toca llenar un espacio y sé que por esa urgencia pasamos muchos periodistas, porque no puedo decirle al director del medio que no hay nada”.

Para este periodista, la meta de producción diaria también afecta el contenido que produce, porque el afán de cumplir y llenar espacio hace que muchas veces sean informaciones que tengan muy poco beneficioso para la ciudadanía.

¿Consideras que hay medios preferidos?

“Eso es algo notable, es algo que los periodistas saben, es evidente que cuando hay un evento con el alcalde hay tres medios que nunca faltan y manejan todo con reserva. La gente de prensa de la alcaldía dice no invites a más nadie o no lo pases y cuando llego al lugar me encuentro con varios medios, así que eso muy poco funciona porque siento que los periodistas somos solidarios en este sentido”.

Este reportero percibe que sí existen medios preferidos por la administración local, para la entrega de información o presencia en algún evento donde estará el alcalde, y – en su opinión

– los periodistas lo saben. Pero, para el consultado, esas prácticas no funcionan porque existe solidaridad entre colegas.

XII – VIII. Entrevista con dos periodistas de información local.

Ambas profesionales trabajan en el mismo medio. Una de ellas tiene siete años de experiencia y la otra tiene un poco más de dos años.

Número de periodistas que conforman la sección Local

“El equipo está compuesto por un editor y otros cinco periodistas que cubren desde temas de educación hasta temas de barrio. Aquí tenemos un editor, un periodista que maneja temas de comunidad, otro encargado de educación, otra persona que se encarga de cubrir lo de la alcaldía, otro que cubre que el departamento, hay una persona que hace especiales de fin de semana, otro de política, otra persona se encarga de movilidad y medio ambiente. Sin embargo, cuando es necesario aquí todos tenemos la disposición de desarrollar cualquier tema”.

En este medio existe un editor de área y un periodista que maneja la información relacionada con la alcaldía, sin embargo -tal como lo indica la respuesta anterior- en el grupo de reporteros que están en el área es posible que se roten las fuentes cuando se hace necesario.

¿Cómo es el proceso de producción de la información local?

“Cada periodista propone temas, también hay información que procede de la alcaldía, así como pronunciamientos del alcalde. La mayoría de la información son contenidos propios, cada periodista se encarga de proponer temas, también tenemos información que surge de temas del día, procedentes de la alcaldía, de actividades que hayan, de pronunciamientos

del alcalde. Cartagena ha tenido un tinte diferente debido a su interinidad política, entonces, en el caso de la alcaldía, tienen su equipo de prensa, y ellos se encargan de distribuir noticias, pues por la interinidad, y por los cambios en todos los equipos de prensa, en el gabinete, digamos que los procesos no son continuos, sino que se van quebrando en el proceso porque llega un nuevo alcalde, llega un nuevo equipo”.

La respuesta de la persona entrevistada evidencia que las informaciones surgen de una mezcla de temas propios y de otros que proceden de la Alcaldía de Cartagena, que – en su opinión- producto de la interinidad política que vive este Distrito, los procesos también se han afectado, porque cada vez que llega un alcalde nuevo, trae un nuevo equipo.

“Hemos pasado por muchísimos, muchísimos alcaldes, todos con diferentes mecanismos de trabajo, hay unos muy reacios a la prensa, por lo menos, el actual sí colabora mucho, entonces, eso en cuanto a la fuente directa con la alcaldía; respecto a contenido, ya en sí, nosotros nos reunimos todas las mañanas, ahora lo hacemos 3 veces a la semana, entonces ahí discutimos y proponemos temas, hacemos como un banco de temas y los vamos trabajando en toda la semana. Cada sección hace una reunión de equipo y luego hacen un consejo de redacción general”.

La respuesta indica que los alcaldes han tenido distintas conductas frente a los periodistas. Aquí se refleja que algunos mandatarios han estado más dispuestos que otros. También se evidencia que en el medio en el que labora el profesional se hace un consejo de redacción, que permite a los periodistas proponer y debatir temas entre todos, de tal forma que la producción de la información es más de proposición y análisis del periodista.

“También hacemos recorridos durante el día y visitamos algunas sedes de los colegios, vamos con un fotógrafo e intentamos hablar con los profesores y los estudiantes, porque este

es el problema que siempre hemos tenido en la ciudad, en cuanto a educación. Allí, por lo general, siempre encontramos personas que nos cuenten historias o episodios ocurridos, luego lo hablamos con el editor del área y buscamos lo que dice el funcionario encargado del tema”.

En este caso, el periodista señala que se hace trabajo de campo, que le permite encontrar historias entre la gente, luego habla del tema con el editor y, por último, busca la reacción del funcionario.

“Hay temas que se cruzan, temas de alcaldía con política, por lo menos, hay temas míos que son netamente alcaldía, por lo menos, rendición de cuentas de cien días del alcalde, o presentación de un plan de desarrollo, o van a llegar a un proyecto de acuerdo para protección costera o algún proyecto, se supone que es de alcaldía, pero como pasa directamente a Concejo, esos temas dejan de ser míos, de mi fuente, y pasan a ser político, porque hay un paso de local a Concejo”.

En el caso del medio del reportero entrevistado, hay temas que entran a ser parte de las zonas grises, es decir, esos temas que pueden ser publicados en una u otra sección. Sobre estos contenidos, dice el entrevistado, se conversa con el periodista de la otra sección – en este caso política- para determinar quién publicará la información y no salga repetida en dos espacios distintos.

Relación con la fuente

“Ha habido cambios en los tratos de los alcaldes, porque cada uno ha tenido sus formas”.

“Con el actual alcalde (Pedrito) y con Yolanda (ex alcaldesa), son los mandatarios con los que encontramos como que, sí, que responden, que te responden, incluso, a ti misma, y te

dicen: mira esta es la información y te envían el documento, entonces a uno se le hace como más sencillo esa comunicación directamente con el despacho de la alcaldía”.

“Creo que quieren, de pronto, hacer sus actividades muy cerradas o a espaldas, y para nadie es un secreto que aquí hay muchos entes como la Fiscalía General de la Nación, la Procuraduría tienen el ojo puesto en la ciudad, entonces para ellos, de pronto, hacer el lanzamiento de una obra por no sé cuántos millones de pesos, es mejor no hacerla con tanta difusión, de pronto, para no generar tantas inquietudes como: quién es el contratista, quién lo contrató, entonces todo es muy cerrado”.

Para este periodista, cada alcalde ha tenido su forma de tratar a la prensa. Sin embargo, considera que la difusión no es tan visible porque la administración local de Cartagena prefiere hacerlo de esta forma.

“El cambio constante de las secretarías, sí se ve, porque hay un jefe de prensa que realmente no te responde por un tema en específico, entonces, pasa, por ejemplo, con algunas secretarías que, a veces responde, a veces no, definitivamente, tú lo puedes llamar, le puedes escribir por whatsapp, intentas por todos los medios y no te contesta, a veces vas hasta allá y no están o están en una reunión, entonces, te lo tienes que encontrar en un recorrido, está en tal lado, que te lo digan, y es ahí cuando, medio accedes, a esa información”.

Este reportero también se queja de que no hay respuesta rápida de algunos funcionarios de las secretarías del gabinete distrital y lo difícil que es acceder a ellos, y manifiesta que después de muchos intentos es que se logra el cometido.

“Sí, me han llamado. Los jefes de prensa de algunas dependencias siempre se molestan y también algunos funcionarios. Por ejemplo, a una compañera que le ha hecho seguimiento a los contratos de una de las dependencias le pasó que vinieron acá a las oficinas y

manifestaron su insatisfacción, porque el trabajo ha sido mal hecho. No puede estar mal hecho porque está sustentado en el Secop (sistema de contratación estatal) y que fueron revisados contratos”.

“Una vez me llamaron de la Secretaria de Educación porque había hecho publicaciones, cuya noticia era que se había caído el cielo raso en un colegio, luego en otro colegio y pasó con varios. Entonces me llamaron porque, según ellos, siempre se publicaba lo mismo, pero eso era lo que estaba pasando en la ciudad. Me cuestionaban porque no sacaban noticias buenas de la dependencia. Hasta un audio me pidieron, porque la funcionaria de esa dependencia me había dado una entrevista por teléfono, y después decía que ella no había dicho lo que estaba publicado. Me tocó enviarle el audio donde ella hablaba y enviárselo, después de eso me decía como en tono de broma: “siempre sacan las cosas malas, por qué me dan tan duro”.

En este caso, los entrevistados aseguran que sí han recibido llamadas de funcionarios de la administración local, en algunos casos para cuestionar lo que publican y porque el medio no publica información que favorezca la gestión de los funcionarios cuestionados.

“Por ejemplo, el alcalde me puede llamar para decirme vamos a hacer un recorrido o vamos a hacer este proyecto, los invitamos, pero eso no es solo a nosotros, sino que lo hacen con varios colegas”.

Y aunque se presentaron las situaciones descritas anteriormente, este periodista señala que el alcalde actual la ha llamado para entregar la información de manera directa.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“Nunca nos han dicho no puedes sacar este tema. Lo máximo que te pueden decir es trata de preguntar a la contraparte”

En este medio, las personas entrevistadas se sienten libres de contar historias, sin importar a quiénes impliquen. Hablan de un equilibrio de información en el que estén presentes los acusados y los afectados.

“Me acuerdo que llegó la denuncia de un veedor que acusaba a Manolo (ex alcalde de Cartagena) y él ya estaba preso y, de pronto, yo sentía encima la presión de muchos colegas, porque él es un personaje muy querido acá, en todo el gremio, entonces yo decidí no publicarlo porque, de pronto podía afectar más el proceso que había en contra de él”.

Sin embargo, esta respuesta sí evidencia autocensura en temas relacionados con la alcaldía, por no querer sentirse satanizado por otros colegas. Entonces aquí la presión no proviene del medio, más bien de situaciones y personas externas.

¿Quién determina el espacio que se le da a las informaciones de la administración local?

“Eso lo determina la editora del área. Nosotros hacemos un listado de las notas que saldrán, evidentemente hay unas más relevantes que otras y así se va organizando lo que se tiene. La responsabilidad de lo que se publica es más bien del periodista, así lo dice el contrato que firmamos con este medio, obviamente acá antes de difundir algo se hace una revisión que tenga fundamento o un soporte y tenemos un respaldo del equipo jurídico de la empresa”.

En este medio existe un coordinador de área, tal como lo señala la respuesta, y ese líder de sección es el filtro que termina por decidir qué espacio y qué enfoque se le da a determinada información. Pero, al mismo tiempo, la responsabilidad de lo que se publique recae sobre el periodista, que – para el presente caso- se siente respaldado por el equipo jurídico del medio, que hace una revisión de lo que se difunde.

¿Por qué aparecen comunicados o boletines de prensa replicados en los medios?

“Puede ser porque estamos corriendo y necesitamos una nota para cubrir un espacio, entonces puede pasar que nos toca tomar un comunicado para cubrir ese espacio”.

“También puede pasar que hay algunos funcionarios con los que es difícil hablar entonces te llega un comunicado con un audio de ese personaje, que no es tan fácil conseguir y nuestra directa fuente es, ni siquiera, el boletín, sino también los audios que manda la alcaldía, y lo que dice el texto es igual a lo que tiene el audio, y tú técnicamente estás tomando el comunicado exactamente igual. Por eso, digamos, que este tipo de notas no la firmamos”.

Como se evidencia en las respuestas entregadas por los entrevistados, los profesionales admiten que se publican comunicados en los medios para los que trabajan porque, muchas veces, son usados para completar espacios que el periodista no pudo cubrir con información propia. También sucede porque en los comunicados aparecen las declaraciones de funcionarios a los que no es fácil acceder.

XIV. Periodista

Profesional con más de siete años de experiencia en medios locales.

Número de periodistas que componen la sección locales

“Allá no hay editores de área porque es muy poco el personal, allá solo hay periodistas y director. En cada ciudad de la Región Caribe hay un periodista, el resto son practicantes”.

El reportero manifiesta que en el medio para el que trabaja solo hay periodistas y director, por cuanto hay muy poco personal, tanto que una parte de la fuerza laboral la componen los practicantes.

¿Cómo se produce la información local?

“Escuchamos radio, porque es el medio que tiene desde temprano la información o que habla con las fuentes oficiales, depende porque a veces también tenemos notas propias. El director llama a todos los periodistas desde temprano para saber qué informaciones pensamos ejecutar, por ejemplo, los colegas de otras ciudades hacen muchas notas propias, y cada uno va mandando lo que tiene y así se va armando la edición”.

El hábito de esta periodista es escuchar radio desde temprano, ya que considera que es el medio que desde temprano traza la agenda temática del día, pero hay un componente de contenido propio. La respuesta también refleja que hay un contacto directo entre periodista y director, y que este último es más bien un receptor y filtro de lo que proponen los profesionales.

“También tenemos en cuenta que la información no tenga un carácter puramente adulador, es decir, si la administración inauguró un parque eso no lo consideramos noticia, siempre buscamos hechos que impacten en la ciudad negativa o positivamente, por ejemplo, el tema de movilidad, el tema de salud, los venezolanos, es decir, no es tanto la información que proviene de la alcaldía”.

La persona entrevistada dice tener en cuenta que que no todo debe ser en favor de la administración y que también debe publicarse información que cuestione la gestión cuando se hace necesario.

“Yo hago, a veces, una nota muy grande, pero también he hecho de cinco a seis notas en un día, pero me apoyo mucho en los comunicados de la alcaldía, porque hay informaciones que son cortas que ayudan a rellenar espacios, sobre todo porque nos mandan video y fotos. A veces el tiempo y espacio afecta mucho, porque – en algunas situaciones- no es posible entrevistar a todas las partes, porque hay que cumplir con horarios y como estoy sola se

complica más todo. Hay veces en que tenemos suerte porque se pueden conseguir a todos los involucrados en un mismo sitio”.

Lo que refleja la respuesta del periodista es que el número de notas que debe producir durante el día le mueven a usar los comunicados para cubrir espacios con los que debe cumplir, más si se tiene en cuenta que las comunicaciones de la alcaldía se las envían con imágenes y video. Otro problema que manifiesta la persona entrevistada es que el tiempo y la insuficiencia de personal impacta en la calidad de la información, puesto que se les dificulta entrevistar a todos los que se requieren.

“Hay pauta que convierto en noticia, entonces debo darle la vuelta, que no se note mucho que lo estoy haciendo”.

La respuesta indica, en este caso, que el periodista transforma lo que es pauta en contenido noticioso, y lo hace de manera que la audiencia no se percate de ello.

¿Quién determina el espacio que se le da a las informaciones de la administración local?

“El director confía en mi criterio y sabe que yo conozco cómo son los dueños del medio, entonces sabe que puedo manejar la información. El director decide que va en los titulares”.

En este caso, la persona entrevistada conoce bien la línea editorial del medio para el que trabaja y sabe cómo manejar la información, de tal forma que intenta evitarse inconvenientes con su superior o los propietarios.

“Es que ellos tienen como la mentalidad de pronto de si el tema no nos beneficia a nosotros no lo sacamos, si no puede amarrarse a una pauta eso no me interesa, entonces si tengo movilidad, por ejemplo pico y placa, eso se saca porque hay una pauta de movilidad, pero no es que todos los días vaya salir algo de la alcaldía porque eso es como demostrar demasiado que le estamos haciendo un favor”.

Y aunque el periodista dice tener libertad en las informaciones que produce, también dice que los propietarios del medio les interesa mucho la información que está relacionada con una pauta, de lo contrario – en opinión de la persona consultada- no es de interés.

¿Te ha llamado algún funcionario de la Alcaldía a reclamarte o sugerirte algún tema?

“A mí nunca me ha pasado. Yo mantengo mucha distancia porque a mí no me gusta que me pidan favores. Debo tener una relación muy antigua con algún funcionario, pero trato de que eso no afecte el ámbito laboral. De pronto, lo que puede pasar es que la gente del equipo de comunicaciones de la alcaldía me toma el pelo y me dicen: me están dando mucho palo, publicame algo bueno”.

Este profesional dice manejar una relación netamente profesional con la fuente de la administración local, para evitar que esta le solicite favores fuera del marco profesional. Pero, sí menciona que existen comentarios de la fuente en las que se sugiere la publicación de informaciones que favorezcan a la administración local.

Autocensura o censura frente a ciertos temas

“No creo que haya censura, creo que a veces no gasto tiempo en ciertos temas porque sé que no me los van a dejar sacar”.

Esta respuesta se evidencia que hay autocensura, porque el mismo periodista decide no invertir tiempo en contenido que sabe que no le publicarán.

“Una cosa es el director del medio y otra cosa lo que piensan los dueños. Una vez el director me sugirió hacer unas notas sobre cómo había impactado la construcción de parques que se habían construido en lo que respecta a seguridad e iluminación. Hice varias notas, saqué la primera y después de eso me dijeron que eso parecía pauta para la alcaldía, entonces que no las siguiera sacando, y todo porque a ellos no les favorecía económicamente”.

En este caso se ve reflejado que aunque el director propone contenido, si ese no es del gusto o preferencia de los propietarios, entonces es sacado de la parrilla de la información, sobre todo cuando no favorece económicamente al medio.

“Aunque he escuchado que las notas que envían de ciudades como Santa Marta o Sincelejo casi siempre las fuentes son los políticos, el problema es que cuando el medio para el que trabaja también es de políticos, entonces si esas fuentes no van acordes con su línea, no se les permitirá el espacio, a menos que paguen por ello y los superiores ya saben”.

El entrevistado asegura que la línea política de los dueños de los medios también incide en qué se publica o no, y a quién se le da espacio, pero lo que más interese es lo que tenga algún rédito económico.

XV. Ex editor de área

Profesional con más de 10 años de experiencia en medios locales y nacionales.

Número de periodistas que componen la sección de Locales

“El equipo de periodistas que componía la sección eran unos siete. Cuando yo asumí el rol de editor de la sección ya había una periodista que venía desde hacía rato con la fuente de la alcaldía. Aunque el Director trató de cambiar, había momentos que era tanto lo que había que cubrir que era imposible rotar frecuentemente, porque todos terminaban haciendo de todo”.

En el caso de este ex editor de área, había un periodista encargado de cubrir alcaldía, y que ya llevaba mucho tiempo con ella. Su respuesta habla del intento del director por rotar

fuentes, pero la cantidad de información que se debía construir hacía que toda la planta estuviese dispuesta a responder por el contenido que se necesitara.

¿Cómo se produce la información local?

“Lo primero que se hacía era una reunión de área en la que se proponían temas. Los periodistas planteaban ideas y yo venía con ideas. Los temas eran una mezcla de agenda gubernamental y una proporción de temas propios. Había una segunda reunión en la que estaban los editores y el Director. En esa reunión surgían otros temas y se definía lo que se hacía. La mayoría de los temas que proponíamos como equipo eran aprobados en esa reunión. Sin embargo, una de las cosas que más afectaba eran los cambios que se producían antes del cierre porque eso trastornaba la producción, y eso se daba porque muchas veces la persona que dirigía el medio no estaba en esas reuniones y llegaba después a cambiar los temas, los enfoques, en fin, a realizar cambios”.

En este caso, el periodista habla de dos reuniones diarias: la primera era de área, en la que los periodistas y el que editaba la sección planteaban temas; la segunda era la reunión en la que estaban los editores y el director del medio. En esta última reunión se determinaba la agenda del día, sin embargo, esos planes cambiaban porque el director – en algunas ocasiones – no estaba en ese encuentro y llegaba a último momento a hacer modificaciones a los contenidos, así se trastornara la producción.

“Durante el tiempo que estuve trabajando en ese medio, noté que la Alcaldía tenía un evento diario. La Alcaldía casi que hacía eventos para todo, desde una inauguración hasta un anuncio de alguna obra”.

La persona entrevistada habla que en el tiempo que ocupó el cargo de editor de área, la administración local hacía eventos casi a diario.

¿En algún momento recibiste llamadas de funcionarios de la administración local para reclamarte por alguna publicación o sugerirte temas?

“Durante el tiempo que estuve como Editor recibí dos llamadas de funcionarios de la Alcaldía en las que se me sugerían temas. Sin embargo, yo sé que los periodistas recibían llamadas, porque los periodistas comentaban que esta o la otra persona los había llamado preguntando sobre algún tema”.

En este caso, como en los de algunos otros entrevistados, también se dieron llamadas de los funcionarios de la Alcaldía para sugerir que se publicaran temas en la sección que editaba la persona entrevistada.

¿Había censura o autocensura frente a algunos temas?

“Había cuestionamientos de parte del Director cuando había información que desfavorecían a la Alcaldía, mientras que cuando las informaciones favorecían no había ningún tipo de cuestionamiento. En las informaciones uno se podía meter con los secretarios o con otra gente, pero todo lo que tuviera el nombre del alcalde terminaría muy reducido”.

La persona entrevistada asegura que el obstáculo mayor para publicar información que cuestionaba a la administración local provenía del director del medio. Y que era factible cuestionar la gestión de funcionarios distintos al alcalde, pero en un porcentaje muy bajo la del alcalde.

Relación con la fuente

“No sé cómo en la Alcaldía se enteraban de la agenda de la sección, pero lo que sí tengo claro es que conocían muy bien la agenda de nosotros. Considero que la relación entre los dueños del medio y la Alcaldía provocaba este tipo de situaciones que ya he mencionado”.

En este caso, según lo señalado por la persona entrevistada, la administración local tendría conocimiento sobre la información que se difundiría desde el medio, y que la relación que existía entre los propietarios del medio y la alcaldía provocaba este tipo de dinámicas.

¿Por qué aparecen comunicados o boletines de prensa replicados en los medios?

“Eso es algo que siempre intentaba evitar, pero hay como una costumbre o un hábito entre los periodistas de usar los textos, tal cual como se recibían de algunos entes, sobre todo para hacer notas pequeñas o complementarias, y es un hábito generalizado que creo es porque los periodistas estaban sobrecargados y llegaba un momento en que para completar un espacio lo usaban”.

En este caso, este coordinador o editor de área admite que hay una costumbre generalizada de los periodistas de usar los comunicados y replicarlos, tal cual lo reciben de la alcaldía, situación que se debería a la sobrecarga de trabajo diaria. Entonces, esas comunicaciones se convierten en ayuda para responder con la producción.

“Hay casos más graves, me refiero a periodistas que lo hacían conscientemente. En la mayoría de los casos hay muchos vínculos, en este caso con la alcaldía, entonces lo ve tan simple como vamos a ayudar a determinada persona que es amiga mía y trabaja en tal dependencia de la alcaldía o de la gobernación, creo que en la mayoría de veces es por eso. Otras veces, creo, que hay muchos indicios de que algunos tenían algún tipo de vínculo económico con alguno de estos entes o porque algún familiar era beneficiado o porque ellos mismos en primera persona”.

Para este periodista, las razones también tendrían relación con la cercanía que existía con la fuente, que llegaba a traspasar lo profesional y terminaba en lo personal. En algunos casos, también podría ser – en su opinión - por transacciones de otro tipo.

XVI. Periodista

Profesional con más de 20 años de experiencia en medios locales y regionales.

Número de periodistas que conforman la sección Locales

“En el medio para el que trabajo hay editor general, también hay periodistas por sección y el director del medio, pero en el caso de la información que procede de la alcaldía la manejamos dos personas”.

En este medio también hay un organigrama tradicional, con una planta de personal básica como es el director, editor y equipo de periodistas, pero hay dos periodistas que se dedican a cubrir la fuente de la alcaldía.

¿Cómo se produce la información local?

“Uno permanente habla con su compañero que maneja también esa fuente, también se hace una reunión donde se traza la agenda del día, y ahí se determina qué información manejará cada cual. El editor general está comunicándose con el director constantemente y le transmite la agenda diaria, pero el director puede sugerir un cambio en algún tema, nos puede asignar otro tema, entonces se trabaja en ello. Siento que aquí el director es muy flexible, es decir, aquí hay más posibilidad de escribir lo que me gusta”.

En este caso, el periodista habla de una reunión donde los periodistas plantean sus propuestas y se define la agenda diaria, la cual es comunicada por el editor general al director, que también sugiere temáticas para desarrollar durante el día. Luego el editor se convierte en canal de comunicación entre los periodistas y el director.

¿Hay censura o autocensura frente a algunos temas?

“No, no ha habido restricción de ninguna índole. He publicado informaciones que creo que no me dejarán sacar, porque hay pauta de la alcaldía, pero me equivoco porque sí las publican. Me he dado cuenta que los periodistas no podemos solo aplaudir lo bueno que hace la administración”.

La persona entrevistada asegura que no hay ninguna censura en el medio frente a temas que cuestionen la administración local, todo lo contrario, siente libertad en este sentido, pese a la existencia de pauta oficial. También tiene claro que no solo se debe publicar lo que favorezca a la administración.

“A veces me siento usado, porque, a veces he ido a un evento y todo lo que se dice allí no es cierto, y me toca transcribirlo, es como una noticia comprada, es decir, una noticia pagada, yo he hecho eso, elogiar la gestión. Me toca hacerlo porque me lo designan de la dirección comercial del medio”.

Esta respuesta devela una inconformidad del periodista, que se siente usado, cuando la dirección del medio le pide armar informaciones que favorecen la gestión de las administraciones. Ante esto, habla que no tienen más opción que ejecutar la solicitud.

“Periodista que diga que no se autocensura, creo que se engaña; sí hay autocensura, hay temas que te soy franco si uno hablara de ellos de frente afectaría una industria completa, sobre la que se sostiene la economía de la ciudad, entonces pongo en la balanza el efecto que puede traer una información como esa, qué sentido tiene decir la verdad”.

Este periodista admite que ha experimentado autocensura frente a algunos temas, por el posible impacto que podría traer la publicación, y llega al punto de cuestionarse sobre el sentido de decir la verdad.

“En el fondo también está el tema de la pauta, porque como sabemos los medios son empresas. Ahora está de moda que un grupo de colegas se inventan un medio y empieza a cuestionar a determinado administrador, pero el ataque finaliza cuando esa persona te llama y compra tu silencio, porque eso también está dado por las relaciones que tienes, entonces muchas veces ni siquiera se necesita ser comunicador graduado”.

Esta persona considera que la pauta también se vuelve un elemento que impacta sobre las informaciones que se publican, porque aduce que los medios son empresas. La respuesta también hace referencia a las llamadas que hacen algunos administradores o funcionarios cuando llaman a determinado periodista y acallan su voz.

¿En algún momento te ha llamado algún funcionario de la administración local a reclamarte por alguna publicación o sugerirte algún tema?

“No, yo guardo mi distancia. Pero, a veces, he escrito cosas que le han parecido fuerte a algún funcionario, pero yo le digo que esos golpes no son con mala intención, para que lo tomen como algo positivo, para que podamos empujar. Hay muchas informaciones que hemos sacado, que parece que no fueran noticia, y le han servido al administrador de turno, por ejemplo, cosas sencillas, un hueco en una calle, señalado con un palo y con un trapo, en una ciudad turística, que se vanagloria de querer ser un destino de talla internacional, no pueden existir esos detalles. Las administraciones públicas deben estar agradecidas de que existan periodistas, de alguna manera, no pagados por la administración para, también, poner algunos dedos sobre la llaga. El medio puede ser un aliado para resolver detalles en un administrador”.

Este periodista también habla de situaciones en las que los funcionarios se molestan cuando se cuestiona la gestión que están haciendo. A lo que añade que la administración local debería

ver con buenos ojos la labor de los periodistas que muestran los aspectos negativos, porque ayuda a mejorar la administración.

¿Por qué crees que hay comunicados de las alcaldías que son replicados de forma idéntica por los medios?

“Muchos medios de comunicación en la región no son más que cajas de resonancia de las administraciones de turno, que mandan sus boletines con fotos. A veces creo que esto es hasta peligroso, porque llegará un momento en que no tendrá sentido tener periodistas en las salas de redacción, si se tiene un equipo de profesionales bien pagos, que se dan el lujo de decirte: “hermano, bájale el tono a esa nota, te invito a almorzar y después te da un sobre con plata. Tiene que ver mucho con el tema de salarios. El periodismo no está bien remunerado. Ahora hay libertad para crear y fundar medios, y ahora estamos más jodidos, porque uno no sabe a quién creerle, ahora estamos, como dice Javier Darío Restrepo, en el filo a la navaja, no sabemos ahora, ¿A dónde vamos a llegar? No sé, pero lo peor que un periodista puede perder es la credibilidad, y yo me he cuidado mucho en eso. Todavía la batalla no está perdida, está empezando”.

Esta persona entrevistada considera que los medios de comunicación de la región son replicadores de las informaciones que entregan las administraciones locales, situación que puede ser tornarse más compleja si hay réplica exacta de comunicados, en donde prácticamente el trabajo del periodista es nulo y los medios se vuelven solo en la plataforma para decir lo que le conviene a las alcaldías. Este reportero opina que la mala remuneración de los periodistas da lugar a este tipo de situaciones en las que el periodista termina por replicar los comunicados de las administraciones locales sin hacer ningún ejercicio de

análisis y búsqueda de fuentes, porque su prioridad es llenar espacios durante el día para poder cumplir con lo que debe durante su jornada laboral.

8.5.1. Conclusiones entrevistas medios privados

Número de periodistas que laboran en la sección de Locales

Nueve de los entrevistados aseguran que la información relacionada con la administración local la maneja un solo periodista, mientras que en 6 de los casos se habla de dos periodistas que cubren Alcaldía, lo que indica que en la mayoría de los medios no existe una rotación de la fuente, sino que es el mismo periodista manejando la fuente, lo que posibilita que se genere una cercanía entre ambas partes, que bien podría tener sus beneficios, por cuanto permitiría una constancia en la comunicación, ya que la administración sabría a quién tendría que enviar la información y el periodista también conocería a la fuente, pero podría ser perjudicial si la relación pasa a una cercanía en la que terminan haciéndose transacciones que se traducen en intercambio de información por dádivas.

Los resultados develan que, en pocos casos, hay una rotación de fuentes, que no se hace tanto de manera consciente, sino que se hace porque el personal - en la mayoría de medios - es reducido, lo que obliga a que los periodistas se muevan en conjunto a trabajar en la producción diaria.

Cómo se produce la información local

En seis de los casos, los periodistas señalan que los boletines o comunicados de la alcaldía son usados para construir información que procede de la administración local, lo que refleja

que dichas comunicaciones siguen siendo tenidas en cuenta por los periodistas. En tres de los casos, los periodistas mantienen la costumbre de escuchar radio y revisar periódicos, porque se vuelve una guía para definir su agenda temática.

En cuatro de los casos hablan de una agenda temática compuesta por propuestas de los periodistas y del director del medio, y en dos de esos casos se habla directamente de unas asignaciones del director por periodista, lo que prácticamente cierra la posibilidad de que el periodista pueda proponer, porque le da prioridad a la ejecución de las tareas asignadas por el superior.

Seis de los consultados hablan de una agenda propia, es decir, temas que proponen que están alejados de las informaciones que plantea la administración local en sus comunicados, lo que indicaría que todavía hay periodistas y medios con intenciones de hacer periodismo con interés distinto a lo que dictan la alcaldía.

En cuatro de los casos se habla de la realización de un consejo de redacción, lo que evidencia que en muchos medios se han perdido esos espacios en los cuales los periodistas plantean y discuten temas con colegas y que el periodismo en la Región Caribe ha quedado sumido a cubrir espacios para cumplir la producción diaria del medio.

Hay autocensura o censura frente a algunos temas

En ocho de las entrevistas realizadas, los periodistas han manifestado haber sufrido censura o autocensura, ya sea del director del medio, de los propietarios, de algún funcionario de la administración local o de la misma gente, mientras que otro de los consultados habla de “sentirse usado” porque el área comercial del medio le ha solicitado escribir alguna publicación que favorece a la administración local. Lo encontrado en las respuestas devela

que hasta los propietarios incurren en censurar temas que cuestionen la administración local, sea por razones personales o de poder, en otros casos el periodista dice que no se desgastará en investigaciones que sabe que no serán difundidas, y en otro porque dice que las grandes investigaciones se las deja a los detectives.

Aunque otros siete consultados respondieron no padecer por ninguno de estos dos males, uno de ellos habla de desmotivación por el mal salario, otro señala que trata de manejar la información que cuestione a la administración de forma sutil y otro que algunas fuentes se abstienen de dar testimonios que cuestionen a la administración local.

Relación con la fuente

En siete de las entrevistas, los periodistas aseguran haber recibido llamadas de algún funcionario o jefe de la administración local de su ciudad, ya sea para sugerir temas, hacer reclamos o aclaraciones de alguna información publicada, lo que permite inferir que los funcionarios siguen considerando de impacto la información que producen los medios locales. Otros dos entrevistados dijeron que nunca los habían llamado, en tanto que algunos periodistas adujeron que era complicado conseguir respuestas de los funcionarios, situación que obligaba a que las informaciones tenían que salir sin la voz de estos. En uno de los casos se habló de veto hacia el medio, porque las publicaciones no favorecían la gestión de ciertos funcionarios. Solo dos de los periodistas hablan de su interés por mantener una relación profesional y distante con la fuente.

La réplica de los comunicados en los medios locales privados

Aunque esta conducta no se da en todos los medios analizados, lo que sí es cierto es que sucede en algunos más que otros, tal como se encuentra en el análisis de contenido de la presente investigación. Ocho de los entrevistados admite que se incurre en este tipo de prácticas y aducen que se debe a que la meta de producción diaria es mucha para el tiempo que tienen, y los boletines o comunicados de prensa terminan por convertirse en contenido para completar espacios por llenar. Dos de los entrevistados aseguran que, además del tiempo, también hay desmotivación por el mal salario que devengan y no le importa tomar las comunicaciones de la alcaldía y publicarlas tal cual como le llegan. En otro caso también se habla de inexperiencia de los periodistas que manejan la información, mientras que otro consultado habla de pereza de los periodistas.

8.6. Entrevistas a jefes de área de Comunicación de las Alcaldías

8.6.1. Entrevista a Diana Acosta (secretaria de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla)

Diana Acosta es la secretaria de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla desde septiembre de 2013, cuando se creó esta dependencia. En esta conversación también intervienen Liliana de La Cruz, jefe de la Unidad de Marca de la Secretaria; Tony Lemus, jefe de comunicación informativa o medios externos, y Alejandra Sánchez, la directora de la unidad de Comunicación Interna. Diana Acosta mencionó como otro de los coordinadores a William Guerrero, a quien ella llamó el filtro del equipo digital de la alcaldía así como del tema administrativo. También fue mencionado Ricardo Villa, quien ocupa el cargo de Jefe de Prensa y quien hace el cubrimiento diario del alcalde Alejandro Char. En total son cinco grandes unidades, que están bajo la coordinación de Diana Acosta.

¿Hace cuánto existe la Secretaría de Comunicaciones?

“Cuando llegamos en septiembre de 2013 a este cargo, que era una oficina de prensa, digamos que tenía esa lógica, la de un equipo reporteril que toma acciones del mandatario y replica a medios de comunicación. Además, nos enfrentamos a un problema complicado, el nivel de aceptación de la alcaldesa de ese entonces (Elsa Noguera), en ese momento, no era un nivel muy alto, por diversas cosas. Ella había reemplazado a Alejandro Char, un líder carismático, y el hecho de ser mujer, aunque nosotros creamos que no, influye, y, además, es una persona con mano fuerte, que tenía que venir a cobrar unos impuestos, y eso afectaba su imagen. Cuando llegamos y nos dimos cuenta que la oficina de comunicaciones era simplemente un ejercicio reporteril para enviar a medios, nos dimos cuenta que había que comenzar a variar el trabajo, no solamente por la imagen de la alcaldesa o del alcalde o del gobernante, sino que había que comenzar a trabajar para que la información se convirtiera en una información ciudadana, que es el gran propósito de esta”.

Antes de que existiera la Secretaría de Comunicaciones, en septiembre de 2013, según la líder de la dependencia lo que existía era una oficina de prensa, que se encargaba de replicar las acciones del mandatario local a los medios de comunicación y que eso suponía un cambio, porque la dependencia debía ir más allá de manejar la imagen del mandatario local y que el gran propósito debía ser producir información ciudadana.

“Comenzamos a mirar que nuestra tarea era construir una información pública, es decir, no es hacer la reportería del mandatario, es entender las dinámicas de la ciudad para poder entregar esa información que así se requiere, entonces nos enfrentábamos a que a pesar de que la ciudadanía no tiene clara la división administrativa de una administración pública y no tiene por qué tenerla clara, la ciudadanía solamente se dirige y quiere que el alcalde le

responda a sus necesidades, no importa si hay una oficina de seguridad y convivencia ciudadana, no importa si hay una secretaría de salud, una secretaría de deporte. El ciudadano común no tiene por qué tener esas claridades, esas son unas claridades que tienen que funcionar para que la gestión pública pueda responder a los diversos indicadores con los que se compromete en su plan de gobierno, que luego se convierte en su plan de desarrollo”.

La Secretaria de Comunicaciones asegura que la oficina tiene entre sus tareas principales construir una información pública y entender las dinámicas de la ciudad para, de esta forma, entregar información. La líder de la dependencia también tiene claro que la ciudadanía no conoce la división administrativa y tampoco tiene que saberlo, y que el alcalde es la persona que la gente identifica como la persona a la que hay que dirigirse, independiente de si existen dependencias que se encargan de cada área de trabajo.

¿Cuántas personas trabajan en este ejercicio de comunicación?

“Estamos hablando de más de 200 personas alrededor de la Alcaldía de Barranquilla con sus entes descentralizados. Estas personas incluyen logísticos, conductores, secretarias, camarógrafos, reporteros, redactores. Porque los secretarios van queriendo hacer sus equipos; ya ninguna secretaría tiene un jefe de comunicación, tienen personas que hacen la tarea asignada a comunicaciones, pero les llamamos enlaces, que son personas que hacen funciones de comunicación. Entonces, dependiendo de cuál es la necesidad, si tenemos que sacar una campaña, el enlace de comunicaciones o el equipo de comunicación se conecta con nuestra unidad de marca y publicidad. Entonces, nuestra unidad de marca y publicidad, desde la secretaría, da el direccionamiento de cómo tiene que ser. En el gobierno de Alejandro Char nos convertimos en Secretaría de Comunicaciones, es decir, es toda la

institucionalidad del ejercicio de la comunicación pública y estas diversas personas o equipos nos reportan permanentemente a nosotros”.

El grupo que compone la Secretaria de Comunicaciones es de unas 200 personas, que se convierten en enlaces de esta oficina, es decir, son los que producen la información en las distintas dependencias de la Alcaldía, que luego es enviada a la Secretaria de Comunicaciones.

¿Quién decide qué se publica?, ¿Cuál es el enfoque que se le da a los comunicados?

Diana Acosta: *“Tony Lemus es el encargado de medios informativos”.*

Tony Lemus: *“Los temas vienen de una dinámica que tiene cada dependencia, si hay una ejecución de una obra específica, de una vía, entonces, el enlace que está en Obras Públicas, plantea la necesidad y el tema, y nos lo propone a nosotros, y nosotros lo ajustamos al discurso del alcalde, al Plan de Desarrollo que se está ejecutando, porque hay noticias que no se pueden mandar sin el contexto adecuado. Si vamos a decir que se entrega una vía, hacemos relación al compromiso del alcalde, que está en el Plan de Desarrollo, del tema de la movilidad, mejoramiento de vida. Cada enlace es una corresponsalía en un medio de comunicación”.*

En cada dependencia, el enlace de comunicación de cada dependencia entrega la información a la Secretaria de Comunicación, y esta última la ajusta al discurso del alcalde y al Plan de Desarrollo que se está ejecutando.

Diana Acosta: *“Todo esto siempre es consensuado. El ejercicio de grupos primarios lo hacemos mucho, después de almuerzo, usualmente, nos tomamos un café con el equipo, con las cabezas, conmigo, y comentamos un poco lo que hay, lo que ha llegado, entonces, por ejemplo, hay veces que alguien te manda una información, no es pertinente en este momento,*

la dejamos para dos o tres días después. Hay unos días en donde todo el mundo se enfoca en mandar información o hay otros momentos donde no dan información, y Tony regula, dice: viene Semana Santa, qué vamos a hacer. Lili, entonces, tiene las campañas especiales para la Semana Santa, por ejemplo, todo el tema de seguridad, todo el tema vial es muy importante en esta época, y las recomendaciones de salud, sobre el consumo de pescado, que tengas cuidado a la salida de la iglesia... Entonces, ella configura todo el ejercicio de la campaña, porque son campañas, Tony hace todo el ejercicio de la divulgación, y sabe que en esos días, nosotros tenemos días en donde la prensa va a estar desesperada porque no tiene demasiada información, y se encarga, con cada uno de esos enlaces, que son como corresponsales, de que nos provean información para que nosotros no solamente entreguemos información de coyuntura, sino sea una información permanente a la comunidad que, a la larga, es una rendición de cuentas en estado permanente”.

En la Secretaria de Comunicación se realiza el ejercicio de grupos primarios, en el que participan las cabezas de grupo que ya se mencionaron en un principio. En estos encuentros se habla de las informaciones que han llegado a esta oficina y que provienen de otras dependencias y se decide qué se publicará. El objetivo es que haya información permanente para que, en opinión de la entrevistada, se cumpla la función de rendición de cuentas.

¿Cuál es la misión y la visión de la secretaría?

“La misión y visión de la secretaría es ser el puente entre la ciudadanía y la administración pública. En la alcaldía de Barranquilla hemos aprendido que, en el proceso de comunicación, es más importante ser receptor que emisor. Entonces, nosotros somos unos escuchas permanentes de la comunidad para poder leerla e interpretarla, y para poder bajar

la información, y nuestra visión es que esta es una dependencia que lo que hace es una información de comunicación pública para construir ciudadanía”.

La Secretaria de Comunicaciones asegura que la misión y la visión están enfocadas en que la oficina sea el puente entre los ciudadanos y la administración local, y que hay un interés enfocado en escuchar a la comunidad, para hacer el ejercicio de comunicación pública que construya ciudadanía.

¿Cuáles son los mecanismos más eficaces que tiene la secretaría de comunicación para transmitir o para informar?

“Nosotros no podemos hablar de un mecanismo en especial porque nosotros tenemos diversidad de stakeholders, tenemos una ciudad completa. Entonces, si bien es cierto, tenemos muchísimas veces que nos funciona de maravilla activaciones de BTL, otras veces, es el tema de un boletín de prensa, otro es la información pública que comenzamos a hacer viral a través del ejercicio de redes. También hay encuentros con la comunidad, las rendiciones de cuentas sectoriales, las campañas publicitarias que hacemos. La administración pública es un producto, que no tiene por qué darte miedo, entonces, vas y conquistas Discovery, y sales en ciudad de discovery, y de la misma forma promocionas el predial, y le dices a la gente: muchísimas gracias a usted por construir a Barranquilla, pero, ¿Sabe qué? Acuérdesse que tiene que pagar el predial, y antes del 31 de marzo es el 10%, hasta el 31 de mayo es el 5%, y también tenemos campaña de Vamos a Pasar una Semana Sana, y hacemos esto y esto y esto, es decir, somos un producto”.

La Secretaria de Comunicaciones asegura que su diversidad de públicos hace que tengan distintos mecanismos de comunicación, que van desde activaciones de BTL (Below the line)

hasta los boletines de prensa. La líder de la dependencia considera que la administración pública es un producto y se debe manejar como tal.

“Las redes sociales son fundamentales. Yo pertenezco a más de 150 grupos de Whatsapp, porque en las mañanas hago la lectura de lo que la gente está diciendo, porque la gente se muestra en estos espacios tal cual es. No necesariamente las encuestas te lo dan todo, de hecho, confieso, nosotros hacemos encuestas permanentes, no solamente Gallup y el Centro Nacional de Consultoría, que son unas encuestas externas, no; nosotros encuestamos permanentemente para saber cómo trabajamos. En el 2013 llegamos y nos damos cuenta que en lo digital tenemos un gran problema, y que, en lo digital es donde la gente se atrevía a lanzarle las naranjas a la alcaldesa, y comenzamos a construir el personaje digital. ¿Cómo construyes tú un personaje digital? Siendo capaz de tener claro el vocabulario de tu gobernante, la idea de tu gobernante en su relación con su comunidad y comienzas a mandar los mensajes, de hecho, nosotros ponemos la agenda pública a través de las redes de la alcaldía. No hay mecanismo en particular digamos es el más eficiente, lo que pasa es que, en estos momentos, hemos logrado, a través de las redes, que el alcalde sea el vocero oficial, ponemos la agenda allí y se complementa con las otras dinámicas de la comunicación”.

Las redes sociales, en opinión de la Secretaria de Prensa, son importantes, porque estos canales de comunicación permiten conocer qué está pensando realmente la gente, porque son espacios donde la gente se muestra tal cual es y se atreve a criticar al mandatario. Además, porque en esta administración, el alcalde es el vocero oficial, lo que le da un carácter personalista a las comunicaciones.

“Cuando nosotros llegamos aquí a la administración y nos enfrentábamos a la popularidad, en ese momento incluso, o sea era 40 y tanto por ciento de favorabilidad lo que tenía la

alcaldesa, es decir, te enfrentas a que tienes un problema de la favorabilidad de un gobernante, aparentemente te enfocas en él, no te puedes enfocar en ello, eso es una consecuencia del ejercicio de la comunicación pública, es muy importante la favorabilidad de un alcalde o un gobernante, y ¿por qué es importante? Porque eso genera gobernabilidad, porque en la medida en que tú no creas en tu líder va a ser mucho más difícil que tú te comuniqués con tu líder, y si tú no te comunicas con tu líder, es imposible que tu líder te escuche, porque tú no vas a querer tener nunca una comunicación, por eso es importante el ejercicio de la favorabilidad de los mandatarios públicos, no es un ejercicio de ego, por supuesto que a todo el mundo le gusta ser aplaudido, es maravilloso y te lo digo ahora que vivimos con un alcalde que tiene más del 90% de favorabilidad, qué maravilla, pero eso lo que implica es una gran responsabilidad de escucha permanente”.

Para la Secretaria de Comunicaciones la favorabilidad que tenga el gobernante no puede ser el foco de la gestión de la Oficina, sino que debe ser una consecuencia del buen ejercicio de la comunicación pública. Sin embargo, considera muy importante el tema de favorabilidad del mandatario o gobernante para que se dé la gobernabilidad.

¿Cuál es el canal o canales para entregar la información a los periodistas?

“El manejo de noticias públicas tiene un formato de un boletín oficial de prensa que enviamos a una base de datos de 565 correos electrónicos, esa plataforma de envíos tiene la imagen institucional para que los medios sepan que es fuente oficial de la alcaldía de Barranquilla, podemos estar enviando, según el movimiento de noticias, entre 3 y 5 órdenes de prensa cada día, de diferentes temas. Los temas que más se mueven: obras públicas, salud y educación. Eso está cambiando diariamente. Ya los medios saben, cuando les llega una noticia de esa plataforma de envíos. Más que todo son boletines, también emitimos

comunicados cuando se trata de hacer una aclaración de algún tema específico, que, de pronto, en redes dijeron algo incorrecto y está tomando cierto nivel de multiplicación, y conviene hacer la aclaración oficial, se envía tipo comunicado de prensa, que es más breve y con un lenguaje más directo y específico sobre el tema. El WhatsApp lo usamos para reforzar la información que estamos mandando por esa plataforma, entonces, tenemos un listado de difusión con los periodistas de los distintos medios, y por ahí también divulgamos contenido de boletines, o audios, o videos, y tarjetas de invitación a ciertos eventos, a los que convocamos para que ellos asistan”.

Los boletines y comunicados se mantienen como forma o canal para transmitir información a los periodistas. En este caso, los temas que más se generan están relacionados con obras públicas, salud y educación. El WhatsApp vuelve a convertirse en un espacio que no solo sirve para leer cómo está pensando la gente, sino que también es un espacio para comunicar a los profesionales de los medios privados.

“Aquí permanentemente están llegando los periodistas. Tony es quien maneja absolutamente todo, digamos, aquí tenemos muy definidas las líneas, pero cuando hay algo que necesitamos que sea agenda pública, que sea la agenda noticiosa, yo envío desde mi celular a una lista de difusión de directores de medio, pero no es una información que enviamos diariamente, es particular la información a grupos de directores. Cuando hay algo especial entendemos que no podemos bombardear por todos los medios, o sea para poder lograr la efectividad y la eficiencia tenemos que saber muy claramente cuando usamos un medio y cuando usamos otro. El tipo de información que se enviará determina el medio que se selecciona”.

Y aunque se envían boletines y comunicados a los periodistas, también se puede dar una comunicación directa entre directores de medios y la Secretaría de Comunicaciones de la

Alcaldía, cuando se necesita que la información sea de agenda pública. La entrevistada aclara que es importante definir el medio que se usará, según el propósito de la comunicación.

¿Qué tan importante es la Ley de Transparencia y acceso a la información pública para el tema de la página web?

“Alejandra es la encargada de la página web y lo que se sube allí. Una de las cosas que nosotros hicimos, además, fue que modificamos nuestra página web, la de antes estaba entendida desde la lógica de la administración pública. Hoy la página está entendida desde el ciudadano, o sea, no es que voy a entrar a la pestaña de la secretaría de salud, no, yo tengo una necesidad en salud, yo, como ciudadano, tengo unas diversas alternativas, cuáles son las que uso para poder entregar la información”.

En la Alcaldía de Barranquilla, Alejandra Sánchez es la persona encargada de manejar y monitorear la información que se difunde en la página web. La Secretaria asegura que se acaba de modificar el website de la Alcaldía pensando más en el ciudadano, que en la administración pública.

Alejandra Sánchez: *“Nosotros, desde la secretaría de comunicaciones, tenemos una coordinación de contenido. Toda la página web, además de estar basada en el ciudadano, está basada en la Ley 1712 y, en los contenidos mínimos que tenemos que publicar, que nos establece esta norma en su decreto reglamentario, para esto tenemos un esquema de comunicación que también nos lo pide la norma, donde se establece cuál es la periodicidad, cuál es el tema, el responsable, y los tipos de información que tienen que subirse. Nosotros, desde la Secretaría de Comunicaciones, lo que hacemos es controlar y hacer seguimiento a este esquema de publicación, es decir, nosotros hemos capacitado y tenemos un grupo de enlace también para el tema de la página web, y cada generador de contenido es el*

responsable de subir y de mantener actualizada la información que por competencia le corresponde. Nosotros lo que hacemos es velar y verificar que esto sí se esté cumpliendo; tenemos algunas herramientas que nos permiten hacer esa tarea, primero, el monitoreo, a través del esquema de información, segundo, tenemos un protocolo web que establece desde los colores que nosotros tenemos que utilizar para publicar cosas en la página web, hasta cuántos caracteres por línea tenemos que utilizar al subir una información en la página web. Tenemos un equipo de tres personas, tenemos establecidos unos periodos de seguimiento y un número de enlaces aleatorios que son los que revisamos, con base en estas revisiones, hacemos un informe a control interno, que lo mandamos con cierta periodicidad para que control interno haga las sugerencias, o pida las mejoras a las que haya lugar".

El equipo que se encarga de monitorear la información que se difunde en la página web está conformado por tres personas, que se encargan de que la sede electrónica de la Alcaldía cumpla con los contenidos que exige la Ley de Transparencia.

"Nosotros estamos trabajando, realmente, desde que salió la ley en el 2014, pero a propósito de la renovación de nuestra página, se conformó el equipo desde el año pasado. Cuando la Ley de Transparencia salió, nosotros, empezamos a implementarla desde el 2015 - 2016. A partir de ahí, nosotros siempre estuvimos por encima del 50%, aún no estamos en el 100%, estamos en el 90 y pico, pero vamos bien".

La directora de Comunicación Interna, Alejandra Sánchez, dice que aunque se empezó a trabajar desde que salió la Ley de Transparencia todavía no han llegado a un cumplimiento del 100% de los indicadores, bajo los que se rigen y que definen si se publica todo lo que se exige la normativa.

¿Qué rubro se maneja para el tema de publicidad en los medios?

Diana Acosta: *“Eso depende. Nosotros tenemos unos que hemos llamado los independientes, y, otros, los grandes medios. Esto varía, según campaña, varía según lo que nosotros hagamos. El promedio de independiente es como entre 100 y 150 mensuales millones de pesos (44.000 euros en promedio), o por campaña. Lo otro son los grandes medios, que pueden ser unos 6 mil millones de pesos (1,8 millones de euros en promedio) al año, entendiendo especiales a revistas nacionales, a medios nacionales, periódicos, páginas web, en fin, estamos hablando de unos 8 mil a 9 mil millones de pesos colombianos (2,6 millones de euros en promedio). En ese grupo de grandes medios están *Semana, El Tiempo, La República, Portafolio, Caracol, RCN, Discovery, por ahí nos están coqueteando de History Channel, CNN, y dependiendo de lo que hagas, El Herald.* Entonces, no necesariamente es entendido como la pauta, sino como un foro, varía mucho”.*

La Alcaldía ha definido dos grandes clasificaciones para los medios en los que pagan, que son medios grandes e independientes, y esa clasificación determina los montos que se destinan para cada medio, que para el caso de los primeros es de 44.000 euros en promedio, al mes, mientras que para los segundos es de 2,6 millones de euros en promedio, al año.

“Cuando llegué aquí, había periodistas que ganaban más que un secretario y más que el alcalde, y que tenían un programa de media hora, ¿Por qué? Porque tenían todo el tiempo del mundo, iban donde un secretario, y un secretario le daba pauta, y otro secretario le daba pauta. Entonces, lo que nosotros hicimos fue que unificamos esa pauta, con eso no solamente hacemos asignación de pauta como tal, sino que, además, hacemos impresos, hacemos activaciones o actividades BTL, o sea, es todo un cúmulo de inversión que hacemos en el manejo y en la distribución de información, y miramos la inversión que nosotros hacemos, si nos representa en cuanto al freepress, ganancia o no, entonces nosotros medimos mucho

el freepress. Por ejemplo, yo puedo invertir, que no necesariamente es pauta, pero que tiene que ver con la producción de la información, 10, 11 millones de pesos en un evento, entonces, ese evento me tiene que rentar en freepress, por lo menos 4 veces. O sea, es una medición que también tenemos, esa no es una medición que yo puedo poner en la tabla, ni puedo poner por escrito porque se mal entiende, pero es una cosa que hacemos de manera permanente para ver si estamos siendo eficientes en el recurso”.

Con la creación de la Secretaria de Comunicaciones también se unificó el tema de la pauta, y esta dependencia es la que hace designaciones en este sentido, así como también mide qué tanto efecto o, como ellos le llaman rentabilidad, tienen las distintas inversiones que se hicieron en manejo y distribución de información.

“Sin embargo, para nosotros ningún medio es inferior al otro en la entrega de información, o sea no hay preferencias. La información pública no es para que sea una chiva para alguien, o sea, sí tienes la chiva porque la consiguió, la logró, pero no soy yo quien tiene que entregar una chiva, o sea, yo tengo que tener respeto por la ciudadanía y todos los ciudadanos valemos igual, entonces todos los medios desde el esfuerzo que hagan valen igual, no en la pauta. En la pauta sí miramos todos los diversos estudios”.

Para la Secretaria de Comunicaciones, a diferencia de lo que dicen algunos periodistas entrevistados, no hay medios preferidos para la administración local, porque según ella, la información pública no es de exclusividad de nadie, así que cuando se entrega información se hace para todos de manera igualitaria. Sin embargo, para el tema de la designación de pauta sí se tienen en cuenta los diversos estudios que se hacen a los medios.

Liliana de la Cruz: *“Para la asignación de la publicidad también se tiene en cuenta los estudios EGM y ECAR.*

Según Liliana de la Cruz, jefe de la Unidad de Marca de la Secretaría, para designar la pauta también se tiene en cuenta los resultados que arrojan los estudios EGM (Estudio General de Medios) y ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial), en los que aparecen los medios más leídos y las emisoras más escuchadas.

Diana Acosta: *De hecho, estamos haciendo también un ejercicio para medición de impacto, esto es un modelo que lo estamos implementando desde la secretaría de comunicaciones, que espero que, al final de esta administración, lo podamos tener, y un poco de cómo podemos medir el impacto, el que se acerca aquí buscando una publicidad, entonces teniendo en cuenta el EGM o el ECAR, en el caso necesario, la lecturabilidad, el relacionamiento que ese periodista tenga, si es un director, si es un reportero. Por ejemplo, hay unos periodistas que, además de ser periodistas, son profesores en una universidad, o que además de tener su programa de radio, de televisión, tienen una columna en el periódico, entonces eso tiene un relacionamiento diferente. O sea, no es lo mismo que un reportero de un noticiero nacional diga una cosa, a que alguien que además es profesor, que además tiene una columna, diga algo.*

La Secretaría de Comunicaciones reitera la importancia de los estudios EGM y ECAR. Aunque la dependencia también tiene en cuenta la importancia del periodista, es decir, el relacionamiento que tenga y el impacto social que pueda tener.

8.6.2. Entrevista a Aníbal Terán (jefe de Comunicaciones de la Alcaldía de Cartagena)

Aníbal Terán es el jefe de Comunicaciones de la Alcaldía de Cartagena desde mayo de 2018. Lleva un promedio de cinco años de labores en el Distrito, donde ha estado vinculado en el

área de prensa en entidades como la ESE Cartagena de Indias, que maneja el primer nivel hospitalario de la ciudad, Planeación Distrital y Concejo.

¿Cuántas personas componen el equipo de trabajo?

“Unas 34 personas. La metodología de trabajo es como una agencia de prensa. Yo vengo de trabajar 18 años en el periódico local, El Universal, ahí fui editor, fui cronista, y es el estilo que tengo para trabajar. Tenemos armado el grupo, el cubrimiento de despacho lo cubren cinco personas: un community manager, un camarógrafo, un fotógrafo, un periodista, yo siempre estoy presente, y, cuando hay salida al exterior, un videógrafo, una persona que hace videos en forma instantánea para las plataformas de las redes sociales, pero también hacemos un periódico (virtual e impreso) semanal con las noticias de la administración, lo más relevante. Son unos 2.000 ejemplares que se reparte en distintas calles de la ciudad. Otras personas hacen un programa de televisión que hacemos en YouTube, apoyamos aquí a las diferentes secretarías o dependencias que necesitan los servicios, tenemos un organigrama, y, por ejemplo, aquí hay cerca de 14, 15 dependencias de despacho, siempre están necesitando un periodista, entonces, tenemos el equipo fluctuante en diferentes dependencias, hacemos los comunicados de prensa, son varios periodistas que trabajan en el día, en los diferentes eventos de la administración, además de eso manejamos las redes sociales: Twitter, Instagram y Facebook. Ahorita vamos a hacer un programa de radio en la Emisora de la Policía Nacional que debe arrancar en una semana”.

En el caso de la Alcaldía de Cartagena, el personal vinculado con el proceso de comunicaciones y prensa está compuesto por 34 personas, que se van rotando, según las

necesidades de las dependencias que tiene la administración. También ejecutan actividades tales como un programa de televisión en YouTube, realización de un periódico virtual e impreso, manejo de redes sociales, realización de fotos y video.

¿Quién maneja la página web de la Alcaldía?, ¿Qué tanto tienen en cuenta la Ley de Transparencia?

“La página web la maneja la oficina de informática, es decir, todo lo técnico, pero nosotros la mantenemos con los boletines que sacamos diariamente. Nosotros la alimentamos en lo que nos corresponde a nosotros en el tema de prensa. Además del periódico, el informe que hacemos por YouTube, que lo montamos también en las plataformas de las redes, estamos en constante comunicación con los comunicadores. Bajo las directrices mías se publican los comunicados y se hace todo. Siempre estoy en comunicación constante con el alcalde. Martha Ramírez es la persona que está encargada de la página y estamos trabajando acorde a la ley, mostrando todo lo que se hace aquí en la administración, mostrándole a la ciudadanía todo eso”.

En la Alcaldía de Cartagena, la página web es manejada por la Oficina de Informática y es alimentada por la persona encargada del área de Comunicaciones, que para este caso es Martha Martínez. El entrevistado asegura que este espacio es usado para dar a conocer a la ciudadanía todo lo que hace la administración local, por tanto, se suben allí toda la información que se produce, que va desde los boletines hasta el periódico. Las directrices de las comunicaciones las da el Jefe del área, que está en constante comunicación con el alcalde.

¿Qué factores determinan qué se le comunica a la gente?, ¿Cuáles son los medios más eficaces para llegar a la ciudadanía?

“Nosotros funcionamos como una agencia de prensa. Tratamos de emitir comunicados que le interesen a la gente, bajo esa premisa se elaboran los comunicados, por ejemplo, jornadas de atención integral que hace el Distrito, pronunciamiento del alcalde sobre temas álgidos. Esta Alcaldía llega, que tiene 5 meses este alcalde, llega a una ciudad totalmente polarizada. Este periodo ha tenido 4 alcaldes por las suspensiones, entonces ha llegado a recomponer la casa, aquí hay protestas por todo, porque en esa época de interinidad no se cumplía con los compromisos que adquiría la administración, entonces, en aras de cumplir se atienden a los protestantes, aquí protestan por todo, o comenzaron protestando por todo, ya se están amainando las cosas, protestaban porque no había un servicio de celaduría en los colegios, en las instituciones educativas, el año pasado se adoptó, se adjudicó para garantizar la continuidad este año, ahora protestan porque hay servicio”.

En la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Cartagena, se producen informaciones que pretenden despertar el interés de los ciudadanos. Pese a esto, el entrevistado considera que se estaría frente a una ciudadanía que reclama por todo, porque – en opinión del Jefe de la dependencia- a razón de la interinidad en la administración, esta no cumplía con los compromisos que adquiría.

¿Cuál es la misión y la visión de la Oficina?

“La misión que tiene la oficina de prensa es informar sobre hechos que atañen a la comunidad, y las acciones del gobierno que mostramos diariamente a través de los boletines, y el contacto que tenemos con los medios masivos, tú a tú también porque ellos vienen a entrevistar al alcalde sobre diversos temas. Manejamos una agenda bastante agitada, informamos todo porque este es un gobierno de puertas abiertas, aquí no se esconde nada”.

En este caso, según el entrevistado, la misión es informar sobre hechos que impactan a la ciudadanía y de un gobierno de puertas abiertas, donde todo esté a la luz pública.

¿Cuáles son los canales de comunicación con los periodistas?

“Vía correo electrónico y vía WhatsApp. Creo que el mecanismo instantáneo más eficaz que se tiene para la difusión de la información son las redes sociales, pero los medios de comunicación los ven, la gente ve televisión, escucha radio, lee internet, también leen periódicos”.

Para el Jefe de Comunicaciones, los canales de comunicación para entregar información a los periodistas son correo electrónico y WhatsApp, aunque considera que las redes sociales son instantáneas.

¿Qué tan cierto es que existen medios preferidos para las jefaturas de prensa?

“No, aquí tenemos una lista de difusión y se le envía a todo el mundo. Obviamente, que hay periodistas que están más pendientes de la información, hay periodistas que los tengo ahí al pie, preguntando, entonces, pues, tú le entregas la información a quien te la solicita. Trabajé 18 años en un medio impreso, en ese tiempo comenzaron a aflorar las redes sociales, desde que hay redes sociales se está haciendo como que un periodismo personalizado, hoy día, las redes sociales le ganan a los grandes medios, ya no tienen nada que hacer. Hace 12 años, yo llegaba a una parte... Llegó Anibal Terán Tom de El Universal, y todo el mundo se asustaba, ya no, ya aquí llega un periodista de El Universal y llega un periodista de un portal que lo acaben de crear, es lo mismo, obviamente, tiene que cultivar, generar tráfico y eso, pero, para uno ya es lo mismo porque aquí cualquier Facebook nos puede atacar, a la administración distrital”.

La respuesta del entrevistado indica que no hay medios preferidos, pues la información se envía a todos los que están incluidos en la lista de difusión. El Jefe de la Oficina considera que cualquier medio es igual de importante, porque ahora la internet ha generado una cantidad de espacios que antes no existían, lo que ha producido que sea necesario hacer llegar la información de distintas formas, y en ese panorama – en opinión del líder de la oficina- las redes sociales son muy importantes.

¿Qué rubro se maneja para la publicidad en los medios?

“No tenemos dinero para nada aquí. Aquí en esta oficina no hay plata para contratar nada. Así que lo que hacemos, lo hacemos con mucho esfuerzo y con entusiasmo, mucho aprecio, porque valoramos lo que hacemos, pero yo no tengo plata para contratar publicidad en medios, no tengo plata para contratar insertos, hacemos el periódico que tenemos con las uñas”.

En el caso de la Alcaldía de Cartagena se asegura que no hay dinero para invertir en publicidad, es decir, que el proceso de comunicación estaría resumido en lo hace el equipo de trabajo y las actividades ya mencionadas.

8.6.3. Entrevista a Eduardo Brito (jefe de la Oficina de Comunicación Estratégica de la Alcaldía de Santa Marta)

Eduardo Brito se desempeñó como jefe de la Oficina de Comunicación Estratégica en la Alcaldía de Santa Marta, en el periodo comprendido entre el primero de enero de 2017 al 27 de octubre de 2018. Aunque ya no está en el cargo, es el que lideró este equipo en el periodo que la presente investigación analizó las páginas web y comunicados de las alcaldías, por

ello se hace la entrevista. En 2016 se vinculó con la Alcaldía de Santa Marta para ejercer funciones como presentador y voz institucional, y en 2017 como Jefe de la Oficina de Comunicación Estratégica.

¿Cuántas personas hacen parte de la Oficina de Comunicación Estratégica?

“Tenemos tres procesos: el de comunicación interna, el de comunicación externa, y un proceso que tiene que ver con la identidad de la alcaldía como tal. En mi periodo creé unas cabezas de grupo, una para comunicación externa, una para comunicación interna, una para comunicación digital, una para todo lo que tiene que ver con el componente de videos, una para diseño gráfico, y otra para fotografía. Hay un coordinador de todo el equipo de prensa, que hacía las veces de un jefe de redacción, que era el que organizaba las UPM (Unidad Periodística Móvil) – un invento mío-, que se encarga de cubrir la primera línea informativa. Como hay tantas dependencias en la Alcaldía, para mí era clave ser el jefe de prensa, no del alcalde solamente, sino el jefe de prensa de todos los secretarios, así que hacíamos una micro gerencia de procesos comunicacionales, a través de las apuestas que hicieran los secretarios, antes de que se la llevaran al alcalde. Cuando llegaba al alcalde, él solamente decía quítale o ponle. Esto me llevó a convertirme como en la mano derecha de todos los secretarios, directores y gerentes, y conocía cada una de las problemáticas. Yo tuve 19 personas, que estaban representadas en 5 periodistas, 4 fotógrafos, 2 realizadores audiovisuales, y el resto era personal administrativo, y dos personas en redes”.

La estructura organizacional de la Oficina de Comunicación está compuesta por un líder, Eduardo Brito, y otras cabezas que lideran tres procesos: comunicación interna, comunicación externa e identidad de la alcaldía. El equipo está compuesto por 19 personas, lo que la deja como la Oficina con menos personal si se compara con las de Barranquilla y

Cartagena. El entrevistado señala que una de los aspectos importantes de su función era ser el jefe de prensa del alcalde y de los secretarios del Gabinete.

“Una UPM está compuesta por el siguiente grupo: tiene que haber un periodista, que es el que lidera la UPM, tiene que haber un fotógrafo, el periodista me va a entregar la voz que me sirve para radio, y el texto que me sirve para los periódicos, la página web. El fotógrafo me va a tomar las fotos de lo que nosotros llamamos foto momentos, por ejemplo, la inauguración de un pozo de agua, el foto momento es la llave abierta botando agua, si era un trabajo con el adulto mayor, el foto momento es el alcalde rodeado por los viejitos abrazados, sonrientes, y todo esto lo íbamos guardando en archivos digitales, en la nube o en discos duros; y también lleva el realizador audiovisual, él me hace la entrevista para los medios de comunicación de televisión, que no llegaron, pero también me hace unos planos de apoyo, estos planos de apoyo y la entrevista van a una nube también, y me queda la nota, y, por último, el de redes sociales, en cada secretaría establecimos que tuviera un componente comunicativo a través de sus redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, y de allí las mismas herramientas, tanto el fotógrafo como el realizador audiovisual me creaba un producto para esta línea, quiere decir que, al final de la jornada, en un boletín de prensa, iba el audio, iba el texto, iba la foto, y en otro mandábamos a los corresponsales de televisión los vídeos, pero en el momento exacto, donde se está produciendo la noticia, gracias a la inmediatez, por ejemplo, de la internet, teníamos los trinos o posteábamos las fotos o hacíamos algo para llamar la atención, luego esta información se subía a nuestra página web y compartíamos el link a través de whatsapp. También creamos el resumen diario de noticias; que eran las 5 noticias más importantes en su orden, es decir, la más importante lleva el encabezado, y eso está pasando en nuestras redes, noticias en redes sociales, y

cerrábamos con una palabra como: las cosas buenas se comparten, comparte esta información. Así que cada secretaría tenía una cadena interna de trabajo por whatsapp, y nosotros lo que hacíamos era, yo mandaba, yo sólo le mandaba a periodistas y a las cabezas de los grupos, y estas cabezas de grupo se lo mandaban... por ejemplo, si le llegaba a los jóvenes de Sisbén, la gente de Sisbén tiene una red, si le llegaba al líder de las madres líderes, él a su vez tenía otra red”.

En este caso también se busca centralizar la información de las distintas dependencias en la Oficina de Comunicaciones, y se hace a través de las UPM (Unidad Periodística Móvil), que produce información en todos los formatos no solo para los medios institucionales, sino que también lo hace para los medios privados locales.

“Mi meta era llevarle la comunicación directa a la gente, entonces, cuando yo sé que hay un evento, yo mando la UPM, la UPM va y hace el cubrimiento, pero luego nosotros para llevarlo, para no depender, lo enviamos no solo a los medios de comunicación, que tiene cierta cantidad de oyentes o lectores o abonados, pero este medio de comunicación no tiene la cercanía o el tacto con la comunidad que puede tener un líder, como el cabeza de las madres líderes, entonces cuando yo a las 7 de la noche mandaba el resumen, el resumen, a las 10 de la noche, la había alcanzado 30 mil personas. Yo compartía links que utilizaba cortadores de Google, el acortador de Google me permite ver la cantidad de visitas que generaba mi página web”

La Oficina de comunicación de la Alcaldía de Santa Marta no solo transmite su información a través de los medios institucionales, también los hace a través de los medios privados locales y detecta algunos líderes en las comunidades que tengan cercanía con la gente, y a estos también los usa como canales efectivos de comunicación.

¿Cuál es la misión que cumple el gabinete de prensa de la Alcaldía de Santa Marta?

“Obviamente, nuestra misión era llevar los procesos de comunicación, tanto externa como interna, tanto a la comunidad, a nuestro primer nicho informativo, que es la gente que trabaja en la alcaldía, como también al gran grueso de ciudadanos que quieren saber en qué va la gestión del alcalde, en otras palabras, es una rendición de cuentas permanente, lo que nosotros hacemos, informar a la gente en qué se está invirtiendo la plata, cuáles son los proyectos, cuál es la gestión, en dónde estamos y hacia dónde vamos, obviamente, ahí pasan muchas cosas, si matan una persona la gente quiere saber sobre ese tema, la gente quiere saber este tipo de cosas, que no están en el día a día dentro de la estrategia de comunicación, sino que pasan, y tú tienes que empezar a manejar un tema de comunicación de crisis que se te presentó, se le da el trato y se sigue en lo que se está”.

En el caso de la Alcaldía de Santa Marta, la misión es llevar la información sobre la gestión de la administración local no solo al público interno de la entidad, es decir, la gente que trabaja allí, sino también al resto de ciudadanos. Este proceso es visto por el entrevistado como una rendición de cuentas permanente.

¿Quiénes tomaban las decisiones en cuanto a qué información se difundía?

“Aquí hay un tema que es clave, hay unas líneas que da el jefe de comunicaciones sobre qué es lo que se quiere, esas líneas las da el alcalde, por ejemplo, el tema de continuidad, en algún momento, para nosotros fue clave, porque este es un solo modelo de gobierno, entonces eso no podía desaparecer, el tema de los 500 años, o el tema de los juegos bolivarianos, entonces son temas que eran transversales, que había que meterlo, así que yo, simplemente, tomaba las directrices del alcalde, se la entregaba al jefe de redacción, el jefe redacción hacía las correcciones, y yo lo socializaba todo el tiempo con los periodistas, o,

yo tengo un trabajo un tablero en vidrio y lo anotaba, ojo, esto no puede faltar, en el medio, adelante, o atrás, no puede faltar en el lead de la noticia o en el bajante, esto no puede faltar, en el antetítulo, o en el título”.

Como sucede en las otras alcaldías, si bien hay un encargado de las comunicaciones, esta persona tiene línea directa con el alcalde, que es quien termina por decidir qué se publica y con qué enfoque le llega a la ciudadanía y a los medios de comunicación.

¿Cuáles son los mecanismos más eficaces para llegarle a un ciudadano?

“Colombia es un país de radio, en la mañana la radio es fundamental. Yo te diría que si tu alcalde o gobernador o presidente no sale en la radio, está jodido. La prensa escrita también es buena, pero, obviamente, la internet y las redes sociales han asumido un papel muy importante. Esta generación de millennials no lee periódicos y muy poco escucha radio, uno se va adaptando, uno va creciendo. Yo traté de tener medios propios, y los medios propios fueron los canales de distribución de whatsapp, por ejemplo, porque todo el mundo tiene un teléfono en la mano. Yo creería que uno en el día debe tener lo siguiente: cómo funcionaría el día perfecto para la distribución de medios, sale el boletín el día anterior, eso te garantiza que, al día siguiente sale en el periódico y sale en página web, número dos: envías a tu candidato, a tu alcalde, a tu gobernador a la emisora más escuchada en opinión, o a la emisora musical más escuchada, dependiendo el tema, dependiendo la población, es muy clave, saber a quién le vas a hablar, conocer la audiencia te va a permitir saber a quién le estás hablando”.

Para el entrevistado, los medios de comunicación como radio y periódicos siguen siendo importantes para los encargados de las oficinas de comunicación de las alcaldías al momento de informar a los ciudadanos, pero las redes sociales juegan un papel importante en este

proceso, porque en opinión del entrevistado, la mayoría de personas tienen un teléfono. Y aunque existe una diversidad de canales, es clave tener en cuenta la audiencia a la que se quiere llegar para seleccionar el medio que se usará para transmitir la información.

“Los factores que determinan la información que se entrega a la ciudadanía tiene que ver con el tema de la agenda que nosotros llevamos, es decir, la agenda temática dentro del plan de desarrollo del alcalde. También ocurre que hay momentos de crisis, donde la gente, por ejemplo, si mataron a un turista hay que llevar una información directa, así se da, manejo de crisis y se lleva la información”.

La información que entrega la Alcaldía a la ciudadanía está alineada al Plan de Desarrollo y, en algunas ocasiones, a momentos coyunturales en los que los ciudadanos quieren tener una respuesta de la administración local.

¿Cuáles son los mecanismos para comunicar a los periodistas?

“Los colegas tienen diversas necesidades. Yo creé una lista de difusión por whatsapp, me metí en los tres grupos que hay, entonces lo que hacíamos era, por ejemplo, yo tenía 5 periodistas que estaban mandando la misma información, imposible que no lo leyeras, entonces quería, lista de difusión, lista por los grupos que mandábamos, y en algunas ocasiones, los llamábamos, cuando llegaban acá hablábamos con ellos para contextualizarlos, o yo hablaba y hacía la contextualización de la problemática antes de la rueda de prensa, antes de que, incluso, entrara el alcalde, y, en algunas oportunidades, le entregábamos el boletín de prensa ya escrito, y otras veces no, el alcalde se despachaba; lo otro, hay una comunicación que es la no formal para poder tú ganar como la credibilidad con los colegas, y es la atención al colega, que necesita el agua, el café, llévame, tráeme, ese

tipo de cosas son muy importantes para poder estrechar una relación, no es simplemente el beso y el abrazo, sino todo lo que viene después”.

En la Alcaldía de Santa Marta, el uso del Whatsapp tiene un uso importante tanto para comunicar a la ciudadanía, tal como ya lo dijo el entrevistado en otra respuesta, como para difundir información a los periodistas. En opinión del entrevistado, en algunos momentos, el trato directo con los periodistas, así como la atención hacia ellos es ideal para mantener una buena comunicación.

“Los contenidos se priorizan de acuerdo a lo que esté buscando la alcaldía, hay unos macroproyectos. El primer año fue consolidar al alcalde en sus obras de parques, en la red de parques, eso fue en el 2017, 2018 los Juegos Bolivarianos, ese fue el macroproyecto de ese año, la información a consolidar giraba en torno a eso, en el 2019 se está hablando, por ejemplo, de posicionamiento del Centro Histórico, esto incluye los camellones y una cantidad de cosas, entonces, son como obras que él ya va a dejar trabajando, ya que él trabaja en un súper proyecto que se llama el Plan 500 años, entonces él tiene que dejar como cosas caminando allí, el plan de ordenamiento territorial es una de ellas”.

Las informaciones que envía la Alcaldía de Santa Marta a los periodistas están determinadas por los intereses de la administración local, que están enlazados con los macroproyectos.

“Yo no te puedo decir que yo saco un boletín de prensa y me lo saquen igual, sería mentirte, algunas veces sí pasa, creo que eso pasa cuando hay pereza o mucho trabajo, o que está tan bien escrito que no necesita cambiarle una tilde, pero no es la constante. Yo creo que las críticas o el análisis periodístico o las cosas que pasan en la ciudad todas son bienvenidas, y al alcalde le gustaba que nos hablarán de la informalidad, que nos hablaran porque eran temas donde nosotros estábamos trabajando, y es la posibilidad que la gente se queje, por

ejemplo, el tema del agua que es tan difícil aquí en esta ciudad, dice un titular de cualquier periódico: Santa Marta llora por agua, y nosotros decíamos, sí, lloramos por agua porque el Gobierno Nacional no ha cumplido, o aquí está la iniciativa del tema del agua, eso colocaba sobre la mesa los temas que nosotros estábamos tratando, y nos permitía a nosotros tener el debate, y en el debate siempre gana alguien, gana la ciudad, porque quedan las cosas claras, porque dicen sí se está haciendo, ah, es que ha sido el Gobierno, o el proyecto lo devolvieron porque estuvo mal hecho, ese tipo de cosas".

El entrevistado sabe que los periodistas, en algunas ocasiones, replican los boletines que envía la Alcaldía en los medios para los que trabajan, situación que – en su opinión- se daría por pereza, exceso de trabajo de los periodistas, o que la comunicación que envía la Alcaldía está tan bien construida que los profesionales de los medios no tienen necesidad de hacer ningún cambio. También habla de la apertura que tiene la administración para recibir cuestionamientos de los medios, porque lo considera un canal para que la ciudad mejore.

¿Existen medios preferidos para la jefatura de prensa?

"Yo no creo en medios preferidos, yo creo mucho en lo que arrojan los contenidos que corresponden, por ejemplo, el EGM (Estudio General de Medios) o el ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial) que me dice que Galeón en la radio que más se escucha, eso se convierte en una herramienta quirúrgica especializada para hablar en el tema tal, eso es lo que tiene que hacer un jefe de prensa, identificar los públicos que tienen los medios para saber hacia dónde voy".

La respuesta del Jefe de la dependencia indica que no existe preferencia en cuanto a medios privados locales se refiere, más bien considera que la audiencia de los medios le sirve al

momento de escoger qué medio le servirá para transmitir determinada temática o información.

¿Qué tan importante es la Ley de Transparencia y acceso a la información pública para el tema de la página web?

“Nosotros allí tuvimos un conflicto muy fuerte porque la página web que yo pedí tenía que cumplir absolutamente todo, y eso demoraba porque los procesos no son pedirlos y que aparezca, entonces la página web pudo conseguir todos estos procesos y nosotros subimos de categoría en el tema de transparencia. Nuestra página web era una página desactualizada, entonces empezamos el cambio de la página, que inició a mediados de 2017 y terminó a principios de 2018, y logramos uno de los mejores sitios web del país, que tiene un chat de atención al cliente, donde se muestran las inversiones del alcalde, donde se muestra el Plan de Desarrollo. Ese fue, de pronto, de los valores que yo le metí, yo le creé muchos contenidos digitales, yo creé, por ejemplo, las tres noticias en un minuto, creamos el boletín de WhatsApp, eso es solamente Innovación comunicativa, y con esos procesos quisimos llevarlo a la página web, por eso mi tráfico, es decir, 30.000 personas me leían y eso quiere decir que tenía tráfico en mi página web, posicionarla página web es posicionar el mismo monumento de la alcaldía. Eso es lo que nos va a permitir a nosotros llegar a todos estos cibernautas de Santa Marta, que no están acá, o gente interesada, pero ven la institucionalidad virtual allí, por eso tenía que hacer todo este proceso en la página web de la alcaldía”.

Tal como menciona el entrevistado, en 2017, cuando se realiza el análisis de contenido de las páginas web de las alcaldías para la presente investigación, la sede electrónica de esta alcaldía tenía el contenido desactualizado, y era producto del rediseño que se menciona en el apartado

Análisis de comunicados y que obligó a solicitar los comunicados por correo electrónico e imposibilitó bajarlos a través de la página web, como debía ser. También habla de un tráfico de 30 mil personas en la página web de la administración local.

“Cuando llegué a la Alcaldía, hubo cosas que no se estaban haciendo, por descuido, pero, luego nos sentamos 3 personas: el de Control Interno, José Mejía, el director TIC del momento, Fabián Bolaños, y este servidor, Eduardo Britto, y definimos lo que se haría con la página web. Tuvimos una mala calificación, y rayábamos en que no éramos transparentes, y esa fue una noticia que salió, y luego, casi 7 meses después, con la nueva página web, mejoramos mucho. El rediseño de la página vino por la crisis que vivimos. Entonces, había un Community Manager, que es el que sube los contenidos, pero también teníamos la supervisión de TIC y la supervisión de José Mejía, que es el de Control Interno, las gacetas, la información, las operaciones que podían hacer en línea, nos permitía todo eso, y que la gente conociera qué era lo que estaba pasando. Yo creo que allí subimos mucho, no te puedo decir si fuimos excelentes, yo creo que llegamos a buenos, pero estábamos en malos”.

El entrevistado asegura que la mala calificación que le otorgó Transparencia por Colombia a la página web de la Alcaldía de Santa Marta se debió a que antes de su asumir el cargo de Jefe de la Oficina, la página web estaba desactualizada. Pero, después de su ingreso se hizo el rediseño y, según indica, la página mejoró de forma notoria.

¿Cuál es el manejo que le dan a la publicidad en los medios?

“La mejor publicidad que puede hacer una alcaldía es cuando la información parece orgánica, es decir, no parece un publisreportaje, sino que parece que el medio, con su credibilidad y desde su posición, dice: esto lo que está pasando, esa es la mejor publicidad, y esa era la que nosotros impulsamos, el resto eran campañas, eran campañas como ahorro

agua, o día de la vacunación, o descuento del 20% de impuesto predial, este tipo de campañas. Yo no tenía una parrilla gigantesca publicitaria, realmente, mucho del recurso se iba en las OPS's, entonces tenía un presupuesto de impreso en publicaciones de \$200 millones al año (58.823 euros en promedio), porque mi dependencia era más bien pequeña porque está establecida como una oficina y no como una secretaría. Nosotros, por ejemplo, en algunas oportunidades, yo no tenía una pauta permanente con El Heraldó, por decirte algo, pero resulta que El Heraldó sacaba unas publicaciones especializadas, por ejemplo, del campo, a mí me interesaba estar en esa publicación especializada porque yo tenía un proyecto que se llamaba La Sierra Vuelve a Sembrar, entonces para mí era clave llegar a la gente que quiere leer del campo, a mí me interesaba que la gente leyera del campo, entonces ¿Por qué El Heraldó en este caso? Porque mi producto era los campesinos sembraban y bajaban el producido acá, eran productos orgánicos, yo lo que quería era darle mayor conocimiento al programa, pero, a su vez, la venta de los productos de ellos. Entonces, cualquier tipo de cadena de almacén podría decir: Oye, mira, este proyecto tan bueno en Santa Marta, muy buen precio, y venden productos orgánicos, vamos a comprarlo, eso es lo que nosotros buscamos. Este tipo de cosas eran esporádicas, es decir, adicional al presupuesto de \$200 millones en promedio que se tenía, y podrían ser dos o tres veces al año, porque el presupuesto era muy apretado".

En el caso de la Oficina de Comunicación Estratégica de la Alcaldía de Santa Marta se habla de un presupuesto de impreso en publicaciones de unos \$200 millones (58.823 euros en promedio), sin embargo, este podría aumentar si en casos puntuales, el Jefe de la Oficina consideraba importante que se hicieran algunas inversiones en algún medio en una situación

puntual. Sin embargo, considera que la mejor forma de hacer publicidad a la administración de turno es la que sale de los mismos medios, producto de la buena gestión del alcalde.

¿Consideras que lo que se hacía desde la jefatura de la Oficina seguía los códigos deontológicos del periodismo?

“Sí, creo que nosotros no podemos salirnos de nuestra esencia, así como el médico no se sale de lo de él, nosotros tampoco, el tratar bien, las piezas comunicativas, desde el estilo, desde la estética, desde nuestro afán de informar, de enseñar, de entretener, dependiendo del contenido, pudiéramos llegar a la gente con toda la honestidad del caso, esto es comunicación institucional, tenemos una posición, pero que fuera una posición entendible, que era lo que nosotros queríamos, que la gente nos entendiera, creo que en el presupuesto eran 200 para el tema de impresos y publicaciones, que ese es un solo contrato, pero yo creo que el presupuesto total de la oficina estaba entre los 400 y 600 millones de pesos (de 58.823 a 176.470 euros), eso dependía, porque en el año de los (juegos) bolivarianos me subieron el presupuesto, pero ya después, me lo volvieron a bajar”.

El entrevistado considera que su oficina y lo que allí se desarrolla va conforme a los códigos deontológicos del Periodismo, considera que su dependencia se esforzaba porque el manejo de la información fuera el idóneo.

8.6.4. Conclusiones entrevistas jefes de área de Comunicación de las Alcaldías

A diferencia de las Alcaldías de Santa Marta y Cartagena, la Alcaldía de Barranquilla es la única que cuenta con una Secretaria de Comunicaciones, lo que no pasa en las otras donde el rol de los encargados es de Jefe de Comunicación Estratégica y Jefe de Comunicaciones, lo que indica que en Barranquilla esta es una dependencia, mientras que en las otras es netamente una oficina, lo que se traduce en que el número de personas que componen el

equipo es mucho mayor que en los otros distritos. Mientras que en la Alcaldía de Barranquilla se habla de 200 personas, en la de Cartagena son 34, y en la de Santa Marta, 19.

En lo que respecta a los canales para entregar información a los ciudadanos, en el caso de la Alcaldía de Barranquilla hay una diversidad de mecanismos que usan para ello, tales como activaciones de BTL, boletines de prensa, encuentros con la comunidad, información a través de redes sociales, campañas publicitarias, entre otros, y cada mecanismo se usa según el público al que se quiera llegar. En la Alcaldía de Cartagena hay una lista de canales mecanismos más reducida como es un periódico (virtual e impreso), un programa de YouTube, las redes sociales, las informaciones que se entregan en los medios, en tanto que en la Alcaldía de Santa Marta hay un comportamiento similar porque también hay un uso de medios institucionales, que incluye las redes sociales, y la información que difunden los medios privados sobre la administración local.

En lo relacionado con los mecanismos para difundir información a medios y/o periodistas, los tres encargados coinciden en el tema de los boletines y comunicados enviados por correo electrónico, pero han encontrado en el Whatsapp un aliado para difundir información, porque lo consideran un mecanismo inmediato, ya que aducen que todo el mundo tiene un teléfono. En el caso de la Secretaria de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla menciona envió directo de informaciones a directores de medios cuando el Distrito quiere que un tema sea de agenda pública.

La Ley de Transparencia y acceso a la información pública es un tema que ha adquirido importancia para las áreas de comunicación de las alcaldías, porque las tres analizadas tienen un equipo que se encarga de estar monitoreando que lo que se publique en la sede electrónica corresponda a lo que la normativa. Además, hablan de un monitoreo constante, sin embargo,

los encargados de las dependencias admiten que no han logrado llegar al 100% del cumplimiento.

En cuanto al rubro que designan para el tema de publicidad también varía. Por su tamaño y la importancia que tiene esta dependencia, la Alcaldía de Barranquilla tiene asignaciones de publicidad, que varían dependiendo de dos grandes categorías que manejan: medios grandes e independientes. Entonces, se habla de rubros que podrían llegar a los \$8.000 millones colombianos al año destinados a medios grandes, mientras que se estaría destinando unos \$150 millones mensuales en medios independientes. Para el caso la Alcaldía de Santa Marta se estaría hablando de unos \$250 millones al año para el tema de publicidad, y la de Cartagena dice no tener dinero para ello.

En el tema de la misión, los tres entrevistados señalan que el cometido de la dependencia es ser un puente de comunicación entre la Alcaldía y sus públicos, y hablan de un gran interés porque la ciudadanía se entere de la gestión de la administración local. En el caso concreto de la Alcaldía de Barranquilla se habla de un ejercicio de comunicación pública para construir ciudadanía, en el caso de Cartagena de un gobierno de puertas abiertas, y en Santa Marta, de rendición de cuentas constante.

Aunque los entrevistados son los jefes de las dependencias encargadas del tema de las comunicaciones, todos mencionan que las comunicaciones que emite la Alcaldía pasan por el filtro del mandatario local antes de enviarlas. En cuanto a Barranquilla y Santa Marta, los funcionarios entrevistados mencionan que las comunicaciones siempre responden o están enlazadas a los planes de desarrollo de los mandatarios locales.

9. CONCLUSIONES

Los ciudadanos desconocen el proceso por el que pasa la información antes que llega a sus manos, proceso que impacta sobre lo que se difunde y lo que el ciudadano termina por recibir y dar como cierto, situación que se presenta en cualquier comunidad. Las informaciones que entregan las administraciones locales o alcaldías en Colombia, objeto de estudio de la presente investigación, son los contenidos que reciben los ciudadanos sobre estas, pero, muchas veces, se convierten solo en informaciones para favorecer al gobierno de turno.

Se hizo un análisis de las informaciones que entregan las alcaldías a través de sus páginas web, también una revisión de los boletines y/o comunicados de prensa que emiten las administraciones locales y que llegan a manos de los periodistas, traductores de la realidad circundante. Además, se analizaron las notas que publican sobre las alcaldías los periódicos impresos y noticieros más importantes de la Región Caribe. Por último, se analizó la forma cómo los periodistas de las alcaldías y de los medios privados construyen los contenidos relacionados con estas. Finalmente, el estudio llegó a las siguientes conclusiones:

La información que entregan las administraciones locales en la Región Caribe, a través de sus medios institucionales y de los medios locales privados, no cumplen con el principio de transparencia que busca la Ley de Transparencia y acceso a la Información Pública de Colombia, en tanto que el tema de convocatoria y/o participación ciudadana tiene bajos niveles de presencia.

La información que se publicaba, en 2017, en las páginas web de las alcaldías de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, no alcanzaba a cumplir con el 70% de los indicadores de la metodología Infoparticipa Colombia, y los encargados de comunicación

de los tres distritos saben que eso está pasando, pero señalan que existe un equipo encargado de monitorear las sedes electrónicas para mejorar los indicadores. La página web de la Alcaldía de Cartagena es la que presenta más bajo cumplimiento, 41%, lo que se debería a la crisis de gobernabilidad que vive esa ciudad. Hay dos datos que están ausentes en las tres páginas: el de los mecanismos que tienen los ciudadanos para formular políticas e instrumentos de consulta y/o de participación sobre temas actuales de interés local, por lo tanto, no se le informa a la gente de qué forma pueden activar su participación como sujeto político. Otros datos que están ausentes en las sedes electrónicas son las hojas de vida de los que lideran las dependencias de las alcaldías, toda vez que por el hecho de ser funcionarios públicos debería la ciudadanía no solo conocer su rostro y su foto, sino también su hoja de vida. Tampoco se conoce el partido político del alcalde, dato importante porque el ciudadano debería saber la filiación política de su mandatario.

Aunque está claro que la página web es un medio institucional, que sirve para informar sobre la administración local, también está claro que es un medio para hablarle a la ciudadana y- tal como lo indican los porcentajes ya mencionados- no se estaría generando esa dinámica. Con lo anterior se cumple el primer objetivo de la investigación que es conocer cuál es la información que proporcionan las alcaldías a sus ciudadanos sobre su gobierno y gestión, a través de las páginas web oficiales/corporativas.

Si se mira lo que ocurre con los boletines de prensa analizados (215), que emiten las citadas alcaldías, se evidencia que en los titulares aparecen temas relacionados con la gestión de la administración local, pues más del 60% corresponden a socialización de una política, ejecución de una acción, inauguración y/o entrega de obras, así como alguna nota que resalte lo que está haciendo la administración, pero en baja frecuencia fueron temas

relacionados con Convocatorias o Participación ciudadana, es decir, menos del 20%, una diferencia importante. Lo no humano y los funcionarios de la alcaldía siguen reinando como protagonista de los titulares, es decir, hay ausencia de rostros y de historias humanas, entonces se está faltando al principio fundamental del buen periodismo, y que bien lo menciona Amparo Moreno (1998), en su libro *La mirada informativa*. Para el caso de las fuentes y el protagonista del texto hay una fuerte presencia de los funcionarios de la administración local y de otras entidades del Gobierno, lo cual deja por fuera los rostros de la ciudadanía, que al final es el público para el que trabajan los mandatarios. Si bien es cierto, estas comunicaciones proceden de las alcaldías, debería darse una participación más frecuente de los ciudadanos, que terminaría por influir positivamente en el consumo de este tipo de información si se vieran allí representados. Con esto se estaría cumpliendo el segundo objetivo de conocer cuál es la información que las alcaldías entregan a los medios de comunicación a través de sus comunicados de prensa.

Lo manifestado sobre la información que entregan las páginas web y sobre lo que se entrega a través de los comunicados estaría validando la primera hipótesis que señala que la información ofrecida por las administraciones públicas locales a través de sus medios no es suficiente y está tratada en función de los intereses de quienes las gobiernan.

Los boletines y/o comunicados de prensa son usados por los periodistas y, por tanto, por los medios privados locales, y en algunos casos son replicados totalmente. Por tanto, se estaría difundiendo una información con una tendencia a deshumanizar, es decir, en el que se ausentan los rostros de los ciudadanos y en la que prima más la aparición de los funcionarios de la administración local. Lo anterior se evidencia en los resultados que arroja el análisis que se hizo de los periódicos El Herald, La Libertad, Hoy Magdalena y

El Universal, ya que los temas de los titulares de las notas relacionadas con la administración local hacen referencia más a la gestión de las alcaldías, que a convocatorias o participación ciudadana, con lo que se olvida que los ciudadanos son sujetos políticos y que su participación no debe estar limitada únicamente al ejercicio del voto.

También se hace notorio cuando se revisa que los funcionarios de la administración local son los que mayor protagonismo tienen en las notas de los periódicos, lo cual vuelve a dejar sin presencia importante a la ciudadanía. Y ni decir de las fuentes en las que el comportamiento es similar porque siguen teniendo mayor frecuencia las apariciones de los funcionarios de la administración local. Un dato clave en este análisis es el hecho de que el 47% de las informaciones revisadas aparecen en la portada de los periódicos, es decir, que el director del medio las considera importantes y quiere hacerlas visibles en la edición, por tanto, quiere que sus lectores se detengan en estas. El análisis de contenido comprueba lo que afirma Castells (2009) cuando señala que el enmarcado de los medios es similar a un proceso multinivel que tiene su inicio en las negociaciones entre políticos y medios antes de llegar a la audiencia.

El uso frecuente que hacen los periodistas de los boletines es bien sabido por los jefes de comunicación de las alcaldías, a quienes cuando se les pregunta cuáles son los mecanismos para informar a los periodistas mencionan este tipo de comunicaciones y el Whatsapp. Esta última herramienta ha adquirido importancia por la inmediatez que ofrece, dadas las facilidades de portabilidad de un móvil.

Otros resultados que salen del análisis de las informaciones de los periódicos es que se publican notas sin una sola fuente citada, lo que indicaría que el periodista toma exactamente las comunicaciones de la administración local, tal como las ha recibido, sin

reportear, sin hacer el ejercicio de búsqueda de fuentes, que es lo que termina por brindarle credibilidad a lo informado. Como si fuera poco, el 51% de las notas analizadas no tenían segunda fuente, por lo que se infiere que las informaciones se publican -en un porcentaje importante- sin contraste, es decir, no hay voces que posibiliten un debate y que permitan al ciudadano o a la audiencia sacar sus propias conclusiones, porque donde no hay variedad de miradas, no hay posibilidad de hacer un análisis equilibrado sobre lo que pasa. Con lo anterior se está cumpliendo con el objetivo tres, es decir, conocer cuál es la información que ofrece la prensa escrita local sobre las alcaldías, comparándola con la información que estas últimas ofrecen en sus webs y con los comunicados que emiten.

Lo que sucede en los noticieros no está muy alejado de lo que pasa con los periódicos, más del 80% de los temas que reportan los titulares están relacionados con la gestión de las alcaldías. En este resultado es importante mencionar que CV Noticias es el noticiero que más produjo notas sobre administraciones locales y que las informaciones sobre la Alcaldía de Barranquilla son las que más aparecen, lo que indicaría que estos informativos le dan mucha importancia a esta administración, sea porque su sede está en esta ciudad y tienen mayor número de periodistas allí o porque así lo ha decidido los directores de los medios. El protagonista no humano es el que más apariciones tiene en los titulares con un 58%, dato que indica que hay ausencia de participación de los rostros de personas, en tanto que los secretarios del Gabinete son los que tienen mayor presencia en el cuerpo de las notas, así como son los más consultados, situación que vuelve a indicar la ausencia del elemento ciudadanía y que los periodistas y/o medios prefieren a estas fuentes o rostros para producir sus informes. En cuanto a los protagonistas de las notas pasa igual que en los periódicos, es decir, lo no humano y los funcionarios de la administración son los que mayor presencia

tienen, con lo que se concluye que los periodistas y los medios han olvidado que el periodismo habla de la gente y para la gente, y que cumple una función de servicio social. Al igual que en los periódicos, en los noticieros también se difunden informaciones sin una sola fuente, y aunque el porcentaje es del 13%, no debería presentarse. Además, hay una parte de las notas analizadas, que supera el 70%, que no tienen segunda fuente, lo que vuelve a develar que no hay mayor consulta sobre el tema que se abordará.

Otra de las situaciones que se devela, producto del análisis, es la réplica -en algunos casos idéntica- de los comunicados, que aunque no es muy alta si se revisa el total de informaciones analizadas, se presenta en los medios que hacen parte de la muestra. Algo que no debería suceder si hay periodistas encargados de filtrar la información que les llega de la fuente, cotejarla y buscar otras miradas, pero como ya se ha dicho, eso no se está haciendo con la rigurosidad que se requiere. Con lo anterior se estaría cumpliendo con el objetivo cuatro de saber cuál es la información que ofrecen los noticieros de televisión sobre las alcaldías comparándola con la información que estas últimas ofrecen en sus webs y los comunicados que emiten.

La réplica idéntica o parcial de los comunicados de las administraciones locales es una conducta que admiten algunos periodistas entrevistados, que aseguran que es mucho lo que deben producir durante el día y que no hay tiempo para construir informes de mayor calidad, sino que la prioridad es cubrir espacios o llenar páginas. Y los encargados de comunicación saben o, por lo menos así lo dice el jefe de Comunicación Estratégica de la Alcaldía de Santa Marta, quien asegura que sí existe réplica de comunicados de las administraciones locales en los medios privados, situación que en opinión del entrevistado se darían en algunos casos por pereza o por exceso de trabajo del periodista.

Sin embargo, otros profesionales entrevistados manifestaron que realizan informes propios, distanciados de la agenda gubernamental, en los que no prima darles protagonismo a los funcionarios de la administración local o hablar bien de la gestión de la alcaldía, y que se sienten libres de contar o cuestionar cuando lo consideran necesario. Con lo señalado anteriormente, se cumple con el quinto objetivo de conocer cómo elaboran los periodistas de las alcaldías la información que entregan sobre estas administraciones, y que son recibidas por los medios de comunicación.

Otros periodistas hablan de autocensura, porque conocen bien los intereses del espacio en el que laboran y optan por no invertir tiempo en temas que no se los dejarán publicar, mientras que otros hablan de censura dentro de los mismos medios, que procede de los directores o propietarios, quienes terminan -por obvias razones- incidiendo en lo que se publica. Esas censuras estarían determinadas por la pauta o por temor a cuestionar lo que hace el poder. En el caso particular de los periodistas que laboran en las áreas de comunicación de las alcaldías no existe autocensura, lo que se da es una fijación de enfoques o temas, determinado por el mandatario local. Lo manifestado valida la segunda hipótesis que señala que los periodistas de los medios públicos y privados de la Región Caribe practican la autocensura como resultado de las presiones a que están sometidos, y a la vez cumple el sexto objetivo que es identificar casos de autocensura en la prensa escrita y TV de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta.

Ese temor a cuestionar estaría relacionado con las dinámicas políticas que se dan en los gobiernos locales de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, donde un grupo de familias o casas políticas concentran el poder, lo que no excluye a los medios de mayor circulación en el Caribe colombiano. Los propietarios son familias que han estado vinculados con la

política local y nacional, y los medios se convierten en plataforma para mantener el establishment en lo local, de tal forma que aquí se comprueba lo que afirma Gibson (2006) cuando dice que las élites periféricas en el poder controlan la información transmitida por los medios de comunicación local, por tano los medios son usados para manejar la información que llega a la ciudadanía, una información que favorecerá la administración local de turno. Así lo ratifican los resultados que arroja el análisis de contenido que se hizo de prensa y televisión, donde se evidencia que hay muy pocas publicaciones que cuestionen la gestión de las alcaldías. Entonces, las administraciones públicas de la Región Caribe y los medios regionales no estarían incentivando a la participación ciudadana ni a generar opinión pública.

Sin embargo, se hace necesario señalar que el caso de Cartagena es atípico, precisamente, porque allí hay lista de alcaldes elegidos por voto popular, con periodos interrumpidos, así mismo una lista de mandatarios encargados, que en algunos casos pudieron estar en el poder tan solo por una semana. Toda esta situación ha provocado que lo que sucede en Cartagena tenga un comportamiento distinto, porque así como los alcaldes cambian también hay cambios internos que repercuten en lo que se informa a los ciudadanos, ya sea a través de medios institucionales o medios privados locales. De eso dan cuenta los periodistas que se entrevistaron y que criticaron los problemas de comunicación de la Alcaldía de Cartagena, producto de los cambios en los mandatarios.

Todas estas dinámicas descritas y que se dan en el periodismo local del Caribe colombiano termina por comprobar la hipótesis 3 de esta investigación que menciona que hay una responsabilidad compartida de los medios privados y de los medios públicos frente a la deficiente información que llega a la audiencia, sin dejar como únicas responsables a las

áreas de comunicaciones de las alcaldías, sino también marcando la responsabilidad de los periodistas y los medios, incluyendo además la responsabilidad de las administraciones locales de turno que están produciendo poco contenido que incentive a una mayor participación de la ciudadanía, la cual al final es la que los mantiene en el poder y es por el que están allí.

9.1. Discusión

Esta investigación se convierte en un documento para conocer qué información reciben los ciudadanos de las administraciones locales, que se vuelven en -muchos casos- una audiencia pasiva, que no hace mayor análisis de lo que recibe de los distintos medios, ya sea institucionales o privados. La ciudadanía es, en último lugar, la más afectada con la gestión de las alcaldías, sobre todo si se tiene en cuenta que es el gobierno inmediato, es la gestión del mandatario más próximo y que tiene la obligación de responder por los asuntos más cercanos de una comunidad determinada.

Si las administraciones locales simplemente informan sobre los actos del mandatario terminan por convertirse en espacios para posicionar un gobernante o incrementar su índice de favorabilidad, más que un espacio en el que los ciudadanos tengan la relevancia que debería. La investigación plantea, precisamente, cómo esos canales, ya sea página web u otros medios institucionales, deberían también ser espacios para que los ciudadanos ingresen a la escena política, a través de informaciones que los lleven a convocatorias y mecanismos de participación. Estos medios institucionales deberían ser escenarios en que la ciudadanía se ve reflejada, por tanto, deberían ser más las voces y rostros de la gente las que tengan protagonismo, por encima de las de los funcionarios de la administración local o

de lo no humano, que finalmente no representa a nadie. Por tanto, esta Tesis se convierte en herramienta de estudio para las administraciones locales y sus áreas de comunicaciones, las cuales están llamadas a mejorar lo que se informa a los ciudadanos, que va más allá de ver a la administración local como un producto para, de verdad, verla como un administrador que trabaja para la gente.

Este trabajo también aporta a los periodistas locales de la Región Caribe, por cuanto les permite conocer que hay conductas que se replican como es el caso de la baja calidad de los contenidos, en donde prevalece más el rellenar un espacio que construir un informe, que tenga diversidad de voces y, por tanto, equilibrio. De paso, es un llamado a los propietarios y directores de los medios que están cayendo en la actitud de imponer contenidos a los periodistas, con lo que se están quedando rezagadas las propuestas de los profesionales que, seguramente, serían valiosas para generar y mejorar el contenido. Pero, hay un punto mucho más importante y es que la Tesis evidencia, a través de las entrevistas a los periodistas, que existe un malestar de los que hacen parte de este gremio por los malos salarios y condiciones laborales a las que se enfrentan, situación que los desmotiva y los lleva a ejecutar una labor sin todas las calidades, ya que sí hay una sobrecarga de trabajo, no se hará un trabajo de forma idónea.

El trabajo permite ver con claridad que, ya sea voluntaria o involuntariamente, los medios se convierten en -muchas ocasiones- en cajas de resonancia de lo que dicen las administraciones locales y que ha quedado olvidada esa máxima del periodismo de cuestionar al poder, lo que permitiría mejorar las condiciones socio económicas de determinada comunidad.

La investigación también es una contribución para la academia que debe mejorar la formación ética de los periodistas que egresan, por cuanto hay unas fallas en este sentido cuando -por ejemplo- un periodista recibe dádivas a cambio de la publicación de información que favorece a algunos sectores y también cuando le da lo mismo si replica un comunicado o boletín de prensa de alguna alcaldía, sin hacer ningún tipo de indagación sobre lo que recibe. A lo anterior se suma que se debería generar espacios de formación en la que los periodistas egresados y los que están en formación tengan todas las herramientas para crear sus propios medios, pero que no se queden solo en materias o asignaturas para crear un portal, sino que realmente se les den herramientas a los profesionales de cómo una empresa periodística se vuelve sostenible en el tiempo. Desde la academia se deberían hacer estudios sobre el estado de la profesión en la Región Caribe e implementar acciones para mitigar lo que pasa que, finalmente, termina por perjudicar a toda una ciudad. El periodismo local en la Región Caribe debería pellizcarse -llamado de atención- porque no está haciendo la labor que debe para que se geste una alianza entre medios y academia, en la que esta última diagnostique y -a partir de allí- los primeros hagan mejoras.

Aunque la investigación trató de abordar todas las aristas del fenómeno, es necesario revisar qué sucede con otros medios cómo es el caso de la radio, pues la audiencia radial en la Región Caribe es importante y es muy probable que el fenómeno también tenga sus efectos en esta área. Por tanto, sería necesario incluir los noticieros radiales de mayor audiencia y hacer un análisis de contenido, que permita abarcar radio, prensa y televisión. De igual forma, se considera clave insertar en el análisis algunos medios nativos que han surgido, producto de la llegada del Ciberperiodismo y que han ganado audiencia en las

distintas ciudades de esta zona del país. De esta forma, se tendría un panorama mucho más completo de lo que pasa con el fenómeno.

También sería valioso insertar, en una próxima fase, la opinión de los mandatarios locales y funcionarios cercanos, como es el caso de los secretarios del Gabinete Distrital, lo que permitiría ver de qué forma ven a los medios y los periodistas del otro lado de la moneda.

Asimismo, sería interesante escuchar lo que piensan los directores de los medios sobre lo encontrado en el análisis de contenido, de tal forma que pueda conocerse de qué forma piensan los superiores o decisores de las informaciones que recibe la audiencia local.

La investigación, aunque está centrada en las tres ciudades principales de la Costa Caribe, podría ampliarse a otras importantes regiones del resto del país, como es el caso de Medellín, Bogotá y Cali, desde donde se podría tener una panorámica más amplia de lo que sucede con las informaciones de las administraciones locales y el periodismo de proximidad en Colombia, el cual vaya más allá de hablar de condiciones laborales y de las fallas que tiene, sino de lo que se puede hacer para mejorar a lo que se enfrentan los profesionales en este trabajo y cómo se puede hacer mejor periodismo con herramientas tecnológicas.

10. BIBLIOGRAFÍA

Adorno, Theodor y Morin, Edgar (1967). *La Industria Cultural*. Buenos Aires, Editorial Galerna.

Alzate, Mary y Romo, Gerardo (2015). *Prensa local y agenda de gobiernos municipales. Análisis de casos en Colombia y México*. México, Estudios sociales (Hermosillo, Son.). Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572015000200003, (Búsqueda, 20/05/2019)

Behrend, Jacqueline (2011). “Introducción: política subnacional y democracia”. En: *Revista SAAP*, Vol. 5, N° 2, pp. 249-260. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/262758385_Introduccion_politica_subnacional_y_democracia, (Búsqueda, 20/02/2016)

Beneyto, Gonzalo y Abellán, María (2016). “La integración necesaria entre los enfoques de gestión pública y los procesos participativos democráticos. El caso de #ontinyentparticipa”. En: *Revista Enfoques, Ciencia Política y Administración Pública*, XIV (24), pp. 67-90. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1814327047?accountid=41515>, (Búsqueda, 15/05/2018)

Berganza, María y Ruiz, San Román (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid, McGraw-Hill.

Bertot, John; Jaeger, Paul; Grimes, Justin (2012). “Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government”. En: *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 6, N°.1, pp. 78-91. Disponible en: doi.org/10.1108/17506161211214831, (Búsqueda, 15/05/2017)

Calvo-Calvo, Manuel (2016). “Herramientas para la participación ciudadana virtual y su desarrollo en las webs del sistema sanitario público de Andalucía”. En: *Revista Española de Documentación Científica*, Vol. 39, N° 4, pp. 1-17. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2016.4.1349>, (Búsqueda, 17/05/2018)

Calvo, Dafne y Campos-Domínguez, Eva (2016). “Participation and topics of discussion of Spaniards in the digital public sphere”. En: *Communication & Society*, Vol. 29, N° 4, pp. 219- 234. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15581/003.29.4.219-234>, (Búsqueda, 20/05/2018)

Camacho, Álvaro (2009). “Paranarcos y narcoparas: trayectorias delincuenciales y políticas”. En: Camacho, Álvaro; Duncan, Gustavo; Steiner, Claudia; Vargas, Ricardo y Wills, María (Edit.). *A la sombra de la guerra. Ilegalidad y nuevos órdenes regionales en Colombia*. Bogotá, Ediciones Uniandes.

Cameron, Wayne (2004). “Public accountability: Effectiveness, equity, ethics”. En: *Australian Journal of Public Administration*, Vol. 63, N° 4, pp. 56-67. Disponible en: doi.org/10.1111/j.1467-8500.2004.00402.x, (Búsqueda, 26/06/2018)

Canel, María José (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid, Editorial Tecnos.

Casals, María (2005). *Periodismo y sentido de la realidad: Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid, Editorial Fragua.

Castañeda, Juan (2013). “Enfoques y metodologías de las ciencias sociales. Una perspectiva pluralista”. En: *Revista del Magíster en Análisis Sistemático Aplicado a la Sociedad*. Madrid, Ediciones Akal.

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial.

Cid, Verónica; Marileo, Genaro; Millán; Moya Emilio (2012). *Calidad del acceso a la información pública en Chile*. Editorial Andros.

Clabo, Néstor y Ramos-Vielba, Irene (2015). “Reutilización de datos abiertos en la administración pública en España y uso de licencias-tipo”. En: *Revista Española de Documentación Científica*, Vol. 38, N° 3. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2015.3.1206>, (Búsqueda, 26/07/2018)

Corcoy, Marta; Moreno, Amparo; Molina, Pedro (2014). *El Sello Infoparticipa: repercusiones en la mejora de la transparencia y la calidad de la información en las webs de los ayuntamientos de Cataluña*. Revista Latina de Comunicación Social. Tenerife, Universidad de La Laguna. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/140_Corcoy.pdf, (Búsqueda: 30/05/019)

Cornelius, Wayne (1999). "Subnational Politics and Democratization: Tensions between Center and Periphery in the Mexican Political System". En: Cornelius, Wayne; Eisenstadt, Todd y Hindley, Jane. *Subnational Politics and Democratization in Mexico*, p.p. 3-16. Centro para Estudios de Estados Unidos y México de la Universidad de California.

Coronell, Daniel; Amado, Adriana; García, Miguel; Magrini, Ana; Mejía, Óscar; Oates, Sarah; Wills, Laura; Welsch, Friedrich (2011). En: Rettberg, Angélica y Rincón, Omar (comps). *Medios, democracia y poder. Una mirada comparada desde Colombia, Ecuador, Venezuela y Argentina*. Bogotá, Editorial Universidad de los Andes.

Coronel, Humberto (2016). *Observatorio de medios del Caribe Colombiano*. Universidad Sergio Arboleda, pp. 60-61. Disponible en: <http://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/936>, (Búsqueda: 14/09/2018)

Cortina, Adela (1985). *Crítica y Utopía: La Escuela de Francfort*. Madrid, Editorial Cincel.

Chamorro, Mauricio (2016). "Participación ciudadana en América del Sur: Institucionalidad y acciones ciudadanas tras la dictadura en Argentina y Brasil. En: *Revista CES Derecho*, Vol. 7, N° 1, pp. 27-38. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1790485404?accountid=41515>, (Búsqueda, 30/04/2015)

Dalh, Robert (2000). "La democracia. Una guía para los ciudadanos". En: *Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey*, N° 9, pp. 315-319. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/384/38400916.pdf>, (Búsqueda, 30/07/2018)

Deas, Malcom (1993). *Algunas notas sobre el caciquismo en Colombia*. Bogotá, Tercer Mundo Editores.

Delamaza, Gonzalo y Thayer, Luis (2016). "Percepciones políticas y prácticas de participación como instrumento para la gobernanza de los territorios. Un análisis comparado de escalas territoriales en la macrorregión sur de Chile". En: *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, Vol. 42, N°127, pp.137-158. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1817495187?accountid=41515>, (Búsqueda, 03/03/2018)

De Miguel, Roberto (2005). “La entrevista en profundidad a los emisores y los receptores de los medios”. En: Berganza, María Rosa y Ruiz, José (Autores). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid, McGraw-Hill.

Dovifat, Emil (1959). *Periodismo*. Uteha. México.

Duncan, Gustavo (2007). *Los señores de la guerra*. Bogotá, Editorial Planeta.

Durazo, Julián (2010). “Neo-Patrimonialism and Subnational Authoritarianism in Mexico. The case of Oaxaca”. En: *Journal of Politics in Latin America*, Vol. 2, N° 2. Disponible en: <https://journals.sub.uni-hamburg.de/giga/jpla/article/view/276>, (Búsqueda, 03/05/2019)

Entel, Alicia; Lenarduzzi, Víctor; Gerzovich, Diego (1999). *Escuela de Frankfurt: Razón, arte y libertad*. Buenos Aires, Editorial Universitaria.

Entman, Robert (2004). *Projections of Power, Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago, University of Chicago Press.

Estudio del Análisis del Sector (2015). Manizales, Corporación Mi Ciudad.

Estudio General de Medios (2015). Acim Colombia.

Espino, Germán (2016). “Gobernadores sin contrapesos. El control de los medios de comunicación locales como estudio de caso en Querétaro”. En: *Espiral*, Vol. 23, N° 67, pp. 91-130. Guadalajara. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S166505652016000300091&lng=es&tlng=es, (Búsqueda: 30/05/2019)

Espino, Germán (2016). “Periodistas precarios en el interior de la república mexicana: atrapados entre las fuerzas del mercado y las presiones de los gobiernos estatales”. En: *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, Vol. 61, N° 228, pp. 91-120. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018519182016000300091&lng=es&tlng=es, (Búsqueda: 30/05/2019)

Faus, Ángel (1966). *La ciencia periodística de Otto Groth*. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra.

Ferrer-Sapena, Antonia; Peset, Fernanda; Aleixandre-Benavent, Rafael (2011). “Acceso a los datos públicos y su reutilización: open data y open government”. En: *El profesional de la información*, Vol. 20, N° 3, pp. 260-269. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.may.03>, (Búsqueda, 01/02/2017)

Gandía, Juan; Marrahí, Lucía; Huguet, David (2016). “Digital transparency and Web 2.0 in Spanish city councils”. En: *Government Information Quarterly*, Vol. 33, N° 1, pp. 28-39. Disponible en: doi.org/10.1016/j.giq.2015.12.004, (Búsqueda, 20/04/2017)

Grabe, María y Myrick, Jessica (2016). “Informed Citizenship in a Media-Centric Way of Life”. En: *Journal of Communication*, Vol. 66, N° 2 pp. 215–235. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/jcom.12215>, (Búsqueda, 20/04/2017)

Garay, Luis; Salcedo-Albarán, Eduardo; De León-Beltrán, Isaac y Guerrero, Bernardo. (2008). *La Captura y Reconfiguración Cooptada del Estado en Colombia*. Bogotá, Fundación Método, Fundación Avina y Transparencia por Colombia.

García, Alexandra (2008). *Sociedad Civil y estado: del mito a la realidad: élite política, grupos e individuos en una ciudad del Caribe colombiano*. Barranquilla, Ediciones Uninorte.

Gibson, Edward (2005). “Boundary Control: Subnational Authoritarianism in Democratic countries”. En: *World Politics*, Vol. 58, N° 1, pp. 101-132.

Gibson, Edward (2007). “Control de límites: Autoritarismo Subnacional en países democráticos”. En: *Desarrollo Económico*, Vol. 47, N° 86, pp. 163-191. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/30037145>, (Búsqueda, 04/04/2015)

Gibson, Edward. (2006). *Autoritarismo subnacional: estrategias territoriales de control político en regímenes democráticos*. Universidad del Rosario, Vol. 14. Disponible en: <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/741>, (Búsqueda: 28/01/2015)

Gibson, Edward (2010). "Politics of the Periphery: An Introduction to Subnational Authoritarianism and Democratization in Latin America". En: *Journal of Politics in Latin America*, Vol. 2, N° 1. Disponible en: <https://journals.sub.uni-hamburg.de/giga/jpla/article/view/273>, (Búsqueda, 29/04/2015)

Goffman, Erving (1974). *Frame analysis*. NY: Free Press.

González, Fernán (2014). *Poder y violencia en Colombia*. Bogotá, Odecofi y Cinep.

Gutiérrez, Francisco y Ramírez, Luisa (2002). "Familias, redes y facciones". En: *La Ciudad y las Ciencias Sociales en Colombia (III) Revista de Estudios Sociales*. Disponible en: <http://journals.openedition.org/revestudsoc/27473>, (Búsqueda, 08/01/2019)

Hernández, Encarna (2016). "Comunicación de Gobierno y medios sociales. Oportunidades y límites para una democracia participativa y colaborativa". En: *Más Poder Local*, N° 28, pp. 55-58. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5588632>, (Búsqueda, 06/04/2017)

Izquierdo, Labella (2010). *Manual de Periodismo Local*. Madrid, Editorial Fragua.

Janowitz, Morris (1968). "Harold D. Lasswell's Contribution to Content Analysis". En: *Public Opinion Quarterly*, Vol. 32, N° 4, pp. 646-658. Disponible en: <https://doi.org/10.1086/267652>, (Búsqueda, 22/05/2019)

Kitchin, Rob (2014). *The data revolution: Big data, open data, data infrastructures & their consequences*. London, SAGE Publishing.

Kleis, Rasmus (2015). "Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media". En: Koc-Michalska, K., Lilleker, D. & Vedel, T. *Civic political engagement and social change in the new digital age. New Media & Society*, Vol. 18, N° 9, pp. 1807 -1816. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1461444815616218>, (Búsqueda, 20/05/2019)

König, Pascal (2016). "Communicating austerity measures during times of crisis: A comparative empirical analysis of four heads of government". En: *The British Journal of*

Politics and International Relations, Vol 18, N° 3, pp. 538-558. Disponible en:
<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1369148115625380>, (Búsqueda, 05/05/2017)

Lalinde, Johanna (2016). *El poder detrás de la prensa en el Caribe colombiano*. Disponible en:
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsrac&AN=edsrac.319795&site=eds-live>, (Búsqueda, 05/06/2018)

Lasswell, Harold (1936). *Who gets What, When and How*. Londres, McGraw-Hill.

Lasswell, Harold (1974). *La política como reparto de influencia*. Madrid, Ediciones Aguilar.

Laurent, Virginie (2016). “Élite(s) e indianidad en Colombia: Retos de democracia en contexto de multiculturalismo”. En: *Colombia Internacional*, Vol. 87, pp. 145-169. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.7440/colombiaint87.2016.06>, (Búsqueda, 17/08/2017)

Lazarsfeld, Paul; Bernard, Berelson y Hazle, Gaudet (1962). *El Pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*. Buenos Aires, Edición 3.

Lechuga, Isabel (2016). “Disfunciones de la democracia directa en la unión europea: corporativismo y ausencia de ciudadanía. El caso particular de la iniciativa ciudadana europea”. En: *Revista de Derecho UNED*, Vol.18, pp. 151-189. Disponible en: <https://revistas.uned.es/index.php/RDUNED/article/download/16891/14477>, (Búsqueda, 03/03/2017)

Lippmann, Walter (2003). *La opinión pública*. Madrid, Cuadernos Langre.

Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. New York, Harcourt Brace & Company.

López, Claudia (2010). “La refundación de la patria, de la teoría a la evidencia”. En: López, Claudia. Ed. *Y refundaron la patria... de cómo mafiosos y políticos reconfiguraron el Estado colombiano*, p.p 29-78. Bogotá, Corporación Nuevo Arcoíris.

López, Rafael; López, Francisco; Durán, Ángeles (2001). *La prensa local y la prensa gratuita*. I Congreso de Comunicación Local (ComLoc).

Luhmann, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. México, Universidad Iberoamericana.

McCombs, Maxwell (2004): *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. MA: Polity Press.

McCombs, Maxwell y Reynolds, Amy (2002). “News influence on our pictures of the World”. En: J. Bryant y D. Zillman (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research*. 1-18. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

McQuail, Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. España, Paidós Ibérica.

Manfredi, Juan; Herranz, José; Calvo, Luis (2017). “Transparencia y diplomacia: nuevas demandas sociales y rutinas profesionales”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 72, pp. 832- 848. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1195>, (Búsqueda, 26/05/2017)

Manfredi, Juan; Corcoy, Marta; Herranz José (2017). “¿Noticias de alcance? El criterio periodístico en la publicación de noticias en las webs municipales españolas (2011-2016)”. En: *El profesional de la información*, Vol. 26, N° 3, pp. 412- 421. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.07>, (Búsqueda, 20/06/2019)

Marvick, Dwaine (1980). “The Work of Harold D. Lasswell: His Approach, and Influence”. En: *Political Behavior*, Vol. 2, No. 3, pp. 219-229. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00990480>, (Búsqueda, 20/05/2019)

Maleki, Ammar y Hendriks, Frank (2016). “Contestation and participation: Operationalizing and mapping democratic models for 80 electoral democracies, 1990-2009”. En: *Acta Politica*, Vol. 51, N° 2, pp. 237-272. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1057/ap.2015.10>, (Búsqueda, 10/04/2017)

Mejía, Oscar (Ed.) (2011). *Democracia y medios de comunicación en Colombia*. Bogotá, Editorial Universidad Nacional

Mejía, Óscar (2011). “Democracia deliberativa, opinión pública y medios de comunicación en Colombia”. En: A. Rettberg y O. Rincón. *Medios, democracia y poder: una mirada comparada desde Colombia, Ecuador, Venezuela y Argentina*. Bogotá, Editorial Universidad de los Andes.

Mills, Wright (1956). *The power elite*. Nueva York, Oxford University Press.

Marcuse, Herbert (1968). *El hombre unidimensional*. México, Editorial Joaquín Moritz.

Martin- Barbero, Jesús (1976). *Comunicación Masiva, discurso y poder*. Quito, Eds. Ecuador.

Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán (1997). “El periodismo en Colombia: de los oficios y los medios”. En: *Signo y Pensamiento*, Vol. 16, N° 30, pp. 13-30. Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje.

Martín-Barbero, Jesús (2015). *Comunicación Masiva: discurso y poder*. Quito, Ediciones Ciespal.

Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán (1999). “La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia”. En: *Historia de las Ciencias Sociales en Colombia (II)*. *Revista de Estudios Sociales*, Universidad de los Andes. Disponible en: <http://journals.openedition.org/revestudsoc/30462>, (Búsqueda: 21/05/2019)

Marx, Karl y Engels, Friedrich (1938). *The German Ideology*, Londres, Lawrence & Wishart.

Medranda, Narcisa (2017). *Calidad y transparencia en la información y comunicación que se emite a través de las páginas webs de los municipios: comparación de caso Ecuador y España* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Molina, Pedro; Simelio Nùria; Corcoy, Marta (2017). “Metodologías de evaluación de la transparencia: procedimientos y problemas”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 72, pp. 818 - 831. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1194> , (Búsqueda, 26/05/2018)

Molina, Pedro; Simelio, Núria; Corcoy, Marta (2014). “Transparencia y calidad de la información de las entidades sociales”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, VI Congreso Internacional de Comunicación Social, pp.1-16. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/066_Rodriguez.pdf, (Búsqueda, 23/10/2018)

Molina, Pedro (Coord.) (2015). “Transparencia de la Comunicación Pública Local. El Mapa Infoparticipa”. En: *Cuadernos Artesanos de Comunicación*. Disponible en: <http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac78.pdf>, (Búsqueda: 24/05/2019)

Moragas, Miquel (2011). *Interpretar la comunicación*. Estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona, Editorial Gedisa.

Moragas, Miquel; Terrón, José; Rincón, Omar (2017). *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después*. España, InCom- Universitat Autònoma de Barcelona Publicacions.

Moreno, Amparo (1998). *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.

Moreno, Amparo y Simelio Núria (2008). “Periodismo digital y democracia participativa”. En: *Anàlisi:quaderns de comunicació i cultura*, N° 36, pp. 115-129. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/26659>, (Búsqueda,02/03/2018)

Moreno, Amparo (2007). *De qué hablamos cuando hablamos del hombre. Treinta años de crítica y alternativas al pensamiento androcéntrico*. Barcelona, Icaria Editorial

Moreno, Amparo; Molina, Pedro; Corcoy Marta (2013): “La información de las administraciones públicas locales. Las webs de los ayuntamientos de Cataluña”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 68, pp. 502-528. Tenerife, Universidad de La Laguna. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/068/paper/987_Bellaterra/21_Moreno.html, (Búsqueda: 20/12/2015)

Moreno, Amparo; Molina, Pedro; Simelio, Núria. (2017). “Impacto de la legislación sobre la transparencia en la información publicada por las administraciones locales”. En: *El Profesional de la Información*, Vol. 26, N° 3, pp. 370-380. Disponible en:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/may/03.pdf>, (Búsqueda, 25/05/2017)

Moreno, Amparo; Molina, Pedro; Simelio, Núria (2017). “CiudadaniaPlural.com: de las Humanidades Digitales al Humanismo Plural”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 72, pp. 87-113. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1155/05es.html>, (Búsqueda, 20/06/2019)

Mossberger, Karen; Tolbert, Caroline; Anderson, Christopher (2017). “The mobile Internet and digital citizenship in African-American and Latino communities”. En: *Information, Communication & Society*, Vol. 20, N° 10, pp. 1587-1606. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2016.1243142>, (Búsqueda, 16/04/2017)

Murdock, Graham y Golding, Peter (1977). “Capitalism, Communication and Class Relations”. En: Curran, James y otros (comps.). *Mass Communication and Society*. Londres, Edward Arnold.

Muñoz, Patricia (2016). “El liderazgo escolar como instrumento para fomentar la democracia participativa”. En: *Dominio de las Ciencias*, N° 2, pp. 17-29. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761533.pdf>, (Búsqueda, 22/05/2017)

Noelle-Newmann, Elizabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Ortiz, Renato (1998). *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

Pasquali, Antonio (1977). *Comunicación y Cultura de masas*. Caracas, Monte Avila.

Pasquali, Antonio (2007). *Comprender la Comunicación*. Barcelona, Editorial Gedisa.

Pastor, Juan (2014). “Aspectos prácticos para proyectos de datos abiertos en las administraciones públicas”. En: *Anuario ThinkEPI*, Vol. 8. Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/29598>, (Búsqueda, 04/06/2017)

Pina, Vicente; Torres, Lourdes; Royo, Sonia (2010), "Is E-Government Promoting Convergence towards More Accountable Local Governments?". En: *International Public Management Journal*, Vol. 13, N° 4, pp. 350-380. Disponible en: doi:10.1080/10967494.2010.524834., (Búsqueda, 03/05/2017)

Pino, Juan (2013). *Régimen y territorio. Trayectorias de desarrollo del régimen político a nivel subnacional en Colombia 1988-2011*. Bogotá, Ediciones Uniandes.

Pino, Juan (2017). "Entre democracias y autoritarismos: una mirada crítica al estudio de la democracia subnacional en Colombia y Latinoamérica". En: *Colombia Internacional*, N° 91, pp. 215-242. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.7440/colombiaint91.2017.07>, (Búsqueda, 03/04/2015)

Posada- Carbó. Eduardo (2010). "Newspapers, politics, and elections in Colombia, 1830-1930". En: *The Historical Journal*, Vol. 53, N° 4, pp. 939-962. Disponible en: doi:10.1017/S0018246X1000049X , (Búsqueda, 02/02/2019)

Rangel, Alfredo; Borrero, Armando; Ramírez, William (2004). *Conflictividad territorial en Colombia*. Bogotá, Escuela Superior de Administración Pública y Fundación Buen Gobierno.

Réniz, Doris (2011). "Democracia, Información, medios de comunicación y poder político en Colombia". En: *Working Papers*, N° 24. Disponible en: [http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Plataforma Democratica Working Paper 24 2011 Espanhol.pdf](http://www.plataformademocratica.org/Arquivos/Plataforma%20Democratica%20Working%20Paper%2024%202011%20Espanhol.pdf), (Búsqueda, 20/03/2015)

Reporte Rating de programas, Ibope Colombia (junio – octubre de 2015)

Repak, Dragana (2016). "Is the communist ghost still alive? Participative democracy in Eastern Europe after the fall of berlin wall: the case of post-conflict Yugoslavia and east-central Europe". En: *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*, Vol. 5, N° 3, pp. 1-16. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1819936811?accountid=41515>, (Búsqueda, 24/04/2017)

Rincón, Omar y Bonilla Jorge (2004). *Comunicación Política en América Latina*. Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Rincón, Omar (Ed) (2008). *Los Tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia (crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar)*. Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Risquete, Jaume (2016). *Elisabeth Noelle-Newmann: la vigencia de la Espiral del Silencio en la "sociedad red"*. Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.

Rodríguez, Rafael (2017). "Tributación participativa. El caso del IRPF y la Investigación científica". En: *Nómadas. Critical Journal of Social And Juridical Sciences*, Vol. 50, N° 1, pp. 121-142. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/NOMA.53943>, (Búsqueda, 04/10/2017)

Romero, José (1976). *Latinoamérica: La ciudad y las ideas*. Madrid, Siglo Veintiuno.

Romero, Mauricio. (2007). *Parapolítica la ruta de la expansión paramilitar y los acuerdos políticos*. Bogotá, Intermedio Editores.

Salaverría, Ramón (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, Fundación Telefónica & Editorial Ariel. Disponible en: <http://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/publicaciones-listado>, (Búsqueda, 19/03/2018)

Sanders Karen; Canel, María; Holtz-Bacha Christina (2011): "Communicating governments. A three country comparison of how governments communicate with citizens". En: *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 16, N° 4. Disponible en: <https://pdfs.semanticscholar.org/5ef0/95920c305b4f4f50124b55dad29b75223210.pdf>, (Búsqueda, 14/04/2017)

Sandoval, Rodrigo (2015). "Gobierno abierto y transparencia: construyendo un marco conceptual". En: *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 22, pp. 203-227. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10536227008>, (Búsqueda, 20/05/2017)

Sebastián, Mercedes y Cardama, Sara (2016). "Gobierno y Parlamento abierto: la participación ciudadana en el tratamiento y visualización de la información pública". En:

Revista Interamericana de Bibliotecología, Vol. 4, N° 2, pp. 47-56. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.17533/udea.rib.v39n1a07>, (Búsqueda, 07/06/2016)

Sim, Jasmine y Krishnasamy, Malathy (2016). “Building a democratic society: Exploring Singapore students understandings of democracy”. En: *Asian Education and Development Studies*, Vol. 55, N° 1, pp. 37-58. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1748545634?accountid=41515>, (Búsqueda, 07/06/2017)

Simelio, Núria y Molina, Pedro (2014). “Comunicación Pública y participación ciudadana. El uso de Twitter en los ayuntamientos de Cataluña”. En: *Revista Historia y Comunicación*, Vol. 19, pp. 479- 491. Disponible en: https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45043, (Búsqueda, 05/05/2019)

Solimano, Andrés; Tanzi, Vito; Del Solar, Felipe (2008). *Las termitas del Estado: ensayos sobre corrupción, transparencias y desarrollo*. México, Fondo de Cultura Económica.

Spiller, Pablo; Stein, Ernesto; Tommasi, Mariano (2003). *Political Institutions, Policymaking Processes, and Policy Outcomes. An Intertemporal Transactions Framework*. Argentina, Working Papers Universidad de San Andrés.

Swain, Bruce (1983). *Ética Periodística*. Buenos Aires, Ediciones Tres Tiempos.

Tebaldi, Mauro y Calaresu, Marco (2015). “Democra-city: bringing the city back into democratic theory for the 21st century?” En: *City, Territory and Architecture*, Vol. 2, N°1, pp. 1-15. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1186/s40410-015-0029-2>, (Búsqueda, 09/07/2017)

Veljković, Natasa; Bogdanović-Dinić, Sanja; Stoimenov, Leonid (2014). “Benchmarking open government: An open data perspective”. En: *Government Information Quarterly*, Vol. 31, N° 2, pp. 278- 290. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.011>, (Búsqueda, 09/07/2017)

Valencia, Daniel (2010). “La investigación en comunicación en Latinoamérica: la mies es mucha; los obreros, pocos”. En: *Signo y Pensamiento*, Vol. 29, N° 57, pp. 286-291. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3631433>, (Búsqueda, 09/07/2017)

Wills, María y Rivera, María (2009). “Poder, familia y clientelismos en Montería, Córdoba (1950- 2008). Visibilización y ascenso de las mujeres en contextos totalitarios”. En: Camacho, Álvaro; Duncan, Gustavo; Steiner, Claudia; Vargas, Ricardo y Wills, María. *A la sombra de la guerra. Ilegalidad y nuevos órdenes regionales en Colombia*. Bogotá, Centro de Estudios Socioculturales e Internacionales.

Wright, Charles (1956). *The power elite*. New York, Oxford University Press.

Yu, Harlan y Robinson, David (2012). “The new ambiguity of Open Government”. En: *UCLA Law Review Discourse*, pp. 177- 208. Disponible en: <https://www.uclalawreview.org/pdf/discourse/59-11.pdf>, (Búsqueda, dd/mm/aaaa)

Ziccardi, Alicia (2012). “Democracia representativa con democracia participativa”. En: Calva, José Luis. *Democracia y Gobernabilidad*, Vol. 5. Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México.

11. ANEXOS

Anexo 1

Medios y propietarios en la Región Caribe (fuente: elaboración propia, 2019)

Atlántico (Barranquilla)⁶²

Prensa escrita

Nombre del medio	Propietario
<i>El Heraldo</i> “Es el principal periódico de Barranquilla y cubre también algunos departamentos de la Región Caribe colombiana. El diario hace parte de El Heraldo S.A., empresa periodística que tiene por accionistas a empresas jurídicas que se dedican al mercado inmobiliario” (Tomado de Poderopedia).	El Heraldo S.A Pumarejo Certain S.A. Empresa dedicada a la inmobiliaria. Tiene el 33,3% del Heraldo S.A Fernández Iglesias y CIA. Empresa dedicada a la inmobiliaria. Tiene el 16,6 % del Heraldo S.A. Fernando Noguera y CIA. Empresa dedicada al negocio de la inmobiliaria. Tiene el 16,6 % del Heraldo S.A. Inversiones Deman S.A. Empresa dedicada al negocio de la inmobiliaria. Tiene el 16,6 % del Heraldo S.A Gieseken Manotas Ingiman S.A.S. Empresa dedicada al negocio de la inmobiliaria. Tiene el 16,6 % del Heraldo S.A.
<i>La Libertad</i>	Director Fundador y propietario: Roberto Esper
<i>Al día</i>	Diario popular de propiedad de El Heraldo S.A.
<i>Q’hubo Barranquilla</i> “Es uno de los periódicos populares más leídos en Barranquilla. Hace parte del Grupo Nacional de Medios,	Grupo Nacional de Medios S.A. desde 2008. Grupo Nacional de Medios S.A es propiedad de:

⁶² La información de las tablas del Atlántico fue conseguida a través de periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación. También se obtuvo información a través del portal del proyecto Poderopedia, encontrado en <http://www.poderopedia.org/poderopedia/index/chapters> .

<p>empresa dueña de la marca Q'Hubo a nivel nacional. La edición general del diario de Barranquilla</p>	<p>» El Colombiano S.A. & CIA. S.C.A. (39,99 %)</p>
<p>está controlada por Ronald Soto Toncel, quien representa a Grupo Medios S.A., empresa cartagenera de medios. Grupo Medios S.A. tiene como representante legal a Gerardo Araújo Pérdomo, quien es un hombre con alto poder en los medios de comunicación de la región y quien también es hermano del ex ministro secuestrado por las Farc, Fernando Araújo. En la gerencia del Q'hubo Barranquilla está Alejandro Delgado" <i>(Tomado de Poderopedia).</i></p>	<p>» El Pais S A (30 %)</p> <p>» Inversiones Galvis Ramirez Y CIA. S.A.S. (18 %)</p> <p>» Editora del Mar S.A. (12 %)</p> <p>» Inversiones Edimedia S.A. (0,00002 %)</p>
<p><i>ADN Barranquilla</i></p>	<p>Diario gratuito, de propiedad de El Tiempo (diario nacional)</p>
<p>Diarios nacionales de circulación en Barranquilla</p>	<p>Es importante señalar que en Barranquilla circulan los diarios nacionales <i>El Tiempo, El Espectador y La República</i> (especializado en economía)</p>

Magdalena (Santa Marta)⁶³

Prensa escrita

Medio	Propietario
<p><i>Hoy diario El magdalena</i></p> <p>Es un periódico sobre noticias de la ciudad de Santa Marta.</p>	<p>Hace parte de Editora de Medios S.A., empresa periodística donde Ulilo Acevedo Silva aparece como accionista.</p> <p>Ulilo Acevedo fue diputado, candidato a la Cámara de representantes, miembro de la SIP, acusado de parapolítica (llamado así a los vínculos existentes entre paramilitares y políticos).</p>
<p><i>Ajá y qué</i></p> <p><i>Diario popular</i></p>	<p>Ulilo Acevedo</p>
<p><i>El rojito</i></p> <p><i>Diario popular</i></p>	<p>Ulilo Acevedo</p>
<p><i>El Informador</i></p> <p>Es el periódico tradicional del departamento de Magdalena. Difunde noticias sobre Santa Marta, Magdalena, la región Caribe, Colombia y el mundo. Fue fundado el 7 de agosto de 1958 por Jose Benito Vives de Andreis. Su director es el ex alcalde de Santa Martha Alfonso Vives</p>	<p>Hace parte de Editorial Magdalena S.A, casa periodística cuyos dueños son la familia Vives Campo.</p> <p>Familia Vives: tradicional de la política.</p> <p>Tienen negocios en distintos sectores como la Renault en Santa Marta, socios de la Sociedad Portuaria de Santa Marta, tienen fincas cafeteras, bananeras y de palma.</p> <p>Lucho Vives (ha sido concejal, diputado y senador). Familia de Nacho Vives. Margarita Vives Lacouture (fue diputada)</p>

⁶³ La información de las tablas de Magdalena fue conseguida a través de periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación.

<i>Opinión Caribe</i>	Víctor Rodríguez Es un arquitecto que tenía una página web y la convirtió en periódico que sale cada 15 días. La pauta publicitaria es de la Administración.
<i>El Vocero de la Provincia</i>	Josefa Orozco (comunicador social)
<i>El Defensor</i>	Un periódico semanal de Cipriano López. Es un ingeniero Industrial que tiene una emisora que tiene otros negocios como restaurante. Es crítico de la Administración Distrital. Tamaño Sabana Tiene una compraventa. Tenía un restaurante, tenía una bomba de gasolina Circula semanalmente

Televisión

Nombre	Propietario
<i>Canal Campo Televisión Canal por cable</i>	Ramón Campo González Concejal y dueño de fincas de café. Candidato al Concejo nuevamente. Periodista Presidente Nacional del Comité de Cafeteros.
<i>CNC</i>	(OPERADORA GLOBAL TV TELESAMARIA)

	Familia Beltrán. Es una dinastía de comunicadores de tradición en Santa Marta.
--	--

Bolívar (Cartagena)⁶⁴

Prensa escrita

Medio	Propietario
<p><i>El Universal</i></p> <p>Es el periódico tradicional de Cartagena y publica información de la Costa Caribe colombiana.</p>	<p>Editora del Mar</p> <p>“Casa editorial en la que el principal accionista es Alejandro Galvis Ramírez con un 71 % de las acciones. La familia Araújo Perdomo en cabeza de Gerardo también tiene participación accionaria. El director del diario cartagenero es Luis Mogollón.</p> <p>Alejandro Galvis Ramírez ha sido catalogado como el Murdoch colombiano. Galvis Ramírez, gerente de Vanguardia Liberal, tiene participación accionaria en los siguientes periódicos nacionales: Vanguardia Liberal, Q’Hubo, El Universal, La Tarde, El Nuevo Día, La Patria, Colprensa y Publímetro. Alejandro Galvis, economista de Los Andes, es uno de los empresarios con más poder en el departamento de Santander. Las empresas periodísticas del empresario no sólo registran actividades con el periodismo. Galvis Ramírez y Cia, casa editorial de Vanguardia Liberal, registra ante Cámara de Comercio la actividad ganadera. Inversiones Galvis Ramírez, que tiene</p>

⁶⁴ La información de las tablas de Bolívar fue conseguida a través de periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación. También se obtuvo información a través del portal <http://www.poderopedia.org/poderopedia/index/chapters>.

	<p>el 18% del Grupo Nacional de Medios, registra el mercado de valores como actividad complementaria al periodismo.</p> <p>Este hombre heredó de su padre, el político Alejandro Galvis Galvis, el diario Vanguardia Liberal, con el pasar del tiempo y con el apoyo de su hijo, Alejandro Galvis Blanco, ha ido extendiendo su capacidad accionaria en diferentes medios nacionales.</p> <p>La familia Araújo que tiene participación en <i>El Universal</i> también tiene negocios en el sector de finca raíz y hotelería” (Tomado del portal Poderopedia).</p>
<i>La Verdad</i>	<p>Grupo Roberto Esper Rebaje</p> <p>La casa editorial a la que pertenece es Impresores La Libertad ILL EU, empresa que tiene como único accionista a Roberto Esper Rebaje.</p>
<p><i>Q’hubo</i></p> <p>Es uno de los periódicos populares más leídos en Cartagena. Hace parte de Editora del Mar S.A., casa editorial que tiene a El Teso, otro diario popular de gran lecturabilidad y a El Universal, el periódico más tradicional e importante de la ciudad amurallada.</p>	<p>Editora del Mar</p>
<i>El Teso</i>	<p>Editora del Mar</p>
<i>Al día Cartagena</i>	<p>El Heraldo</p>
<i>El Heraldo</i>	<p>El Heraldo</p>
<p><i>Gente Bahía</i></p> <p>Semanario gratuito</p>	<p>Editora del Mar</p>

Televisión

Nombre	Propietario
<i>Canal Cartagena</i> Sistema de televisión, operado por la empresa de cable UNE	No se encuentra en bases de datos públicas.
<i>CNC Noticias</i>	No se encuentra en bases de datos públicas.

Sucre (Sincelejo)⁶⁵

Prensa escrita

Nombre	Propietario
<i>El Meridiano</i>	Familia Salleg
<i>El Propio</i>	Familia Salleg
<i>Al día Sincelejo</i>	El Heraldo
<i>El Espectador</i>	Diario nacional
<i>El Tiempo</i>	Diario nacional
<i>El Heraldo</i>	El Heraldo

Televisión

Nombre	Propietario
<i>Canal 12 de Claro televisión</i> (Tolú, Sincelejo, Corozal y Morroa y Los Palmitos) -	No se encuentra en bases de datos públicas

⁶⁵ La información de las tablas de Sucre fue conseguida a través de periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación.

<i>Canal 14</i> de Global tv (canal regional)	No se encuentra en bases de datos públicas
<i>Más TV</i> de Global tv (operan con cable) (canal regional)	No se encuentra en bases de datos públicas
<i>CNC</i> (red de global) – canal a nivel nacional – cada localidad tiene un consorcio que los explota	No se encuentra en bases de datos públicas
<i>Canal 3</i> de Tolú	No se encuentra en bases de datos públicas
<i>Telesincé</i>	No se encuentra en bases de datos públicas

Córdoba (Montería)⁶⁶

Prensa escrita

Medio	Propietario
<p><i>El Meridiano</i></p> <p>“Es el principal periódico del departamento de Córdoba, hace parte de la marca Meridiano que también circula en el departamento de Sucre. En abril de 2015, el Tribunal de Justicia y Paz de Medellín afirmó que el diario se convirtió en caja de resonancia de los paramilitares (grupo armado ilegal). El alto tribunal pidió investigar a su director, William Antonio Salleg Taboada” (Tomado de Poderopedia).</p>	<p>Grupo Editado SAS, empresa periodística que tiene por accionistas a William Enrique y William Antonio Salleg Taboada, este último director del diario cordobés.</p> <p>Familia Salleg</p>

⁶⁶ La información de las tablas de Córdoba fue conseguida a través de periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación. También se obtuvo información a través del portal <http://www.poderopedia.org/poderopedia/index/chapters>.

<i>El Propio</i>	Grupo Editado SAS, empresa de William Enrique y William Antonio Salleg tienen bajo su control a dicho diario popular.
<i>El Heraldo</i>	El Heraldo circula en la Región Caribe.
<i>Al día Montería</i> Circula con información de la ciudad	El Heraldo
<i>El Universal</i>	Diario de Cartagena
<i>El Tiempo y El Espectador</i>	Diarios nacionales que también tienen circulación aquí.

Televisión

Medio	Propietario
<i>Canal Montería</i>	No se encuentra en bases de datos públicas

La Guajira⁶⁷

Prensa Escrita

Medio	Propietario
<i>El Informador</i>	Hace parte de Editorial Magdalena S.A, casa periodística cuyos dueños son la familia Vives Campo. Familia Vives: tradicional de la política. Tienen negocios en distintos sectores como la

⁶⁷ La información de las tablas de La Guajira fue conseguida a través de colegas, periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación.

	Renault en Santa Marta, socios de la Sociedad Portuaria de Santa Marta, tienen fincas cafeteras, bananeras y de palma. Lucho Vives (ha sido concejal, diputado y senador). Familia de Nacho Vives. Margarita Vives Lacouture (fue diputada)
<i>Diario del Norte</i>	Games Editores
<i>Causa Guajira</i>	Pepe Palacio (escritor y periodista)
<i>Al día</i>	(propiedad de El Heraldo)
<i>El Heraldo</i>	El Heraldo
<i>Revista Sendas</i>	Elías Jacobo Gómez

Televisión

Medio	Propietario
<i>Makira TV</i>	Fondo Mixto
<i>Guajira Televisión</i>	Familia Rojas (metidos en política)
<i>TV Norte</i>	No se encuentra en bases de datos públicas
<i>Teleguajira</i>	Pepe Palacio

San Andrés y Providencia⁶⁸

Prensa escrita

Nombre	Propietario
<i>The Archipiélago Press y el Extra</i>	Edgar Villarreal Sabalza Periodista
<i>Frontera Azul</i>	Gabriel Salcedo Román
<i>Revista Welcome y El Isleño</i>	Eduardo Lunazi
<i>Caribbean Post</i>	Juan Carlos Gallardo (familia tradicional de políticos)
<i>Las noticias</i>	Argemiro Padilla
<i>Zona Turística</i>	Edgar Villarreal Sabalza
<i>Temporada</i>	Luis Franco Empresario
<i>San Andrés News</i>	Jairo Arjona

Televisión

Nombre	Propietario
<i>Neo Televisión</i>	Angel Caez Empresario
<i>Canal regional Teleislas</i>	Canal del gobierno

⁶⁸ La información de las tablas de San Andrés y Providencia fue conseguida a través de periodistas y profesionales que trabajan o tienen relación con los medios de comunicación.

Anexo 2

Departamentos en la Región Caribe/ número de habitantes (fuente: elaboración propia, 2019)

Atlántico⁶⁹

Municipio	Censo 2005	Proyección 2015
1.Barranquilla	1.146.498	1.218.475
2.Baranoa	51.565	57.843
3.Campo De La Cruz	19.118	16.040
4.Candelaria	12.030	12.474
5.Galapa	31.985	42.720
6.Juan De Acosta	14.578	16.806
7.Luruaco	23.559	26.886
8.Malambo	101.280	121.281
9.Manatí	13.810	15.723
10.Palmar de Varela	23.678	25.334
11.Piojó	5.026	5.134
12.Polonuevo	13.901	15.283
13.Ponedera	18.944	22.247
14.Puerto Colombia	27.825	27.103
15.Repelón	22.875	26.099
16.Sabanagrande	25.399	31.678
17.Sabanalarga	86.623	98.169

⁶⁹ En esta tabla y en las siguientes se resaltan las capitales de los departamentos en color.

18.Santalucía	12.423	11.584
19.Santo Tomás	23.877	25.326
20.Soledad	461.603	615.492
21.Suán	9.702	8.752
22.Tubará	10.912	11.020
23.Usiacurí	8.809	9.390

Bolívar

Municipio	Censo 2005	Proyección 2015
1.Cartagena	893.033	1.001.755
2.Achí	19.644	23.051
3.Altos del Rosario	11.357	13.669
4.Arenal	15.414	18.876
5.Arjona	60.418	72.514
6.Arroyohondo	8.804	9.907
7.Barranco de Loba	15.148	17.768
8.Calamar	20.722	23.308
9.Cantagallo	7.811	9.239
10.Cicuco	11.094	11.118
11.Cordoba	13.113	12.435
12.Clemencia	11.714	12.540
13.Carmen de Bolívar	67.963	75.151

14.El Guamo	7.826	7.757
15.El Piñón	7.807	9.484
16.Hatillo de Loba	11.470	11.971
17.Magangué	121.481	123.737
18.Mahates	22.929	25.786
19.Margarita	9.406	9.876
20.María La Baja	45.395	48.079
21.Montecristo	16.973	21.229
22.Mompós	41.565	44.124
23.Morales	18.523	21.182
24.Norosi (1) ⁷⁰	0	5.204
25.Pinillos	22.801	24.923
26.Regidor	8.796	10.489
27.Río Viejo (1) (3) ⁷¹	21.060	18.076
28.San Cristóbal	6.561	6.609
29.San Estanislao	15.312	16.257
30.San Fernando	12.965	13.753
31.San Jacinto	21.593	21.536
32.San Jacinto del Cauca	10.935	13.426
33.San Juan de Nepomuceno	32.514	33.466

⁷⁰ Los municipios que tiene un número uno (1) son aquellos que fueron creados con posterioridad al Censo 2005, los cuales han generado cambios en la distribución de la cabecera-resto a nivel departamental y nacional.

⁷¹ Los municipios que tienen un número tres (3) corresponden a las series de población para el total y resto que presentan saltos en años correspondientes a la creación de municipios, de acuerdo con las Leyes 136/1994 y 617/2000.

34.San Martín de Loba	14.248	17.295
35.San Pablo	27.010	33.291
36.Santa Catalina	12.058	13.169
37.Santa Rosa	18.195	22.592
38.Santa Rosa del Sur	34.015	42.003
39.Simití	18.418	20.271
40.Soplaviento	8.281	8.441
41.Talaigua Nuevo	11.086	11.350
42.Tiquisio	18.786	22.041
43Turbaco	63.057	72.168
44.Turbaná	13.493	14.883
45.Villanueva	17.576	19.691
46.Zambrano	11.110	11.611

Magdalena

Municipio	Censo 2005	Proyección 2.015
1. Algarrobo	11.778	12.576
2. Aracataca	35.520	39.473
3. Ariguaní	31.047	32.166
4. Cerro de San Antonio	8.319	7.845
5.Chivolo	16.447	15.960
6. Ciénaga	101.987	104.331

7.Concordia	10.244	9.388
8. El Banco	54.855	55.530
9. El Piñón	17.035	16.752
10 El Retén	18.809	20.981
11. Fundación	56.997	57.344
12. Guamal	25.508	27.253
13.Nueva Granada	16.134	19.783
14. Pedraza	8.031	8.066
15. Pijiño del Carmen	14.115	15.759
16. Pivijay	36.018	33.924
17. Plato	49.195	57.848
18. Pueblo Viejo	24.994	30.462
19. Remolino	8.751	8.150
20. Sabana de San Angel	14.895	16.865
21. Salamina	8.404	7.089
22. San Sebastian	17.267	17.483
23. San Zenón	8.904	9.107
24. Santa Ana	23.235	25.938
25. Santa Bárbara de Pinto	11.108	12.610
26. Santa Marta	415.404	483.865
27.Sitio Nuevo	26.867	31.706
28. Tenerife	12.550	12.243

29. Zapayan	8.642	8.801
30. Zona Bananera	57.004	60.524

Cesar

Municipio	Censo 2005	Proyección 2015
1.Aguachica	82.346	92.957
2.Agustín Codazzi	53.969	50.829
3.Astrea	18.394	19.195
4.Becerril	13.941	13.453
5.Bosconia	30.885	37.248
6.Chimichagua	30.993	30.658
7.Chiriguana	22.146	19.650
8.Curumaní	27.560	24.367
9.El Copey	24.971	26.473
10. El Paso	20.808	22.832
11.Gamarra	14.472	16.644
12.Gonzalez	9.252	6.990
13.La Gloria	14.586	12.938
14.La Jagua de Ibirico	22.082	22.282
15.La Paz	21.874	22.815
16.Manaure	11.317	14.514
17.Pailitas	15.902	17.166

18.Pelaya	16.561	17.910
19.Pueblo Bello	17.228	22.275
20.Río de Oro	14.406	14.041
21.San Alberto	20.018	24.652
22.San Diego	13.772	13.376
23.San Martín	17.312	18.548
24.Tamalameque	14.046	13.862
25.Valledupar	354.582	453.215

Córdoba

Municipio	Censo 2005	Proyección 2015
1.Ayapel	42.542	51.164
2. Buenavista	19.011	21.628
3. Canalete	17.315	21.548
4. Cereté	83.928	91.525
5. Chima	13.639	15.018
6. Chinú	43.274	48.304
7. Ciénaga de Oro	53.145	64.226
8. Cotorra	15.113	15.447
9. La Apartada	12.702	15.204
10. Los Córdoba	17.837	23.760
11. Momil	14.092	14.864

12. Montelívano	73.258	81.341
13. Montería	379.094	441.301
14. Moñitos	23.597	27.433
15. Planeta Rica	61.692	67.188
16. Pueblo Nuevo	31.536	38.559
17. Puerto Escondido	21.786	29.141
18. Puerto Libertador	35.186	47.643
19. Purísima	14.677	15.073
20. Sahagún	87.556	89.867
21. San Andrés de Sotavento	63.147	42.747
22. San Antero	26.123	31.365
23. San Bernardo del Viento	31.405	34.782
24. San Carlos	23.622	27.104
25. San José (1)	0	10.993
26. San Pelayo	39.260	43.584
27. Santa Cruz de Lorica	110.316	118.237
28. Tierralta	78.680	99.911
29. Tuchín	0	37.716
30. Valencia	34.373	42.971
31. Lorica	110.316	118.237

La Guajira

Municipio	Censo 2005	Proyección 2.015
-----------	------------	------------------

1. Albania	20.815	26.606
2. Barranca	26.329	34.619
3. Dibulla	21.798	32.983
4. Distracción	11.962	15.790
5. El molino	7.315	8.728
6. Fonseca	26.831	33.254
7. Hatonuevo	16.383	24.916
8. La Jagua del Pilar	2.721	3.213
9. Maicao	123.768	157.054
10. Manaure	67.584	103.961
11. Riohacha	167.886	259.492
12. San Juan del Cesar	33.654	37.327
13. Uribia	117.601	174.287
14. Urumita	13.349	17.910
15. Villanueva	23.538	27.657

San Andrés y Providencia

Municipio	Censo 2005	Proyección 2.015
1. Providencia	4.927	5.137
Santa Catalina	200 (promedio)	
2. San Andrés	65.627	71.305