

**PROYECTO “TALENTO JOVEN” Y LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
IMPLEMENTADAS POR LA SECRETARÍA DE LA JUVENTUD DE MEDELLÍN
EN LA COMUNA 1**

JUAN ESTEBAN RAMÍREZ CASTAÑO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
MEDELLÍN
2020**

**PROYECTO “TALENTO JOVEN” Y LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
IMPLEMENTADAS POR LA SECRETARÍA DE LA JUVENTUD DE MEDELLÍN
EN LA COMUNA 1**

**Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Comunicación
Organizacional**

Asesora

JAZMÍN SANTA ÁLVAREZ

Doctora en Historia

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
MEDELLÍN**

2020

11 de diciembre de 2020

Juan Esteban Ramírez Castaño

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad”. Art. 92, parágrafo, Régimen Estudiantil de Formación Avanzada

Firma del autor (es)

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juan Esteban Ramírez Castaño', is centered on the page. The signature is fluid and cursive, with a large initial 'J' and 'R'. Below the signature, a solid horizontal line spans the width of the page.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por estar siempre a mi lado en cada paso que doy como profesional y como ser humano.

A mi directora de trabajo de investigación Jazmín Santa Álvarez por su compromiso y acompañamiento durante la construcción de mi proyecto.

A los habitantes de la Comuna 1 por abrirme las puertas para realizar esta investigación.

CONTENIDO

| | |
|---|-----|
| INTRODUCCIÓN | 10 |
| Capítulo 1. LA COMUNA 1 Y SUS DINÁMICAS JUVENILES | 19 |
| 1.1 Dinámicas juveniles y reconocimiento de su territorio | 19 |
| 1.2 Jóvenes de la Comuna 1 y problemáticas en el territorio | 26 |
| 1.3 Relacionamiento y oportunidades para los y las jóvenes de Medellín y reconocimiento de estas en la administración nacional, departamental y local | 33 |
| Capítulo 2. SECRETARÍA DE LA JUVENTUD DE LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN, ESTRATEGIAS DESDE LA OFICINA DE COMUNICACIÓN PARA EL RELACIONAMIENTO CON LOS JÓVENES DE LA CIUDAD | 38 |
| 2.1 Secretaría de la Juventud de Medellín y su área de comunicaciones | 38 |
| 2.3 Evaluación de la estrategia de comunicación de la Secretaría de la Juventud en el proyecto Talento Joven | 45 |
| 2.4 El efecto comunicacional entre la Secretaría de la Juventud y los jóvenes de la Comuna 1 de Medellín | 61 |
| Capítulo 3. EDUCACIÓN, EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO PARA LOS JÓVENES DE LA COMUNA 1, EL PROYECTO TALENTO JOVEN | 65 |
| 3.1 Formación y acompañamiento en las rutas de empleo, emprendimiento y educación | 65 |
| 3.2 Talento Joven y la permanencia de los jóvenes en el proyecto | 71 |
| CONCLUSIONES..... | 77 |
| ANEXOS | 84 |
| REFERENCIAS | 102 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Comuna 1 Popular de la Ciudad de Medellín | 20 |
| Figura 2 Comuna 1 Popular, Unidad Deportiva Granizal | 23 |
| Figura 3 Comuna 1 Popular, bajos del Metro Cable Santo Domingo..... | 24 |
| Figura 4 Comuna 1 Popular, Unidad de Vida Articulada UVA La Esperanza | 24 |
| Figura 5 Cadena funcional Unidad de Comunicaciones | 41 |
| Figura 6 Convocatoria proyecto Talento Joven comuna 1 | 53 |
| Figura 7 Convocatoria proyecto Talento Joven comuna 6 y 8 | 55 |
| Figura 8 Historieta de género | 60 |

RESUMEN

La presente investigación aborda la necesidad de conocer y analizar los procesos y las estrategias de comunicación que realizó la Secretaría de la Juventud durante el periodo 2017 a 2019 en el proyecto Talento Joven y que, a su vez, impactaron a los jóvenes habitantes de la Comuna 1 que participaron en dicho proyecto, en las rutas de empleo, emprendimiento y educación.

Para ello, fue necesario conocer los intereses, comportamientos, dinámicas y el contexto social de la población joven. Estas características permitieron evaluar las estrategias de comunicación desde la convocatoria y el respectivo acompañamiento y determinar el relacionamiento entre la administración pública y la juventud de la Comuna 1.

PALABRAS CLAVE: juventud, participación juvenil, estrategias de comunicación, comunicación estratégica, comunicación para el cambio social.

ABSTRACT

This research addresses the need to know and analyze the communication processes and strategies carried out by Secretaría de la Juventud, during the period 2017 to 2019 in the Talento Joven project and which, in turn, impacted the young inhabitants of the Commune 1, who participated in the project, in the employment, entrepreneurship, and education routes.

To this end, it was necessary to know the interests, behaviors, dynamics and the social context of the young population. These characteristics made it possible to evaluate the communication strategies of the convocation and the respective monitoring, and determine the relationship between the public administration and the youth of Commune 1.

KEYWORDS: youth, youth participation, communication strategies, strategic communication, communication for social change.

INTRODUCCIÓN

En la Comuna 1 Popular de Medellín, ubicada en la zona Nororiental de la ciudad, los jóvenes durante muchos años han sufrido el flagelo de la violencia, la discriminación, el desempleo juvenil y otras tantas problemáticas sociales que afectan a cada joven en situaciones de relacionamiento con el otro, autoconfianza y en las pocas posibilidades de hacer parte de las dinámicas económicas y sociales de la ciudad.

Sin embargo, en esta comuna se observa la resistencia de los jóvenes con acciones que se inclinan por el deporte, el arte, la cultura y la movilización social a través de distintas agrupaciones juveniles que trabajan a favor de la paz y en la construcción de dinámicas que beneficien a la comunidad. Sin embargo, es claro que estos jóvenes organizados requieren del apoyo de entidades gubernamentales con programas y proyectos que promuevan el desarrollo juvenil, así mismo el apoyo de la empresa privada, en especial en pro de una vinculación laboral.

En el desarrollo de esta investigación, se eligió la comunicación para el cambio social como área que permite relacionar y reflexionar sobre los jóvenes y sus dinámicas comunicativas. En este campo, se considera importante la posibilidad de ver en la comunicación “un vehículo para catalizar procesos de cambio, empoderar individuos, fortalecer comunidades y liberar voces que no han sido escuchadas previamente”. (Rodríguez et al., 2002, p. 25)

Para ello, se escogieron algunos autores como Rossana Reguillo, Alfonso Gumucio, o Alejandro Barranquero quienes ven en la comunicación una alternativa para fortalecer el diálogo, los lazos de cooperación y la construcción de nuevo conocimiento en el territorio.

El objetivo de este trabajo de grado fue analizar las estrategias de comunicación implementadas por la Secretaría de la Juventud, desde la planeación y la ejecución, y la forma como se llevaron a cabo los procesos comunicacionales al momento de realizar la convocatoria, así como el seguimiento al proyecto Talento Joven en la ejecución del programa en la Comuna 1.

Inicialmente, se realizó un diagnóstico que arrojó como evidencias la ausencia de elementos estratégicos que permitieran realizar una labor más dinámica y efectiva, entre ellas se cuentan: la dificultad para convocar a los jóvenes a participar en el proyecto, el desconocimientos del público objetivo (características demográficas e interés por parte de los jóvenes en sus dinámicas cotidianas y grupos ya organizados) y de los canales pertinentes para la divulgación de la información y la identificación de actores claves que promovieran la estrategia en el territorio y facilitaran el proceso de vinculación de la comunidad juvenil en dicho proyecto.

Ante este panorama, este trabajo propone ofrecer a futuras administraciones municipales algunas recomendaciones que fortalezcan la planeación frente a su público de interés, quienes responden a dinámicas e intereses diferentes en cada comuna de la ciudad y proponer estrategias más acordes con la realidad de los jóvenes de esta comuna y tácticas más útiles desde las comunicaciones para

realizar las convocatorias y el debido acompañamiento a los procesos en cada territorio, en pro de la permanencia en los proyectos y el relacionamiento con la administración municipal, específicamente con la Secretaría de la Juventud de la Alcaldía de Medellín.

Esta investigación analiza las estrategias que desde la comunicación implementó la Secretaría de la Juventud para el logro de la participación de los jóvenes en el proyecto Talento Joven de la Comuna 1. Para la consecución de este objetivo se procedió inicialmente al reconocimiento de las dinámicas de los jóvenes en la comuna, se identificaron los motores que los movilizaba en su cotidianidad y en su territorio, así como las acciones, las estrategias de comunicación, el acompañamiento y la permanencia de los jóvenes en el proyecto Talento Joven por parte de la Secretaría de la Juventud.

Por otro lado, la investigación realizada contó con el acercamiento previo por parte del investigador al proyecto Talento Joven, ya que, como funcionario de la Secretaría de la Juventud en dicho proyecto y como parte de su formación en comunicaciones y el proceso de formación recibido en la Maestría de Comunicación organizacional en UPB, conoció directamente las estrategias y las tácticas diseñadas por la Oficina de comunicaciones, tanto de la Alcaldía como desde la Secretaría de la juventud, y conoció, durante el trabajo de campo en el tiempo laboral y luego en el proceso de investigación, las respuestas de los jóvenes a las acciones de la Secretaría de la Juventud en la Comuna 1.

Se evidenció que la mayoría de las estrategias implementadas por la Secretaría de la Juventud son similares en la ejecución de los otros proyectos realizados desde esta oficina. De manera general, se aboca a las mismas estrategias de comunicación dirigidas a los jóvenes en las otras comunas y corregimientos. De ahí que se identifique la importancia de conocer el público y, a partir de sus intereses, dinámicas y necesidades plantear las acciones correspondientes en términos comunicacionales para los públicos específicos.

El presente trabajo reúne los hallazgos de la investigación en tres apartados.

En el primer capítulo se abordan las dinámicas de los jóvenes en su territorio, en este el investigador se acerca y conoce las actividades que realizan los jóvenes en su cotidianidad desde un análisis desde lo observado y escuchado en varios lugares de encuentro en la Comuna 1. También, se analiza el contexto espacio temporal de la Comuna y de los jóvenes y se indaga por la participación en actividades alusivas a la cultura, el deporte y a la formación educativa.

En el segundo capítulo se identifican las estrategias de comunicación que implementó la Secretaría de la Juventud en el proyecto Talento Joven desde las áreas de comunicaciones y se indagó sobre la construcción de las estrategias comunicacionales y la identificación y caracterización del público de interés en el relacionamiento con el proyecto Talento Joven.

Por otro lado, se escucharon las voces de los jóvenes que participaron en el proyecto, con el objeto de identificar los canales por los que se enteraron de este y

las convocatorias y cómo consideraron el acompañamiento hecho por parte del proyecto Talento Joven y el área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud.

En el tercer capítulo, identificadas las estrategias del área de comunicaciones de la Secretaría, se conversó con los participantes del proyecto Talento Joven sobre los contenidos de las formaciones y el acompañamiento hecho a los jóvenes que participaron del programa en las rutas de empleo, emprendimiento y educación.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo pues pretende comprender un fenómeno social, los comportamientos y las reacciones de los jóvenes frente a las estrategias de comunicación que implementó la Secretaría de la Juventud a través del Proyecto *Talento Joven*; además, busca conocer las particularidades y las preferencias de los jóvenes que habitan el territorio, por ejemplo: interés por el trabajo y el estudio, los espacios de entretenimiento y socialización y demás actividades que estos realizan en la Comuna 1 de Medellín.

Además de responder algunas inquietudes sobre la convocatoria y el seguimiento en el territorio de dicho proyecto, implica alcances como el exploratorio (examinar un problema que no ha sido antes abordado), el descriptivo (especificar características) y el correlacional (medir el relacionamiento) para finalmente tener un alcance explicativo en cuanto a las causas, los acontecimientos de los fenómenos sociales de los jóvenes en relación con las estrategias de comunicación de la Secretaría de la Juventud y su funcionalidad dentro de un proceso determinado.

El paradigma más apropiado adoptado en este trabajo de investigación fue el hermenéutico, ya que se basa en la construcción de conocimientos desde el relacionamiento entre el sujeto y el objeto, además, comprende comportamientos, actitudes y manifestaciones de los jóvenes y reconoce e interpreta las situaciones sociales de las personas como las creencias y sus acciones o prácticas.

Por consiguiente, este modelo interpretativo, permitió al investigador profundizar en la comprensión de la situación de las personas para percibir una realidad y poder pensar en proponer cambios futuros en esa relación con la comunicación con los jóvenes.

Desde la fenomenología, que se entiende por explicar los conceptos y los aspectos cotidianos de las personas y que a su vez estudia la subjetividad, se buscó interpretar, describir y comprender el actuar de las personas en las prácticas que realizan en sus entornos, en este caso los jóvenes de la Comuna 1, conociendo la naturaleza de sus motivaciones y lo que los moviliza a realizar ciertas dinámicas. Es importante reconocer que es fundamental contar con la voz de muchos jóvenes, solo así se puede pensar en mejorar procesos, basados en el diálogo y realmente incluyentes, pensados desde las mismas realidades y necesidades de los jóvenes y no desde los escritorios de la administración municipal.

De ahí que en esta investigación sea importante conocer e interpretar el público juvenil de la Comuna 1, con el fin de comprender la realidad social que los mueve en sus entornos familiares, deportivos, culturales y en dinámicas que tienen en el día a día.

A partir de lo planteado desde el alcance y el paradigma, se propusieron varios caminos metodológicos diseñados para cumplir con los objetivos propuestos en esta investigación.

En una primera fase, desde el **análisis documental**, se abordaron artículos, libros y notas periodísticas que brindaron información sobre el contexto de los jóvenes en la Comuna 1 con respecto a la situación de violencia, el desempleo y las oportunidades de educación. Se hizo un seguimiento al cubrimiento periodístico en el periódico *El Colombiano* y el portal de noticias *Análisis Urbano* durante las publicaciones del 2017 al 2019.

Por otro lado, se analizó el proceso comunicacional que realizó la Secretaría de la Juventud desde la convocatoria a través del análisis del discurso (escrito y visual) del diseño de las piezas gráficas, en el que se invitaba a los jóvenes a participar del proyecto por medio de la red social *Facebook* y la plataforma de *Medellín Joven*.

Se recurrió a **la observación participante**, con el fin de interactuar y conocer las dinámicas de los jóvenes en el territorio. También, se diseñaron recorridos por los diferentes barrios que componen la Comuna 1, se participó activamente en varias actividades dentro de la vida cotidiana de los jóvenes. Se registraron anotaciones y fotografías de los sucesos más representativos en el territorio para luego sistematizarlas. Estas acciones estuvieron en su parte final limitadas debido al confinamiento obligatorio que se decretó en la ciudad por covid 19.

La encuesta con un muestreo por conveniencia a una población finita permitió evaluar las estrategias de comunicación que implementó la Secretaría de la

Juventud en el proyecto Talento Joven. En ella se indagó a los jóvenes por las acciones relacionadas con el antes y el durante de la convocatoria (digitales y territoriales). Se eligió este tipo de encuesta ya que el universo reunía a 50 jóvenes quienes habían participado en el proyecto, obteniendo respuesta de 40 de ellos.

A través de las **entrevistas semiestructuradas**, se identificaron las dinámicas juveniles de algunos jóvenes que acuden a los escenarios deportivos, bibliotecas o parques de recreo en el territorio, con el fin de conocer qué los movilizaba en su barrio y con qué frecuencia frecuentaban los espacios. También, las entrevistas permitieron conocer lo que piensan los jóvenes en el territorio abordando las necesidades y las posibles expectativas que tienen frente al papel del Estado.

A esto se sumó una entrevista al coordinador de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud para conocer cómo se planificó la estrategia enfocada en la divulgación de la convocatoria acompañamiento durante la ejecución del proyecto, el relacionamiento con las demás dependencias de la Secretaría de la Juventud y la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín y el acercamiento a la juventud de la Comuna 1.

Por último, se entrevistó a la profesional de territorio del proyecto Talento Joven quien explicó el objetivo del programa y los alcances que tuvieron en el territorio.

Aunque se aplicaron todos los métodos de investigación en el territorio y se logró compartir con la población joven en sus escenarios deportivos y culturales, la pandemia actual que afecta al mundo, la covid 19, que se presentó a partir de marzo

2020 en Colombia, impidió la reunión del grupo focal a causa del distanciamiento social obligatorio orientado por el Gobierno Nacional. Lo que se buscaba con esta técnica era debatir sobre la percepción que tienen los jóvenes sobre la administración municipal y los programas y proyectos de la Secretaría de la Juventud, el relacionamiento con los distintos actores que habitan en el territorio y profundizar sobre las pasiones y gustos que tienen las y los jóvenes de la comuna.

Capítulo 1. LA COMUNA 1 Y SUS DINÁMICAS JUVENILES

1.1 Dinámicas juveniles y reconocimiento de su territorio

La Zona Nororiental de Medellín hace parte de las seis zonas que se dividen la ciudad y que componen las 16 comunas. Actualmente, la Zona Nororiental está conformada por cuatro comunas: Popular 1, Santa Cruz 2, Manrique 3 y Aranjuez 4.

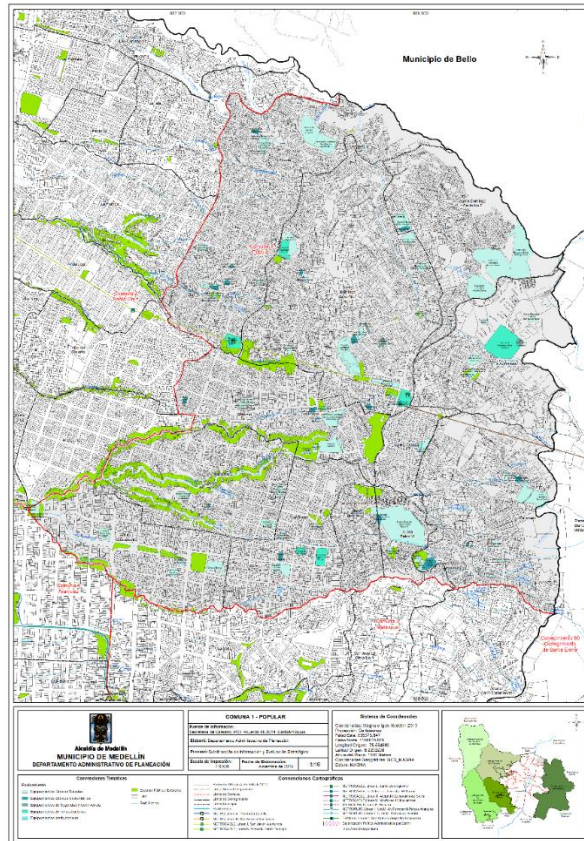
Desde las características topográficas, la Zona Nororiental cuenta con conformación de laderas e inclinación excesiva de los terrenos, lo que ocasiona riesgos por deslizamientos para los habitantes. Por otro lado, esta parte de la ciudad se caracteriza por haber sido poblada, la mayor parte de su territorio, por familias provenientes del campo que llegaron y siguen llegando a la ciudad en búsqueda de nuevas oportunidades, lo que ha generado en algunas partes un acelerado crecimiento de la población, creando riesgos para los habitantes en temas de vivienda y ocupación.

También, esta zona ha presentado durante muchos años problemas en aspectos relevantes en temas de salud, bienestar, recreación, educación y cultura que se reflejan en términos estructurales como en atención a la comunidad desde los proyectos sociales y económicos. (Naranjo, 1992)

La Comuna 1 Popular cuenta con una división geográfica de doce barrios que conforman el territorio y que limitan con: la **Comuna** 3 Manrique, Comuna 2 Santa Cruz y con el Municipio de Bello. Estos barrios son: Santo Domingo No 1, Santo

Domingo No 2, Granizal, Popular, Moscú No 2, Villa Guadalupe, San Pablo, La Aldea Pablo VI, La Esperanza No.2, La Avanzada, Carpinelo y El Compromiso.

Figura 1
Comuna 1 Popular de la Ciudad de Medellín



Nota. La imagen representa la división político administrativa de la Comuna 1 de Medellín. Tomado de: *Catálogo de Mapas por Alcaldía de Medellín, 2020.*

La Comuna 1 Popular, desde su geografía, cuenta con terrenos pendientes donde se asientan la mayoría de sus habitantes, por ejemplo, en los barrios Santo Domingo número 1 y 2, La Avanzada o Carpinelo se ubican en pendientes mayores al 40 %

de inclinación. Los otros barrios que pertenecen a la comuna se ubican en pendientes del 25 %. Esta ubicación en “falda” ha generado un gran número de movimientos de masa con deslizamientos o desprendimientos de los terrenos, además de problemas ligados a la ocupación y desviación de los cauces, lo que también precipita dichos movimientos. (Alcaldía de Medellín, 2015)

Desde el contexto social, la Comuna 1 presenta altos índices de pobreza en los que prevalecen los estratos socioeconómicos 1 y 2 y, como ocurre en toda la Zona Nororiental de la ciudad, las problemáticas están relacionadas con desempleo, educación, salud y recreación. Por otro lado, la condición de vivienda requiere una atención especial, ya que las construcciones en alto riesgo representan para la comunidad un peligro, especialmente para las familias que viven en zonas de invasión.

Una de las poblaciones más afectadas por el contexto social de la Comuna 1 son las y los jóvenes; el desempleo, el trabajo informal, el embarazo adolescente a temprana edad y el suicidio son condiciones que representan un reto para las administraciones públicas, las organizaciones sociales y la comunidad misma. (Observatorio de la Juventud Secretaría de la Juventud de Medellín, 2019)

La Juventud de la Comuna 1 hace resistencia al flagelo de la violencia y de otros problemas sociales como la pobreza, la discriminación social y el desempleo con acciones culturales y deportivas que generan desarrollo comunitario desde la movilización social. Durante la jornada diurna, algunos jóvenes manifiestan que la práctica deportiva enfocada en el fútbol o el *Skate* (salto con tabla) ayuda a olvidar

los problemas que tienen en sus hogares, ellos también mencionan que disfrutar de estos deportes permite fortalecer los lazos con los amigos y conocer a otras personas que comparten los mismos gustos. Es importante tener en cuenta que al pensar cómo definir a la juventud se debe entender esta como un proceso,

es un producto social, el cual debemos diferenciar de su condicionante biológico (...)
La juventud se encuentra delimitada por dos procesos: uno biológico y otro social.
El biológico sirve para establecer su diferenciación con el niño y, el social, su diferenciación con el adulto (Lemus, 1998 p. 3).

Tal como lo manifiesta Reguillo (2003) para el caso latinoamericano, la participación de los jóvenes ha sufrido cambios importantes, los objetos de solidaridad se diversifican hacia los territorios de la paz, de la cultura, de la sexualidad de los marginados de la palabra y participan con música, con pequeñas colectas, con actos individuales de generosidad o, con la estridencia de manifestaciones masivas y a gran escala. (p. 12)

En la Comuna 1, los y las jóvenes reconocen la cancha de fútbol Granizal, los Bajos del Metro Cable Santo Domingo y la Uva La Esperanza como escenarios propicios para disfrutar y conocer nuevas personas (Ver Figura 2, 3 y 4) En estos espacios de encuentro, se percibe un ambiente de alegría, compañerismo, trabajo en grupo y el compromiso de disputar partidos o la práctica del deporte.

Lo mismo ocurre en las esquinas de los barrios de la Comuna 1, estos se han configurado como lugares de preferencia para muchos jóvenes a la hora de socializar sus experiencias con sus pares, en estos encuentros que generalmente

inician en la tarde y culminan en la última hora de la noche, se reivindica el voz a voz entre los y las jóvenes.

Figura 2
Comuna 1 Popular, Unidad Deportiva Granizal



Figura 3
Comuna 1 Popular, bajos del Metro Cable Santo Domingo



Figura 4
Comuna 1 Popular, Unidad de Vida Articulada UVA La Esperanza



Los jóvenes entrevistados afirman estar satisfechos con las instalaciones con que cuentan en el sector, reconocen que en la Comuna 1 se necesita ampliar los equipamientos y la capacidad, porque en los diferentes barrios viven muchos jóvenes que después de estudiar o trabajar acuden a los escenarios y estos se mantienen muy llenos. También los jóvenes mencionan que, en ocasiones, los espacios destinados para la juventud están ocupados por integrantes de bandas criminales o por personas de la comunidad que consumen droga, lo que genera rechazo y condiciona asistir a los escenarios, especialmente en la jornada de la noche.

Desde el aspecto cultural, educativo y artístico, los y las jóvenes de la Comuna 1 acuden con mucha frecuencia al parque público Unidad de Vida Articulada (UVA) La Esperanza, a las instalaciones de la Casa de Justicia, a la biblioteca de Granizal y a los espacios que tienen las Instituciones Educativas como la IE Antonio Derka.

Al igual que las y los jóvenes que practican deporte, quienes asisten a estos espacios mencionan que necesitan más y mejores espacios para organizar los encuentros y poder realizar sus acciones sociales como la práctica de danza, el Hip-Hop, el *Freestyle* y los espacios para disfrutar del día.

La mayoría de las personas entrevistadas para esta investigación asisten a los espacios de encuentro y hacen parte de diferentes agrupaciones juveniles, ellas afirman que participan con el propósito de aprender, entretenerse y contribuir con el

desarrollo comunitario, con ello buscan hacer movilizaciones y acciones sociales que beneficien a la comunidad, tales como la entrega de mercados, los encuentros con adultos mayores y las actividades que involucren a niños y niñas. Esto va en sintonía con lo que reconocen Garcés & Acosta (2012) sobre la participación juvenil, la cual

tiene que ver con el tipo de prácticas o el conjunto de acciones a partir de las cuales los jóvenes, en calidad de actores sociales con sus necesidades, experiencias y potencialidades, ejercen, no solo un derecho a ocuparse de los asuntos de su interés, sino también su aspiración y su lucha porque otros actores sociales reconozcan, respeten y legitimen sus modos particulares de ser, de sentir, de expresar, de actuar, de organizarse y de intervenir en pro del logro de sus proyectos, deseos, sueños, aspiraciones, intereses y en la realización de sus proyectos; todo ello en el marco de la Constitución, la ley y el respeto del otro que ofician como el límite externo de su constitución subjetiva. (p.19)

1.2 Jóvenes de la Comuna 1 y problemáticas en el territorio

Desde mediados del siglo pasado, el crimen organizado liderado por el narcotráfico y hoy por el microtráfico, los homicidios relacionados con venganzas por asuntos pasionales o por el ajuste de cuentas y el reclutamiento de menores de edad han sido factores determinantes dentro de la problemática relacionada con el desarrollo juvenil, condicionando a sufrir las consecuencias de la violencia.

Esto generó un aumento exponencial de los delitos, además del temor y el miedo generalizado en los distintos barrios, y en especial en la Comuna 1 de Medellín que fue epicentro de la guerra donde las y los jóvenes fueron los más perjudicados con el aumento de los homicidios, así como con el flagelo de la estigmatización.

El reclutamiento de jóvenes por Pablo Escobar en varias comunas de la ciudad para hacer parte de su “ejército” tuvo un impacto notable en el aumento de los homicidios,

en la proliferación de bandas y en la estigmatización de las comunas localizadas en las zonas nororiental y nororiental (Populares, Manrique, Aranjuez, Castilla), considerados estas para la década del noventa como los nuevos epicentros de la violencia. (Corporación Región, 2014, p. 127)

Como parte de las secuelas de la violencia presentada entre 1980 y 2014, al menos 132.529 personas fueron víctimas del conflicto armado en Colombia. Por desplazamiento forzado se reportaron 106.916 víctimas; asesinato selectivo, 19.832; desaparición forzada, 2.784; acciones bélicas, 784; secuestro 484; violencia sexual, 336; reclutamiento forzado, 136; atentados terroristas, 80; y el daño en bienes ajenos, 12 (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2017 p. 22)

A esto se suman otras repercusiones como las diversas formas de violencia, especialmente la intrafamiliar, y de discriminación, el aumento en la tasa de homicidios en el territorio y muchos otros aspectos que se relacionan con otros entornos que se suman a la estigmatización, entre ellos la deserción escolar y/o el desempleo juvenil. Este tipo de violencia se conoce como estructural porque afecta el entorno económico y social del ciudadano, que en este caso son los y las jóvenes de esta comuna. Según Aguilar & Muñoz (2015), dicho tipo de violencia

afecta de múltiples maneras a los sujetos en condición juvenil, quienes han sido confinados de manera acelerada y creciente a condiciones de vida precarizadas, signadas por falta de oportunidades, el empleo, el subempleo, el empobrecimiento, la marginalidad social y las múltiples situaciones de violencia (p. 1023)

Todo esto ocasiona en el territorio un conflicto urbano en el que los más afectados son la niñez y la juventud, entre otras por el debilitamiento social y la pobreza que emerge de la violencia, así como por la precaria legitimidad otorgada en el territorio al Estado, en todas sus líneas: cultura, empleo, educación, salud, emprendimiento y en proyectos que tienen el compromiso de construir ciudad a partir de la legalidad. Además, es de reconocer que la administración pública, en la búsqueda de disminuir las cifras de violencia, lleva al territorio apresuradas ofertas de programas y proyectos de la mano de las distintas secretarías municipales, que no cumplen con los intereses de la juventud, con lo que se corre el riesgo de generar mayor distanciamiento debido a la falta de gestión o articulación.

Surge la pregunta de cómo incidir en la gestión de la ciudad desde la perspectiva del conflicto urbano y los sectores con mayores niveles de afectación como lo es el de los jóvenes, para lo cual se proponen dos discusiones en cuanto al conflicto urbano y a los sectores con mayores niveles de afectación como es el caso de los jóvenes: la primera, la continuidad en el desarrollo de acciones públicas como política de Estado frente a temas como paz y convivencia, juventud y planeación del desarrollo; y una segunda, una discusión amplia de temas que se constituyen en un bien público como lo es la seguridad. (Moreno, 2003, p.196)

Para efectos de contextualizar la situación de la Comuna 1 en el periodo en el que se llevó a cabo el proyecto Talento Joven, se analizaron dos medios digitales: el portal de noticias *Análisis Urbano* y el periódico *El Colombiano*, desde enero de 2017 a diciembre de 2019. Se decidió por un lado que fuera *Análisis Urbano*, debido a la fuente testimonial que este medio aborda, generalmente jóvenes de la Comuna 1, líderes de los barrios. Por otra parte, *El Colombiano* recurre generalmente a fuente oficial, especialmente la Alcaldía o reportes oficiales tomados de organismos gubernamentales.

Ambos son medios que cubren las problemáticas de las comunas, tienen acceso a fuentes en los sectores y cubren desde distintos enfoques, el político, el orden público y lo social.

Para la realización del análisis, se revisaron 40 notas periodísticas, en su totalidad noticias, que fueron publicadas en las fechas indicadas y se anotaron observaciones sobre las problemáticas relacionadas con violencia, educación, empleo y la calidad de vida de los habitantes de la Comuna 1. Para el análisis documental se construyó un cuadro que contiene la fecha de revisión, el titular de la noticia, el medio de comunicación, la descripción de la nota periodística, el género (noticia, entrevista, informe, crónica) y las palabras claves (Ver en ANEXO 5).

El periódico *El Colombiano* reveló en sus publicaciones que la Comuna 1 de Medellín tiene la mayor tasa de desempleo de la ciudad superando el 14 %. Además, que las comunas 1 Popular, 2 Santa Cruz y 3 Manrique presentan los índices más bajos de acceso a la educación superior por parte de las y los jóvenes e identificó factores económicos, la falta de información oportuna de programas e instituciones educativas y la deserción escolar como algunas de las causas que vulneran las oportunidades de la juventud.

Por otro lado, ambos medios de comunicación analizados dejan ver que la problemática de la violencia es constante en varios sectores de la Comuna 1, especialmente en los barrios Popular, Santo Domingo, Carpinelo y La Avanzada lo que afecta a niñas, niños, adolescentes y jóvenes debido a las violencias y las dificultades intrafamiliares que suelen terminar en tragedias, feminicidios, asesinatos colectivos en puntos estratégicos de la Comuna o de los barrios, a lo que se suman problemas de extorsión, reclutamiento de menores de edad, hurtos y disputas entre bandas criminales por el control de un territorio, básicamente en la

lucha por imponerse con actividades ilegales como el microtráfico. Los expertos reconocen que en contextos como estos

Los procesos de socialización que desarrollan las familias, la escuela y la comunidad, se ven alterados por la interacción directa o indirecta con los actores del conflicto armado; quienes, aprovechando la vulneración de derechos presente, desarrollan distintas estrategias, para generar en las mentes y cuerpos de los niños y niñas, una disposición psicológica, cultural y corporal hacia la participación en su ejército. (Alvarado et al., 2018, p 189)

Los barrios más afectados que se identificaron durante el rastreo documental fueron: La Avanzada, Popular 1, Santo Domingo Savio 1, Granizal y Carpinelo. Los actos de violencia en estos barrios, ubicados en la parte central y en las periferias de la Comuna, son de frecuencia repetitiva, es decir, por mes se presentan 1 o 2 actos de violencia que involucran a familias enteras. Tal como afirma Galeano (2019)

En las grietas, las múltiples formas de violencia son el recurso de disciplinamiento y control de la población juvenil, pero también se instituyen en pautas de interacción a partir de las cuales las juventudes precarizadas construyen lazos y vínculos. La ilegalidad, la violencia institucional, la presencia de economías delictivas se constituyen en elementos reguladores de la vida. (p. 244)

Por otro lado, en el análisis se detectaron otras dificultades que presenta el territorio como la deserción escolar de quienes están cursando el bachillerato, la dificultad que presenta la juventud de la comuna en acceder a la educación superior y la problemática del empleo que afecta a los jóvenes de la Comuna 1 y de la Zona Nororiental de la ciudad.

La posibilidad de vincularse al mercado laboral no es igual en todos los corregimientos y comunas de Medellín. Esta zona nororiental (Popular, Santa Cruz,

Manrique y Aranjuez), junto con Doce de Octubre y Villa Hermosa presentan las mayores tasas de desempleo, más del doble que las que se registra en Guayabal, Belén, Laureles-Estadio y El Poblado, identificadas como las de menor nivel de desempleo. En 2017, la tasa de desempleo en Popular fue 6,5 veces más que la de El Poblado. (Medellín cómo vamos, 2020)

También las dificultades para la juventud de la Comuna 1 se relacionan con la desventaja desde el progreso social, ya que aspectos esenciales como la nutrición y los cuidados médicos, la vivienda y los servicios públicos, la sostenibilidad ambiental y el acceso a la información son limitantes que dificultan las oportunidades que tienen las y los jóvenes. Las principales problemáticas identificadas para los de esta Comuna son: embarazo adolescente, deserción escolar, desempleo juvenil, informalidad, explotación sexual de niños y adolescentes y suicidio (Observatorio de la Juventud Secretaría de la Juventud de Medellín, 2019).

Sin embargo, si bien se identificaron diversas problemáticas, las y los jóvenes de la Comuna 1 Popular perciben otro factor que vulnera sus derechos y que los marca negativamente, se trata de la estigmatización ante el sector que habitan. En una entrevista realizada a un estudiante de la Institución Educativa Antonio Derka este mencionó que a uno de sus familiares se le dificulta conseguir trabajo debido al sector en donde vive pues, en reiterados procesos de selección, el familiar ha percibido que las organizaciones no quedan muy a gusto cuando se menciona la comuna Nororiental.

Según Ana Lucía Mesa (2020), docente y quien ha sido coordinadora de prácticas profesionales en diferentes universidades de la ciudad de Medellín, asegura que se percibe una prevención muy grande por parte de algunos empresarios en contratar y ubicar a los jóvenes de las comunas periféricas, ya que estos se presentan una, dos y tres veces y el resultado es el mismo, o no hay o son posibilidades muy reducidas.

Por otro lado, las organizaciones exigen un nivel de conocimiento muy amplio en un cargo en específico o los requisitos de presentación cierran las brechas de las oportunidades eligiendo de manera interna las preferencias de selección en términos de barrios o universidades. Para Mesa, “La empresa privada debe fortalecer programas que promuevan la equidad y solidaridad y que estos a su vez generen oportunidades a la juventud”, tendríamos que agregar sin distinción de clase, etnia o preferencia sexual.

Esta problemática de la estigmatización no solo se percibe en el momento de conseguir un empleo o acceder a algún programa de capacitación, también en el rechazo y el señalamiento de otros sectores de la ciudad que nombran las “periferias” (barrios altos) con el nombre de “comunas”, a sabiendas de que, desde la división política administrativa de Medellín, la ciudad está dividida así.

Otros jóvenes de la Comuna 1 de Medellín se refirieron a lo mismo e incluso recomendaron que, tanto la administración municipal como los medios de comunicación, empezaran a realizar campañas en las que se promoviera que “la mayoría de los habitantes de estos barrios son personas de bien y que son útiles

para la sociedad”. De esta manera, se podría mitigar el impacto negativo a la hora de la vinculación laboral de jóvenes y adultos de la Comuna.

1.3 Relacionamiento y oportunidades para los y las jóvenes de Medellín y reconocimiento de estas en la administración nacional, departamental y local

Actualmente, la juventud se ha convertido en un elemento determinante para la toma de decisiones en los gobiernos de todo el mundo. Líderes empresariales, influyentes, ven en la juventud liderazgos que logran cambiar la manera de pensar de miles de personas desde un actuar más reflexivo y crítico que contribuyen al desarrollo social, ambiental y económico del país. Por eso la juventud se encuentra en la agenda de las Naciones Unidas liderando e implementado medidas que cumplan con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De ahí que sea claro que:

Los jóvenes pueden ser una fuerza positiva para el desarrollo cuando se les brinda el conocimiento y las oportunidades que necesitan para prosperar. En particular, los jóvenes deben adquirir la educación y las habilidades necesarias para contribuir en una economía productiva; y necesitan acceso a un mercado laboral que pueda absorberlos en su tejido. (Naciones Unidas, 2020)

Por eso, es importante que la juventud de cada país, y en este caso especial la de Colombia, cuente con un real reconocimiento y participación, con voz y poder de decisión en cuanto espacio sea posible.

Para garantizar estos aspectos, desde el Gobierno nacional colombiano se implementó el Estatuto de Ciudadanía Juvenil, Ley 1622 de 2013, que garantiza el reconocimiento de los derechos de las y los jóvenes, la implementación de las políticas públicas en las ciudades y departamentos y promueve la participación

juvenil en los escenarios políticos, sociales, culturales y económicos del país.
(Estatuto de ciudadanía juvenil Ley 1622 de 2013, 2012)

Desde el ámbito gubernamental, se establece la Política Pública de Juventud, que en Antioquia es adoptada por la Ordenanza 060 de 2013, la cual busca promover la participación de la juventud en todos los municipios del departamento con acciones enfocadas en la cultura, la recreación, el empleo, el emprendimiento, además de articular los proyectos desde lo público hacia lo privado. También busca promover el relacionamiento entre las generaciones y orientar a las administraciones locales sobre todos los temas que involucren a la juventud del departamento de Antioquia.

Establecer en el marco constitucional y programático que permita garantizar a todos los y las jóvenes el goce efectivo de sus derechos reconocidos en el ordenamiento jurídico nacional, departamental, y lo ratificado en los tratados internacionales, así como la adopción de programas, estrategias y acciones necesarias para el reconocimiento y fortalecimiento de sus capacidades en la construcción y desarrollo de sus proyectos o planes de vida, en condiciones de equidad, justicia e igualdad y se facilite su participación e incidencia en la vida política, social, económica, ambiental y cultural del departamento de Antioquia. (Ordenanza 060 de 2013 de la Política Pública Departamental de Juventud de Antioquia, 2013)

En cuanto a lo municipal, la ciudad de Medellín cuenta con la Política Pública de Juventud que reconoce a la juventud como sujetos de derecho y promueve la participación social, política, económica cultural y ambiental de las y los jóvenes por medio de programas y ofertas de interés que fortalezca la generación de conocimiento.

Con base en la política pública, se cuenta con el Plan Estratégico de Juventud 2015 – 2027 que se encarga de darle prioridad a temas de la agenda pública de la ciudad como la diversidad, la equidad de género, los derechos humanos y busca además

potenciar las habilidades de la juventud. También, este plan se relaciona con los lineamientos en las rutas de empleo, educación y salud pública.

Establecer el marco institucional para la articulación entre políticas intergubernamentales, sectoriales, poblacionales y generacionales que tienen el objetivo de garantizar el reconocimiento cultural, la inclusión social, la participación política, la equidad económica y, en general, el goce efectivo de los derechos reconocidos en el ordenamiento jurídico interno y los ratificados en Convenios y Tratados Internacionales para el desarrollo de los y las jóvenes de Medellín. (Política Pública de Juventud - Acuerdo 019 de 2014 de Medellín, 2014)

A partir de lo establecido, la Alcaldía de Medellín, a través de la Secretaría de la Juventud, da cumplimiento a las líneas de la Política Pública de Juventud que se relacionan en acuerdos institucionales, políticas y programas y se enfocan en la educación, la cultura, el deporte y la recreación, la sostenibilidad, el trabajo y el emprendimiento y la salud pública juvenil, líneas a su vez transversales a las demás secretarías que cuentan con proyectos que benefician a la población joven de la ciudad.

Por ende, en el plan de desarrollo “Medellín cuenta con vos 2016 – 2019” del alcalde Federico Gutiérrez, se presentó desde una dimensión estratégica: el compromiso de todos por un nuevo modelo de equidad social mediante el programa de promoción de desarrollo humano integral de la juventud. Este proponía que, partiendo de las necesidades, demandas y dificultades de las y los jóvenes en el territorio, se debía generar un impacto en su desarrollo humano desde el acompañamiento, la intervención y la promoción del joven con oportunidades que mejoraran su experiencia en el transcurrir de la vida.

La población juvenil es parte estructurante del ciclo vital, de la dinámica presente y futura de la ciudad, es por esto por lo que la Secretaría de la Juventud tiene un enfoque transversal dentro de las acciones del gobierno municipal, ya que es necesario integrar desde la institucionalidad las diferentes oportunidades que puede ofrecer. (Plan de desarrollo Medellín cuenta con vos, 2016, p. 267)

Dicho programa de Gobierno tuvo dos proyectos que abarcaron el operar de la Secretaría de la Juventud, el primer proyecto fue “Planeación del territorio joven”, que buscaba fortalecer el sistema de información de la Secretaría y generar una articulación efectiva institucional.

Este dispone de una estrategia de articulación interinstitucional que permite gestionar y hacer efectiva la implementación de las diferentes líneas, componentes y proyectos determinados en el Plan Estratégico, desde un acompañamiento técnico con calidad en los procesos e información, que son proyectados desde comunicación interna y externa para la promoción de las acciones en favor de la población joven. (Plan de desarrollo Medellín cuenta con vos, 2016, p. 268)

El segundo proyecto, “Juventud con oportunidades”, buscaba acercarles las ofertas y oportunidades a las y los jóvenes de la ciudad de manera presencial o virtual. Bajo la premisa de “Callejear educa”.

La idea es expandir los territorios de la ciudad para jóvenes y adultos en busca de soluciones locales que propicien el trabajo colaborativo y fomenten la apropiación de territorios para que amplíen sus horizontes, conozcan las oportunidades, ofertas y realidades de Medellín, y con base en ellas tomen decisiones informadas que les permitan tener mayores herramientas para transformar su realidad y la de su entorno con capacidad instalada y desde la afirmación de lazos intergeneracionales. (Plan de desarrollo Medellín cuenta con vos, 2016, p. 268).

Teniendo en cuenta que los jóvenes de la Comuna 1 de Medellín necesitan atención en temas prioritarios como el empleo, la educación, la cultura, el arte entre otros, la Secretaría de la Juventud lleva la oferta de programas y proyectos a través del acompañamiento del profesional territorial que es el encargado de divulgar la información y generar acompañamiento a las agrupaciones juveniles del territorio, instituciones educativas y a las demás dependencias municipales existentes.

Sin embargo, durante la realización de esta investigación, en las entrevistas realizadas a nueve jóvenes que compartían en los escenarios ya mencionados, todos afirmaron no conocer la Secretaría de la Juventud. Algunos cuestionaron el modo de operar de la administración pública, diciendo que la mayoría de las ofertas y programas llegaban a la centralidad del territorio, olvidando los barrios altos que son lo que presentan mayores necesidades.

Capítulo 2. SECRETARÍA DE LA JUVENTUD DE LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN, ESTRATEGIAS DESDE LA OFICINA DE COMUNICACIÓN PARA EL RELACIONAMIENTO CON LOS JÓVENES DE LA CIUDAD

2.1 Secretaría de la Juventud de Medellín y su área de comunicaciones

La Secretaría de la Juventud de Medellín hace parte de las 21 secretarías que tiene la administración municipal y es la responsable de contribuir con el desarrollo del ser joven, desde el direccionamiento de políticas y planes, fortalecimiento de iniciativas juveniles, promoción de la convivencia juvenil y demás acciones que beneficien a los jóvenes de Medellín.

Esta entidad se caracteriza por ser transversal a todas las dependencias de la administración, ya que la juventud es una población que necesita acompañamiento de todos los programas y proyectos que ejecutan las otras entidades públicas.

La Secretaría de la Juventud es una dependencia del nivel central que tendrá como responsabilidad contribuir al desarrollo humano integral de la juventud, a través de procesos de conocimiento, información, formación, creación y participación, que reconozcan las diferencias, potencien condiciones y brinden herramientas que les permitan ser agentes de cambio y garantes de vida. (Alcaldía de Medellín, 2020).

Para la operatividad de la entidad pública, la Secretaría se estructuró en un macroproceso que contiene cinco bloques y estos a su vez contienen las áreas y los proyectos estratégicos:

1. Analizar: Observatorio de la Juventud (documentos técnicos, mediciones, datos estadísticos, redes fortalecidas).
2. Planear: Unidad Administrativa (información presupuestal, lineamientos estratégicos, lineamientos contractuales).
3. Articular: Unidad de transversalización temática (oportunidades identificadas, documentos temáticos, políticas públicas con enfoque de juventud, acciones

articuladas y agendas articuladas), Unidad territorial (oportunidades identificadas, agendas juveniles y agendas institucionales).

4. Ejecutar: Proyectos estratégicos (beneficiarios, cumplimiento de metas, informe de seguimientos y agendas juveniles).

5. Difundir: Unidad de comunicaciones (piezas gráficas, eventos, material audiovisual, publicaciones digitales y físicas, mediadores de oferta).

(Secretaría de la Juventud, 2019)

A partir de la construcción del macro proceso, la Secretaría de la Juventud, en su función de transversalidad en los procesos municipales, articula la oferta y promueve la Política Pública de Juventud a entidades públicas y privadas de la ciudad y a la juventud de las comunas.

Para el logro de sus objetivos, la entidad pública cuenta con una unidad de comunicaciones que se encarga de analizar, construir y divulgar la estrategia de la Secretaría de la Juventud a través de una comunicación estratégica que converse con los objetivos misionales y con los públicos. En este caso, tal como afirma Argenti (2014), la función de la comunicación estratégica está ligada a la estrategia global de la compañía. Las organizaciones necesitan mantener una comunicación coherente y consistente en todos sus puntos de contacto, lo que les permitirá generar confianza y credibilidad y, por consiguiente, una sólida reputación.

En la administración de Federico Gutiérrez, la Secretaría de la Juventud tuvo un área de comunicaciones encargada de articularse con los lineamientos de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín y, por otro lado, generar

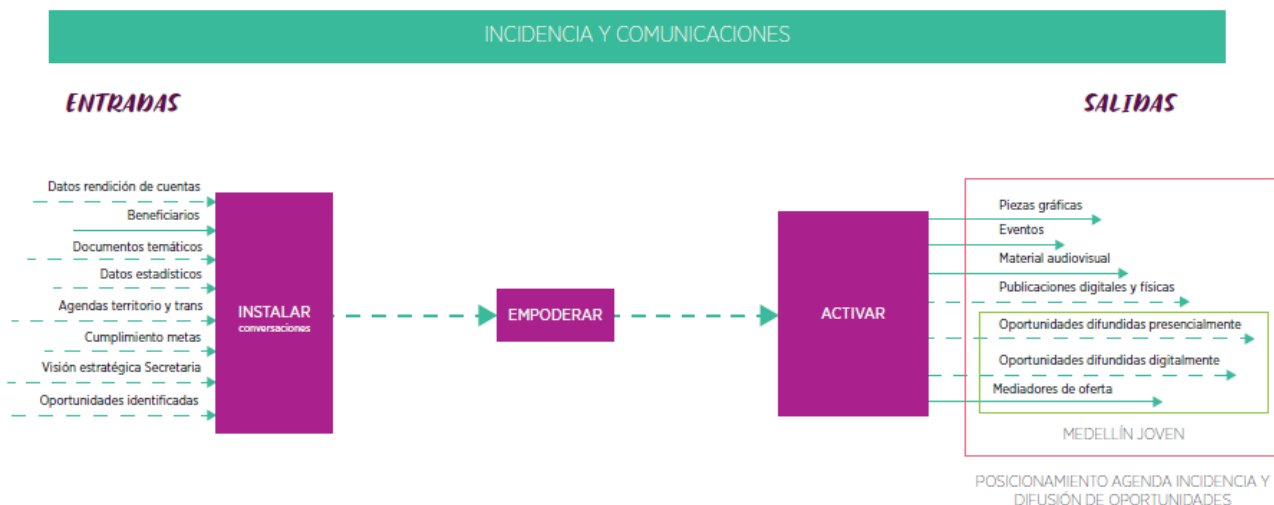
una articulación de la Política Pública de Juventud con los diferentes programas y proyectos y a su vez con la población joven.

Según Camilo Cano (2019), Coordinador de Comunicaciones de la Secretaría de la Juventud, el objetivo primordial era generar articulación e incidencia en las áreas de la Secretaría y con los jóvenes de la ciudad, para que entendieran las dinámicas y las acciones que realizaba la Secretaría de la Juventud en torno a las líneas de la Política Pública de Juventud.

Con base en la explicación del mapa de procesos (ver Figura 5) el área de comunicaciones recopilaba la información obtenida de las demás unidades de la Secretaría, luego se empoderaba de la información desde un análisis de los contenidos obtenidos para darle forma a la comunicación y, por último, generaba contenido que se representaba en piezas gráficas, eventos, publicaciones digitales y físicas, entre otras acciones. También, se evidencia que, desde la construcción del mapa de proceso, dicha área era pensada como una unidad de divulgación, ya que exclusivamente estaba ubicada en el bloque “Difundir” información, que está ubicado en el último nivel después del bloque “Ejecutar”.

Figura 5

Cadena funcional Unidad de Comunicaciones



Nota. La imagen representa el proceso funcional del área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud. Tomado de: *Cadenas funcionales, 2019*.

Para darle cumplimiento al mapa de proceso, el área de comunicaciones estuvo conformado por un coordinador, que fue aliado estratégico de las demás dependencias de la Secretaría, encargado de dictar los lineamientos por parte del despacho y la Secretaría de Comunicaciones; dos diseñadores gráficos encargados de crear los productos comunicacionales basados en la identidad de la Secretaría de la Juventud; un comunicador dedicado al relacionamiento con los medios de comunicación, con el fin de generar acercamiento y divulgar lo que sucedía en la dependencia; y un comunicador digital que dinamizaba el contenido por la red social Facebook y la plataforma de Medellín Joven. Además, el área de comunicaciones

durante los cuatro años de administración, recibió acompañamiento por uno o dos practicantes en las áreas del diseño gráfico o con un enfoque digital.

2.2 Estrategias de comunicación de la Secretaría de la Juventud de Medellín y el área de comunicaciones

Para la implementación de las estrategias de comunicación que apoyarían la gestión de la Secretaría de la Juventud durante la administración del Alcalde Gutiérrez, el área de comunicaciones de la entidad pública diseñó un plan con base en la cadena funcional arriba expuesta, la cual se concentró en instalar, empoderar y activar, y en cumplir con la responsabilidad de generar una comunicación pública cercana a los jóvenes, vistos estos como actores principales, con los medios de comunicación, los funcionarios públicos, el sector privado, las ONG, los concejales y los operadores en territorio.

En esta investigación se parte de entender el concepto de “comunicación pública” como aquella que representa la intrincada red de relaciones y acciones de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en los procesos políticos; esto implica entender y asumir la relación con el otro y con la convivencia con el otro; conlleva, necesariamente, una acción por participar en la esfera pública, entendida como el espacio o lugar donde convergen distintas voces presentes en la sociedad. (Botero & Galvis, 2014 p. 35)

En este sentido, para la construcción del plan de comunicaciones, el área encargada tuvo en cuenta las distintas líneas de la Política Pública de Juventud, las agendas de las y los jóvenes en el territorio (las acciones que realizan en sus barrios en torno

a la cultura, el arte, la movilización social y demás dinámicas que involucran a la comunidad), los lineamientos suministrados por parte de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, que se refiere al manejo de identidad de marca en los productos audiovisuales y las apuestas territoriales, aprobación de los productos comunicacionales (videos, infografías, fotografías, piezas publicitarias, entre otras) y a la divulgación de la información prioritaria generada por la Secretaría de Comunicaciones con respecto al despacho del mandatario o de las otras dependencias del municipio.

Después de consolidar el plan y la estrategia general, el área de comunicaciones trabajó en la división de cuatro conceptos organizacionales que cumplieran con las expectativas de la Secretaría:

- 1. Incidencia pública:** relacionamiento con los tomadores de decisión y actores claves para la ciudad sobre asuntos de juventud en Medellín.
- 2. Divulgación y prensa:** relacionamiento con los medios de comunicación a nivel local, regional o nacional.
- 3. Comunicación interna:** activación de espacios de encuentro e interacción que promuevan la comunicación con el equipo de trabajo.
- 4. Comunicación digital:** interacción y procesos de dinamización de la comunidad que interactúa a través de la red social Facebook de la Secretaría.
(Secretaría de la Juventud, 2019)

Para darle cumplimiento al plan y a la división de los conceptos, el área de comunicaciones realizaba un acercamiento a cada dependencia de la Secretaría de

la Juventud en el que un profesional del equipo era el enlace encargado de escuchar las necesidades del proyecto en general, tales como: pautas para realizar la convocatoria en los territorios, elección de los medios de comunicación, elaboración y diseños de las piezas y divulgación de la información.

Dicha área estaba diseñada como un área estratégica, por ser la que conectaba a todos los equipos, departamentos y áreas que tiene la Secretaría y, junto al despacho, se pensaba la forma de comunicar, el cómo bajar la información a las bases y compartirla de una manera ágil y oportuna a los demás proyectos estratégicos. (Cano, 2019)

Después de conocer una necesidad puntual, el equipo de comunicaciones elaboraba la estrategia de difusión utilizando primordialmente los medios digitales y, en algunos casos, realizaba acercamientos a la “Unidad territorial” que hacía presencia en cada comuna de la ciudad con dos o tres funcionarios de la Secretaría de la Juventud quienes trabajaban en el sector y acompañaban a instituciones educativas, ONG, agrupaciones juveniles y otras entidades que se relacionaban con jóvenes. “El trabajo realizado por el equipo de comunicaciones era el pertinente, porque se lograba cumplir con los objetivos planteados por los diferentes proyectos en términos de convocatoria y acompañamiento”, asegura el coordinador de comunicaciones, Camilo Cano (2019).

2.3 Evaluación de la estrategia de comunicación de la Secretaría de la Juventud en el proyecto Talento Joven

Durante la ejecución del proyecto Talento Joven, el área de comunicaciones apoyó al programa desde la estrategia comunicacional básicamente con acciones digitales con el objetivo de incentivar a la Juventud de la Comuna 1 a participar del proyecto. Las estrategias de comunicación se enfocaron en la convocatoria a través del diseño de piezas gráficas que fueron divulgadas por la red social y la plataforma digital de la entidad pública, divulgación del proyecto en programas radiales y televisivos y a través del equipo territorial en la Comuna 1.

En el presente apartado, se evalúan las estrategias, las tácticas y las acciones realizadas por el área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud. Para ello, se diseñó una encuesta dirigida a los jóvenes que participaron del proyecto Talento Joven, con el fin de conocer cómo se habían enteraron de este, cuál era el medio de comunicación que más frecuentaban y qué cercanía tenían con la Secretaría de la Juventud. También, se analizaron las piezas gráficas que fueron utilizadas por el área de comunicaciones en la divulgación de la estrategia digital por la red social Facebook, que se reconoce con el nombre “Secretaría de la Juventud” @juventudmed y por la plataforma digital www.medellinjoven.com para apoyar la convocatoria.

De las 40 respuestas obtenidas a través de una encuesta dirigida a los jóvenes de la Comuna 1 que participaron del proyecto de investigación, se identificó que el 51 % de los jóvenes eran hombres y el 49 % mujeres; también que las edades oscilaron

entre los 17 y los 28 años y que la mayoría habitaban en el barrio Santo Domingo y el barrio Popular 1 de Medellín.

Por otro parte, desde la caracterización de la población por ocupación, el 46 % de los jóvenes manifestaron que estaban estudiando, 17 % eran trabajadores independientes y solo el 2 % estaban desempleados. Preocupa que el 15 % estén en el hogar, pues esto significa que no estudian ni trabajan. Se considera un buen indicador que el 46 % de las y los jóvenes que participaron del proyecto estén estudiando una técnica, tecnología o carrera universitaria pues una de las problemáticas de la Comuna es la deserción escolar y con este resultado se demuestra que la línea de educación de Talento Joven tuvo un buen impacto en la población participante (Ver en ANEXO 4).

Después de conocer la caracterización demográfica de los participantes, el 59 % de los encuestados manifestaron que se enteraron del proyecto Talento Joven a través del voz a voz y el 24 % lo hizo a través de las redes sociales (Ver en ANEXO 4). Al contrastar esta información con las entrevistas, se reconoce que este medio tradicional es influyente en el territorio y que cuando se comunica por este medio, las estrategias que se enfocan en tomas territoriales adquieren mayor credibilidad, movilización y convocatoria. También este tipo de comunicación puede forjar en los jóvenes de la Comuna 1 confianza y cercanía pues con el voz a voz se puede generar mayor interacción.

Del mismo modo, cuando se preguntó por qué medio se enteraban de las convocatorias, el 59 % de las y los jóvenes indicaron que había sido a través del

voz a voz y el 22 % a través de la red social (Ver en ANEXO 4). El voz a voz o el cara a cara es un medio tradicional que resulta más efectivo, en cuanto a recordación y satisfacción de los públicos y a posibilidad del crecimiento exponencial del mensaje, que el elegido por los líderes del proyecto de la Secretaría de la juventud para difundir información entre los jóvenes de esta comuna (redes sociales). Aplica entonces lo propuesto por el mercadeo: “más vale un público selecto sorprendido, que una gran multitud indiferente”. (Expertos en Marca, 2020)

Por otro lado, se evidencia que la línea que tuvo mayor participación fue la de empleo con un 39 %, seguido de educación con un 34%. Esta lectura indica que el interés por participar del proyecto Talento Joven predominó en la búsqueda de un empleo y posibilidades de educación debido a que son necesidades básicas de la comuna desde el contexto juvenil del territorio.

También se evaluó la satisfacción de las y los jóvenes frente a los profesionales que realizaron la formación y el acompañamiento de la línea elegida y el 54 % aprobaron las formaciones que involucraban talleres y los trabajos individuales y en grupo. Sin embargo, el 39 % de los encuestados manifestaron que quedaron algo satisfechos, debido a la poca o nula articulación de los procesos con las otras Secretarías; también generó inconformidades que los talleres de formación no cumplieran todas las expectativas del proyecto Talento Joven en su público objetivo.

Del mismo modo, los y las jóvenes manifestaron que la formación y el acompañamiento que recibieron les fue útil para sus proyectos personales, el 51 % manifestó que les pareció muy útil y el 22 % algo útil.

Por otro lado, un 66 % calificó de muy bueno el proceso de convocatoria realizado por la Secretaría de la Juventud, y como resultado la estrategia territorial tuvo mayor aceptación y generó cercanía con las y los jóvenes participantes (Ver en ANEXO 4).

A las y los jóvenes se les preguntó por el conocimiento que tenían sobre la red social Facebook y por la plataforma digital Medellín Joven de la Secretaría de la Juventud, canales que fueron usados para la divulgación de la información de la estrategia digital, a lo que el 56 % de los jóvenes dijeron conocer la red social Facebook y el 44 % afirmaron no conocerla. Esto lleva a pensar que la red social de la Secretaría de la Juventud no ha logrado posicionarse en la Comuna 1, mientras que la plataforma de Medellín Joven sí lo ha hecho, con un 73 % (Ver en ANEXO 4).

Se les preguntó por la frecuencia de visita a la red social Facebook y a la plataforma Medellín Joven. Frente a esto un 17 % reconoció hacerlo con mucha frecuencia y con frecuencia, un 49 % dijo que ocasionalmente navegaba en estos medios digitales, un 24 % respondió que casi nunca lo hacían y un 10 % dijo que nunca; se evidencia el bajo interés por el contenido digital que genera la Secretaría de la Juventud en su red social en un público que hace parte de uno de sus proyectos,

así como en la plataforma virtual lo que es una alarma para el área de comunicaciones ya que generan contenidos que son poco visibles para la población joven que habita en la Comuna 1 de Medellín (Ver en ANEXO 4). Es posible además que el contenido digital haya sido poco atractivo para la juventud si se compara con otras plataformas con contenidos juveniles configurados por los mismos jóvenes, como por ejemplo Klan Ghetto Popular, organización juvenil que impulsa la música y los nuevos talentos de los jóvenes en el territorio.

Un 61 % de los jóvenes encuestados calificaron como buenos los contenidos digitales de la red social Facebook y un 71 % la plataforma de Medellín Joven. Esto muestra que los productos divulgados por la plataforma web y por la red social Facebook, como imágenes, videos, textos e infográficos, son entendibles y claros, además las y los jóvenes de la Comuna 1 aprobaron el contenido que se relacionaba con la Secretaría de la Juventud, Alcaldía, proyectos estratégicos y las distintas dinámicas que realizaba la juventud en cada territorio de Medellín según las respuestas dadas en la encuesta.

Sin embargo, y como ya se señaló, la información divulgada no es muy atractiva para la juventud ya que la interacción con esta es baja si consideramos las veces que se compartió la información desde sus cuentas personales (redes sociales) o la participación de la actividad a través de comentarios en la red social.

Las y los jóvenes que participaron de la encuesta manifestaron que un 53 % tienen mayor interacción con la red social superando a la televisión con un 27 % (Ver en ANEXO 4). Esto indica que, a pesar de las dificultades de conectividad en la

Comuna 1 y la situación económica de algunos jóvenes para tener internet en sus hogares, la juventud tiene alta interacción con la red social pues le permite interactuar con los amigos del barrio, universidad o colegio. A la vez, sus intereses no están en sincronía con lo que la Alcaldía ofrece en sus redes, específicamente desde las que ofrecen información a jóvenes. Si luego de la interacción con redes sociales, se considera que un 27 % ve televisión, una estrategia importante sería indagar por los canales y los programas que más ve esta población y, en caso de encontrar que entre ellos se cuentan los canales locales y regionales, serían estos buenos medios para enviar por allí los mensajes a los jóvenes. De la misma manera, el mensaje podría estar direccionado a otros públicos, que, sí estén como audiencias de estos canales, por ejemplo, madres/padres, tíos (as), abuelos (as), dejándoles a ellos la tarea de llevarles el mensaje voz a voz a los jóvenes para que participen en las programaciones de la Secretaría.

El 66 % de las y los jóvenes que participaron del proyecto Talento Joven manifestaron que conocen la misión y el propósito de la Secretaría de la Juventud (Ver en ANEXO 4), sin embargo, al realizar las encuestas esta respuesta no coincide, lo que va en la misma vía de la respuesta siguiente: el 76 % de la población encuestada manifestó que no ha participado de otro proyecto de la Secretaría de la Juventud (Ver en ANEXO 4). Se reconoce además que esta respuesta cerrada puede tener dicho resultado en un afán del encuestado por quedar bien. De ahí el valor que tiene las preguntas abiertas y la demanda de un qué conoce sobre la misión o el hacer de la Secretaría.

En concordancia con la anterior respuesta, los jóvenes reconocen a la entidad pública como promotor e impulsor de la participación de los jóvenes en las actividades de ciudad; sin embargo, durante las entrevistas y las conversaciones en territorio, se evidencia que hay un alto desconocimiento de cómo funciona la Alcaldía de Medellín y lo que ofrecen sus dependencias, lo que lleva a que muchos jóvenes de la Comuna no accedan a las oportunidades que se relacionan con la cultura, el empleo, la educación, el emprendimiento, la salud pública, entre otras.

También los jóvenes fueron encuestados sobre el grado de conocimiento que tenían sobre la Política Pública de Juventud, un 44 % reconoció que era bajo y un 29 % que era medio (Ver en ANEXO 4). Con esto se identifica que las y los jóvenes que participaron del proyecto conocían muy poco la ruta de navegación que tenía la Secretaría de la Juventud y las líneas de acción, lo que pudo limitar la participación de algunos jóvenes en el aprovechamiento de las oportunidades que presentaba en la entidad pública y las demás dependencias del municipio, entre otras, por el desconocimiento de sus derechos.

El 68 % de los encuestados calificaron como bueno el relacionamiento entre la administración de Federico Gutiérrez y la juventud del barrio de la Comuna 1. Esto indica que durante la administración de Gutiérrez las y los jóvenes percibieron que hubo gestión en la ciudad de Medellín y posiblemente en su territorio desde la presencia institucional con proyectos que beneficiaran a la población joven. Es de recordar que Federico Gutiérrez terminó su gestión reportando una imagen

favorable, de las más altas del país (85,8 %), “a pesar de los retos en materia de seguridad y equidad social que aún enfrenta la ciudad”. (El Tiempo, 2020)

Después del análisis de los resultados de la encuesta, se evaluó la estrategia digital que utilizó el área de comunicaciones en los medios digitales propios de la Secretaría, específicamente la red social Facebook y la plataforma Digital Medellín Joven. A través de un análisis documental y visual se evaluaron el diseño de la pieza, el mensaje, la intención comunicativa y el comportamiento de acuerdo con la interacción.

Para la realización de la convocatoria en la Comuna 1 del proyecto Talento Joven, el área de comunicaciones diseñó una pieza gráfica que se divulgó por la red social Facebook en la que se invitaba a la juventud a participar de las formaciones propuestas por la administración municipal. Esta pieza conectaba a través de un enlace a la plataforma de Medellín Joven, espacio donde el joven se inscribía en un formulario para poder participar en el programa.

En cuanto al diseño, la pieza gráfica de la Comuna 1 es similar a las otras convocatorias que se hicieron en las otras comunas de la ciudad, las variaciones fueron mínimas y estas responden básicamente a aspectos como cambio de jóvenes (fotografía), colores, objetos o fondos en los que está el contenido escrito. (Ver Figura 6).

Aunque el mensaje es fácil de entender, la estrategia comunicacional ofrece el mismo contenido en todas las piezas publicadas, lo que muestra que para el área

de comunicaciones no varía el mensaje según al público al que pretenden llegar. Por ende, la intencionalidad del mensaje en la convocatoria es plana y evidencia que el área no tenía claro el objetivo del proyecto y tampoco conocía al público joven que debía participar del programa porque no se relaciona en las piezas una intención comunicacional que represente a la juventud específicamente de la Comuna 1.

Figura 6

Convocatoria proyecto Talento Joven comuna 1



Tomado de: *Secretaría de la Juventud, Alcaldía de Medellín, 2019.*

También se observa que solo las piezas gráficas tenían la intención de informar y no de motivar o convencer a los jóvenes. De hecho, si contrastamos el mensaje dado en la Figura 21: “Buscamos jóvenes que quieran fortalecer sus habilidades para conectarse con mejores **oportunidades de empleo y emprendimiento**”, con la respuesta que se refiere a la participación en las líneas propuestas, en la que el primer puesto lo ocupó el empleo y el segundo la educación (39 % y 34% respectivamente), dicho mensaje debería o referirse a los tres temas o reemplazar el de emprendimiento por el de educación.

Por otro lado, tanto en las conversaciones, las encuestas y las entrevistas, en esta investigación uno de los principales hallazgos ha sido que no es lo mismo el público joven de una comuna que de otra (por ejemplo, los jóvenes de la comuna 14 Poblado y los de la Comuna 1, o Comuna 13); e incluso entre los mismos barrios que conforman la comuna (por ejemplo entre Villa de Guadalupe y Carpinelo) se encuentran diferencias marcadas, por ejemplo, en temas y prácticas culturales, de *hobbies*, relacionadas con espacios de esparcimiento, participación juvenil, entre otras, además de los temas de seguridad que determinan a cada sector.

Una de las intenciones de la Secretaría de la Juventud era incidir en el territorio y formar a través de la comunicación, sin embargo, el análisis de las piezas comunicativas que fueron compartidas por redes deja ver que esta no se cumple y que faltó conocimiento del público objetivo, al considerarlos iguales (Ver Figura 7).

Figura 7

Convocatoria proyecto Talento Joven comuna 6 y 8



Tomado de: *Secretaría de la Juventud, Alcaldía de Medellín, 2019.*

Desde la intencionalidad de la estrategia digital se percibe que el propósito de la Secretaría de la Juventud se enfocó en informar, de ahí tal vez el que el mensaje presentado en el contenido de la pieza sea simple y no generara una interacción de interés ni de recordación con los y las jóvenes de la Comuna 1. Como se ha dicho ya en este análisis, la interacción y el comportamiento de la juventud de la Comuna 1 con los medios digitales fue muy bajo debido a que en la red social Facebook de la Secretaría la pieza gráfica que invitaba a la convocatoria solo fue compartida en

redes sociales por seis jóvenes y tan solo once jóvenes de la Comuna 1 se inscribieron para participar del proyecto por la plataforma de Medellín Joven.

Con base en este análisis de la interacción y el comportamiento y las características de las piezas publicadas, estas se compararon con varias publicaciones diseñadas por diferentes colectivos que habitan el territorio y que están relacionados con la cultura, la formación, el movimiento social y la actividad deportiva. Así, se identificaron características que promueven la participación de la juventud como el contenido de un mensaje más fresco, juvenil y cercano al público objetivo, en el que se les invita a participar con propósitos de construcción social que beneficien sus vidas y la de sus cercanos.

Por otro lado, la intención de las convocatorias que realizan los grupos se enfocan en educar y comunicar a través de la experiencia, de los sucesos y de lo que sucede en el territorio como la lucha y la resistencia a la violencia desde la música, el arte, la cultura y la participación juvenil.

Los grupos o colectivos analizados tienen por convicción ser gestores de cambio, movilizand o voluntades y deseos de transformación de la juventud de la Comuna 1 con efectos concretos que inviten a la juventud a realizar acciones colectivas que los alejen de las problemáticas sociales. Como afirma Marín (2009), el valor de esto radica en que “para lograr transformaciones en el sistema se requiere abogar por intereses colectivos, y debe contarse con buena documentación, producto de largas investigaciones que permitan educar y concientizar (Sic) a la sociedad”. (p. 17)

Algunos grupos de la Comuna 1 se pueden clasificar, según lo propuesto por Marín (2009), como *alternativos*, es decir, buscan cambiar los estilos de vida de la juventud e incentivar los encuentros sociales. También se percibe que en el territorio hay colectivos *salvadores*, que buscan convertir o cambiar a las y los jóvenes que tienen problemas en sus hogares o con la comunidad especialmente a causa de la violencia o por la vulneración de sus derechos.

Estos colectivos, para cumplir con los objetivos propuestos de transformación, se apoyan en la comunicación como medio para difundir y persuadir a la juventud de la Comuna 1 en pro de acciones sociales que impacten de manera positiva sus dinámicas.

Dentro del análisis realizado, se destacan varias agrupaciones como “Nativos Latin Crew” que invitan a las y los jóvenes de la Comuna a participar y a aprender del Hip- Hop, mediante acciones que involucren la transformación: “Todas las artes te hacen feliz, ningún arte vale más que el otro”. Esta frase fue publicada por la agrupación invitando a la participación desde un contexto de paz, armonía y de trabajo en equipo. La agrupación busca que, a través del arte, los jóvenes aprendan y hagan resistencia al conflicto que se percibe en el territorio.

Otro ejemplo de cómo construir desde la comunicación y específicamente a partir de experiencias con resultados positivos en la recepción del mensaje por parte de los jóvenes, lo realizan quienes hacen parte del colectivo Morada, ubicada en la Comuna 13 San Javier. En especial, es importante resaltar las dinámicas y posibilidades de la juventud con sus programas radiales debido a que construyen

ciudad desde realidades como el compartir experiencias de vida, contextos sociales en cada territorio de la ciudad y divulgar los mensajes con una actitud positiva, alegre y con un mensaje fresco que motiva a la juventud de Medellín a ser más activos en sus quehaceres cotidianos, así como en su papel de veedores ciudadanos.

También se resalta que el colectivo Morada convoca a toda la juventud de la ciudad, los invita a visitar su espacio con el propósito de crear desde el arte, la cultura, el periodismo o la investigación. Como estrategia, este colectivo se unió a una de las emisoras más escuchadas, tanto por jóvenes como por adultos, en la ciudad de Medellín, se trata de Latina Stereo, una emisora de salsa, con un alto reconocimiento local. En ella, Morada presenta su pauta publicitaria sobre los proyectos que lidera, sino también un espacio llamado “Morada Noticias”, con su estilo, con un lenguaje fresco, diferente poético, con inclusión de género (todos y todas, parceros y parceras, moradoras y moradores, amigos, todes), que se presenta como “una herramienta ciudadana para cuestionar el poder y recorrer la ciudad amada”. Esta información se emite también al medio día por la frecuencia AM, por La Voz de las Estrellas – 1290 AM. En su contenido, la información recorre toda la ciudad, todas las comunas, a través de una visión veedora y participativa.

Otra agrupación juvenil, esta sí con acción en la Comuna 1, es “Mujer Joven y Vida”, esta invita a las mujeres a defender sus derechos y a hacerlos valer con acciones territoriales que involucran a niñas y jóvenes: “Yo me parcho con amigos, en mi casa, en bares, en canchas y sin piropear, sin maltratar para tener amor y sin

controlar para estar con alguien. Los hombres son también agentes del cambio”. Con esta frase se invita a jóvenes a participar de un encuentro de formación y reflexión sobre la violencia de género, con una pieza gráfica que simboliza hermandad entre hombres y mujeres.

Por otra parte, se evidencia que varios grupos de la Comuna 1 de Medellín generan una comunicación con base en historietas y dibujos alusivos al contexto social (Ver Figura 8), en ellas se comunican situaciones cotidianas que han sido complejas en el entorno de las y los jóvenes, como por ejemplo la igualdad de género, la discriminación y las dificultades que se presentan en el territorio. A través de este tipo de comunicación, la juventud participa con comentarios constructivos y con propuestas que buscan dar un cambio a la complejidad que se presenta en el territorio o en la ciudad.

Figura 8

Historieta de género



Nota. La imagen representa la igualdad de género. Tomado de: *Mujer joven y vida*, 2020.

Las publicaciones que realizan las agrupaciones y organizaciones juveniles de la Comuna 1 evocan a la reflexión, la construcción de paz, el respeto, igualdad de género y a las capacidades que tienen las y los jóvenes de aportar en el tejido del territorio. También se evidencia que dentro de sus aportes comunicacionales las agrupaciones juveniles divulgan ofertas que generan organizaciones privadas o sin ánimo de lucro en el territorio, la administración municipal y la misma comunidad en búsqueda de beneficiar a la población joven de la Comuna 1.

Así, estos debieron considerarse como aliados a la hora de pensar en las estrategias de comunicación desde el Proyecto Talento Joven. Cada vez, los y las

jóvenes tienen mayor conciencia de la necesidad de construir y participar en proyectos en los que, desde la planeación, se les tenga en cuenta.

2.4 El efecto comunicacional entre la Secretaría de la Juventud y los jóvenes de la Comuna 1 de Medellín

La Comuna 1 de Medellín se caracteriza por sus calles estrechas y empinadas, gran cantidad de flujo vehicular y mucha afluencia de personas de todas las edades en aceras, canchas deportivas y negocios barriales. Es común percibir cuando se camina por los barrios a muchos jóvenes en los escenarios deportivos y culturales de la comuna y a otros tantos sentados afuera de sus casas o reunidos con otros amigos en las esquinas o en los parques infantiles. Según Catalina Gutiérrez (2020) joven habitante de la Comuna 1 y que frecuenta estos espacios, “Los jóvenes de la Comuna 1 Popular necesitan más apoyo en temas como el empleo y la educación para que no se desvíen del camino y cojan malas mañas”.

Es por esto por lo que el compromiso de la administración pública y en especial de la Secretaría de la Juventud era promover la participación de las y los jóvenes en distintos escenarios que potenciaran el desarrollo juvenil; sin embargo, los programas y proyectos de la Secretaría y de otras entidades territoriales que hacían presencia en los barrios no alcanzaban a ser escuchados por muchos jóvenes y cuando esto se lograba no terminaban cumpliendo las expectativas de la juventud. Afirma Gutiérrez (2020), “Yo conozco la Secretaría de la Juventud porque fueron a mi colegio, pero es muy poco mencionada en la Comuna, yo creo que la Secretaría debería hacer más presencia en los barrios”.

Por eso, muchos jóvenes de la Comuna desconocen la función de la Secretaría de la Juventud y, al escucharlos, es común encontrar comentarios tales como: “dónde queda la Secretaría”, “¿qué hace la Secretaría de la Juventud?”, “nunca la había escuchado”, “¿para qué sirve la Secretaría?” o “¿cómo me entero de lo que hace?”.

También ese pensamiento lo tienen varios jóvenes que han sido líderes activos, ellos reconocen que la poca presencia institucional en el territorio y el difícil acceso al internet por parte de muchos jóvenes, debido a situaciones precarias o por la ubicación en donde viven, hacen que se pierdan muchas oportunidades. Lo mismo le ocurre a otras dependencias de la Alcaldía de Medellín, en especial si tenemos en cuenta que las y los jóvenes de los barrios relacionan toda la oferta que tiene el municipio con la entidad de deportes, INDER (Instituto de Recreación y Deporte), debido a que esta dependencia administra las canchas deportivas de los barrios y, por lo tanto, tiene real presencia en el territorio.

De ahí que uno de los retos que debe tener el área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud, en las administraciones futuras, sea el de generar estrategias de comunicación que lleguen a las periferias de los barrios con acciones territoriales articuladas con otras dependencias, además de generar un contenido (mensajes) que promueva la participación de la juventud, en la gestación de las ideas y en la construcción y ejecución de los proyectos; también, que se piensen los cambios desde las necesidades de la población, desde sus realidades y concepciones. Si acudimos a Gumucio (2011), “La Comunicación para el cambio social fortalece el saber comunitario y promueve el intercambio de conocimientos

en condiciones equitativas; el aprendizaje por medio del diálogo, en un proceso de crecimiento conjunto” (p. 38)

Con base en lo anotado por este experto si se piensa desde lo propuesto en la comunicación para el cambio social, en el proyecto Talento Joven debió haber sido determinante la posibilidad del diálogo entre las partes con el fin de facilitar los procesos de participación, desde un enfoque incluyente, no solo con fortalecer el trabajo comunitario sino también aprovechando las lecciones ya aprendidas en estos sectores de la ciudad, entre otras por los colectivos juveniles o por la misma Alcaldía desde otras secretarías (salud, desarrollo, educación, cultura, mujer...).

El área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud de la Alcaldía de Medellín, en la implementación de las estrategias, debió construir con el público de interés del proyecto Talento Joven dicho diálogo desde el conocimiento de las realidades, pasiones, intereses particulares e identificación de los problemas actuales vividos en esta comuna, con el fin de comprender la realidad y poder generar procesos comunicativos que promuevan nuevas oportunidades.

Además, con este lazo posiblemente el relacionamiento entre las partes involucradas y la relación podría ser duradera y como señalan Obregón y Ángel (2011), el diálogo entre las partes interesadas facilitaría a la “interacción, retroalimentación y generación de conciencia crítica entre sus participantes”. (p. 117)

Por otro lado, desde una crítica constructivista, las estrategias de comunicación se basaron en la divulgación de la información, pero no fueron más allá, descuidando el compromiso de la comunicación que “como se sabe” no es solo informar, sino empoderar, generar en el público interesado discusión, debate y negociación. Además, facilitar la creación de iniciativas que beneficien a la misma comunidad y la participación a los distintos escenarios culturales, recreativos, económicos o políticos del territorio, en especial los facilitados por la Alcaldía.

Como afirma Gumucio (2011), el proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo, anterior a la creación de mensajes o productos (un programa de radio, un video, un panfleto y lógicamente antes de diseñar un proyecto). Los productos y la diseminación o difusión de éstos no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación. (p. 32)

Por lo tanto, el área de comunicaciones debió conocer e identificar prácticas, imaginarios, lógicas cotidianas y demás aspectos que caracterizaran a la juventud de la Comuna 1, desde el contexto que los rodea para forjar lazos de confianza y que las y los jóvenes participantes se apropiaran de las estrategias y fueran replicadores del aprendizaje a la juventud del territorio.

Entonces, resulta necesario que la Secretaría de la Juventud y la administración pública piensen de manera estratégica en cómo generar confianza, cercanía y así entablar un diálogo efectivo con el público interesado, para construir de manera positiva procesos que generen cambios y que el efecto comunicacional se

direccione a los intereses y a los beneficios de la población. Además, es importante que en adelante se configuren nuevos proyectos que respondan a los intereses de la comunidad y no a los intereses particulares de una administración basados en demostrar indicadores, con enfoques básicamente cuantitativos, sin evaluaciones durante y luego de los procesos, en especial desde la misma comunidad.

Capítulo 3. EDUCACIÓN, EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO PARA LOS JÓVENES DE LA COMUNA 1, EL PROYECTO TALENTO JOVEN

3.1 Formación y acompañamiento en las rutas de empleo, emprendimiento y educación

Las y los jóvenes son actores claves para el desarrollo social y económico de la ciudad, ya que con sus ideas innovadoras y la apuesta por proponer nuevos cambios potencializan diversos sectores como el económico y social de los países. Según Reguillo (2003), su participación ha sufrido también importantes cambios, los objetos de su solidaridad, de sus desvelos, se diversifican hacia los territorios de la paz, de la cultura, de la sexualidad, de los marginados de la palabra y participan con música, con pequeñas colectas, con actos individuales de generosidad o, con la estridencia de manifestaciones masivas y a gran escala. (p. 12)

Sin embargo, la juventud, generalmente, se ve enfrentada a una problemática a la hora de conseguir un empleo, emprender su propio negocio o acceder a la educación superior. Esta dificultad ha generado desigualdad, pobreza y violencia, especialmente ante la falta de oportunidades. Ante este diagnóstico, en el caso de

Medellín, la Secretaría de la Juventud, con el fin de disminuir este flagelo, se acogió a las líneas de la Política Pública de Juventud que se resumen en tres pilares: educación, trabajo y emprendimiento.

Fue a partir de estas líneas que la administración municipal creó el proyecto Talento Joven para ser ejecutado en el periodo 2017 a 2019 durante la administración del que sería el alcalde en esos años, Federico Gutiérrez, en búsqueda de potenciar el desarrollo juvenil a jóvenes entre los 17 y los 28 años.

Comprender al joven desde una perspectiva de desarrollo humano integral, de enfoque de capacidades, donde se abordan y comprenden sus necesidades que van mutando y que invitan a movilizar en las instituciones, actores, aliados, nuevas formas de pensar cómo abordar y con qué énfasis los procesos de formación que pasan para fortalecer sus competencias duras (pensamiento lógico matemático y habilidades comunicativas), blandas (habilidades para la vida, habilidades para el trabajo), y en paralelo ir identificando sus vocaciones que pueden ser en múltiples vías: formación, empleo, emprendimiento, sin ser excluyentes unas de otras, para alcanzar niveles importantes de movilidad social. (Alcaldía de Medellín, 2016, p. 5)

La intención del proyecto Talento Joven fue orientar a 840 jóvenes de Medellín en las rutas del empleo, el emprendimiento y la educación a través de la formación en habilidades *blandas*, concentradas en el trabajo en equipo para mejorar la comunicación, la facilidad de adaptación, la toma de decisiones, la puntualidad, la motivación, la tolerancia a la frustración, a la autoconfianza y a la seguridad.

El compromiso también incluyó el acompañamiento en la ruta de interés elegida por el joven, así como la articulación con las demás dependencias públicas del Municipio de Medellín, entre ellas la Secretaría de Desarrollo Económico, que cuenta con la Oficina Pública de Empleo y el Centro de Desarrollo Empresarial Zonal

(emprendimiento) y la Secretaría de Educación con el proyecto Sapiencia (agencia de educación superior).

La articulación se generó porque las dependencias que participaron en el acompañamiento cuentan con la capacidad instalada, amplia oferta de cursos, capacitaciones y proyectos y experiencia en términos económicos y educativos que benefician a la ciudad.

La Secretaría de Desarrollo Económico fortalece la productividad mediante mecanismos de desarrollo empresarial que fomenta el empleo y el emprendimiento y, por su parte, la Agencia de Educación Superior Sapiencia contribuye desde la gestión de recursos para brindar oportunidades de estudio a los ciudadanos de Medellín en instituciones educativas públicas o privadas de la ciudad.

Para la elección de las y los jóvenes que participaron en el proyecto, los funcionarios del proyecto Talento Joven (coordinador del proyecto y profesional de territorio de la Comuna 1) y el profesional de la Unidad Territorial de la Secretaría de la Juventud que trabaja en el sector, visitaron algunos espacios de la Comuna, en donde la juventud hacía más presencia: las instituciones educativas (IE), las canchas deportivas y los centros integrados (UVAS).

En estos puntos se les presentó a los jóvenes estudiantes del grado 11 y a las agrupaciones juveniles la oferta institucional de la Secretaría de la Juventud y, a su vez, se invitó a los jóvenes a participar del proyecto Talento Joven. Durante la socialización se inscribieron 67 jóvenes, de estos 50 participaron en el proyecto. La

inscripción se realizó de manera presencial en las instituciones educativas y en los espacios de encuentro durante la segunda semana del mes de octubre de 2017.

En estos espacios, los funcionarios conversaron con la juventud y explica el propósito del proyecto e invitándolos a hacer parte del programa. Las y los jóvenes interesados se inscribieron a través de la base de datos SIBIS (Sistema de Información para el Bienestar Social). En el formato se preguntaba por una caracterización demográfica y datos personales, además de la línea de interés para participar del proyecto.

Según Carmen Nataly Eusse (2019), profesional de Territorio del proyecto Talento Joven, la convocatoria por parte del área de comunicaciones se basó en la divulgación de piezas gráficas por la red social Facebook y por la plataforma de Medellín Joven de la Secretaría de la Juventud. Sin embargo, estas acciones no fueron suficientes, ya que pocos jóvenes se inscribieron y los que lo hicieron entendían muy poco la intención del proyecto. Por ende, afirma ella: “tocó salir a buscarlos”.

También, desde la estrategia territorial, se visitaron algunos líderes que hacían presencia en los puntos estratégicos de los barrios como la Casa de Justicia de Santo Domingo, las Juntas de acción comunal y las organizaciones sociales que habitan el territorio. Sin embargo, esta apuesta por parte de los funcionarios del proyecto fue una respuesta a la difícil convocatoria desde la estrategia digital implementada por el área de comunicaciones.

La formación impartida por el proyecto Talento Joven consistió en una metodología *Coaching*, que buscaba a través de talleres experienciales, generar seguridad, autoconfianza, reconocimiento de las emociones en diferentes momentos, comunicación asertiva, oral y corporal, con el fin de que la juventud que participó en el proyecto tuviera la capacidad de afrontar los retos elegidos en el ámbito personal, laboral o educativo.

Los jóvenes interesados en empleo, recibían la capacitación en habilidades blandas con el fin de fortalecer sus capacidades, después eran orientados en la preparación para la entrevista grupal e individual, además de recibir asesoría en la construcción de la hoja de vida y por último los jóvenes eran articulados a la Secretaría de Desarrollo Económico para generar mejores oportunidades. Lo mismo ocurría con la ruta de educación y emprendimiento (Eusse, 2019)

Después de culminar los talleres de formación, las y los jóvenes elegían la ruta de acompañamiento. Desde el campo laboral, recibieron orientación en la elaboración de la hoja de vida y participación en varios simulacros enfocados en la presentación de entrevistas grupales e individuales en lo que se enfatizaba en la postura corporal, la comunicación no verbal, la puntualidad y la serenidad en las respuestas.

Desde el emprendimiento, las y los jóvenes interesados recibieron orientación en cómo formular una idea de negocio, elección del público a impactar y la identificación de las posibles debilidades, amenazas u oportunidades. Desde la educación, recibieron acompañamiento a través de un test vocacional para elegir la afinidad a la carrera técnica, tecnológica o profesional.

Luego de recibir la orientación, eran remitidos a las dependencias del Municipio de Medellín en donde se encargaban de postularlos a las vacantes laborales y a la participación en las distintas ferias de empleo, acompañamiento en las fases de la

idea de negocio y a la orientación de cómo postularse a las becas ofrecidas por diferentes universidades de Medellín. Oficialmente, este era

un proyecto de atención ocupacional no asistencialista, que pretende fortalecer al participante desde un enfoque de preparación para la generación de ingresos y el acceso a la educación terciaria, brindando una formación en competencias que le permita vincularse a modelos ocupacionales o formativos apoyados por un acompañamiento individual y educativo. Así pues, se disminuirán las barreras de acceso a oportunidades de generación de ingresos enmarcadas en la legalidad. (Alcaldía de Medellín, 2016)

Aunque el proyecto Talento Joven impactó otras comunas y corregimientos de la ciudad, la Comuna 1 de Medellín fue priorizada por la problemática social, económica y por la vulneración de derechos que se registra en los distintos barrios. La administración municipal del Alcalde Federico Gutiérrez había previamente solicitado que los programas y los proyectos de las Secretarías beneficiaran a niños, adolescentes y a jóvenes adultos con accesibilidad a la recreación, la cultura, el empleo y la salud pública. Como parte del diagnóstico,

Según los estudios previos realizados por la Secretaría de la Juventud, la Comuna 1 arrojó una tasa alta de desempleo juvenil, deserción escolar y el desconocimiento de los jóvenes del territorio en la oferta que tiene la ciudad. Por otro lado, la situación económica del sector y la vulnerabilidad de derechos hicieron que el proyecto participara. También, desde la centralidad de la Alcaldía de Medellín, el exalcalde de la ciudad solicitó que se hiciera mayor presencia con proyectos sociales en las comunas priorizadas como la 1. (Eusse, 2019)

Sin embargo, en el desarrollo de la presente investigación se reconoce que, si bien se identificó la problemática en la Comuna, el estudio previo relacionado con los jóvenes respondía a un estudio general, en el que no se hizo una caracterización específica de los jóvenes de la Comuna 1. Como se muestra en el primer capítulo de este trabajo, en esta Comuna, al conversar con los jóvenes, se identifica

primeramente un desconocimiento por las acciones de la administración municipal y específicamente desde las propuestas de la Secretaría de la Juventud.

En caso de ser reconocidas, los jóvenes manifiestan una falta de legitimación de lo que allí hacen. Por otra parte, durante este trabajo, se ha reconocido que esas estrategias de acercamiento llevadas a cabo por la Secretaría y desde el proyecto Talento Joven también son aplicadas a un público no específico: los jóvenes de “x” o “y” comuna, tras la etiqueta de “jóvenes”, sin tener en cuenta ningún tipo de enfoque (etéreo, étnico, de género, por ejemplo), ni el reconocimiento de las dificultades que afectan a esta población objeto.

La realidad a la que se enfrenta la Alcaldía de Medellín y sus dependencias, en lo relacionado con los jóvenes, implica tener claridad frente a los procesos reales que ellos viven en sus territorios, en especial a los relacionados con las diferentes formas de violencia y vulneración de sus derechos, como por ejemplo el reclutamiento por parte de los actores del microtráfico, la violencia intrafamiliar, el abuso sexual o la comercialización sexual de niños, niñas y adolescentes, o de aspectos como las adicciones o los embarazos juveniles, es a estos factores que la administración se ve enfrentada y contra los que tiene que luchar para, en el día a día, ganar la vida de un o una joven y arrancarlos de las garras de esta dura realidad.

3.2 Talento Joven y la permanencia de los jóvenes en el proyecto

Después de contar con las y los jóvenes, el Proyecto eligió los espacios para dictar las formaciones, entre ellas: la Institución Educativa Antonio Derka y la Casa de Justicia de la Comuna 1, espacios que están cerca a la estación Metro Cable Santo

Domingo y a la estación Popular de la Comuna. Estos lugares se caracterizan por tener espacios adecuados con respecto a la ventilación, buena silletería y se contaba con el recurso de internet, además “son lugares centrales en la Comuna, porque están en la mitad de barrios como Carpinelo, La Avanzada, San Pablo entre otros, y los jóvenes tuvieron la facilidad de acercarse a participar del proyecto. (Eusse, 2019)

Durante las formaciones, se evidenció que las y los jóvenes estaban interesados en los talleres ya que estos participaban en los juegos colectivos, en la descripción de las cualidades, cambio de roles, manejo de público y demás actividades. Además, participaban entre risas, bromas y con aportes a las dinámicas donde se escuchaba: “¿Ahora qué hago?”, “¡Ya tenemos lista la presentación!” o “Este aporte me sirve para estudiar”. Sin embargo, antes de iniciar las formaciones se observaba que algunos de los que tenían una actitud enérgica y positiva llegaban a los talleres con una energía diferente, retraídos o ponían resistencia para realizar las actividades.

Una de las explicaciones tenía que ver con que tales actitudes estaban relacionadas con la problemática social que viven los jóvenes en sus hogares o los conflictos latentes en la comunidad. Según Santiago Espinosa (2019), participante del proyecto Talento Joven, este fue una buena iniciativa por parte de la Secretaría, porque “mejoré aspectos como trabajar en equipo y respetar las decisiones de los otros compañeros, con el objetivo de crecer como persona y emprendedor, además el acompañamiento fue muy bueno puesto que me resolvieron dudas sobre mi idea de negocio”.

A pesar de que la formación cumplió su objetivo, se presentaron dificultades con algunos jóvenes que participaron del proyecto, entre ellas: la llegada tarde a los talleres o el ausentismo a uno que otro encuentro. También hubo dificultades en la continuidad de los procesos con las Secretarías de Desarrollo Económico y Secretaría de Educación (Sapiencia) porque muchos jóvenes estaban en proceso de formación con respecto a la línea elegida y estos no tuvieron la frecuencia esperada al asistir a las capacitaciones.

Además, la retroalimentación por parte de las Secretarías fue muy limitada ya que, en reiteradas ocasiones, las respuestas a las y los jóvenes eran dispersas o de poca información. Así lo afirma una de las profesionales de Territorio del Proyecto: “Se presentaron problemas al momento de solicitar la retroalimentación de las y los jóvenes remitidos ya que no hubo organización, entonces el proceso se dificultaba porque nos tocaba llamar a cada joven para conocer cómo iba” (Eusse, 2019).

Esta respuesta da cuenta de la posición del proyecto, en cuanto a considerar la estrategia de preguntas y repuestas individuales como dificultades. Además, de una especie de fracaso permanente en las convocatorias extendidas a los jóvenes.

Aunque el programa Talento Joven en la Comuna 1 solo tenía dentro de sus indicadores el número de jóvenes formados y acompañados, el proyecto y la Secretaría de la Juventud se interesaban por conocer el estado de los procesos de las y los jóvenes articulados a las demás Secretarías.

Sin embargo, el indicador fue poco alentador ya que, desde la línea de empleo, solo se ubicaron laboralmente cuatro (4) jóvenes de los 20 articulados; desde la línea de educación solo tres (3) jóvenes accedieron a la educación superior de los diez (10) articulados y de los tres (3) jóvenes interesados en emprendimiento solo uno (1) continuó en el proceso. Estas cifras fueron reveladas por la Secretaría de Desarrollo Económico y Secretaría de Educación.

Aunque la Secretaría de la Juventud y el proyecto Talento Joven priorizaron el territorio debido a las problemáticas en asuntos como la violencia, pobreza y desempleo de la Comuna 1, era prioritario realizar otras lecturas con respecto a los intereses de las y los jóvenes en sus territorios e identificar sus dinámicas juveniles con la intención de que el proyecto se ajustara a sus necesidades, no quedarse en planeaciones y ejecuciones de un proyecto desde un discurso adultocéntrico, más aún si estos emergen de: “varón-blanco-heterosexual-burgués-urbano” (Vásquez, 2020) hacia una realidad de hombres y mujeres, en construcción de sus identidades, en medio de un contexto de pobreza y en un sector más rural que urbano, como la Comuna 1.

Los problemas de deserción por parte de algunos jóvenes en el programa y el poco interés en participar de manera cumplida a los talleres de formación y orientación son la muestra de ello.

También quienes estuvieron en el proyecto pudieron necesitar apoyo en orientación psicosocial, debido a los problemas y dificultades que se presentan en el contexto social que involucraba la familia, los amigos y el relacionamiento con la comunidad;

además, de orientación en prevención en el consumo de sustancias psicoactivas, flagelo que afectaba no solo a la juventud de la Comuna 1 sino a la población en general que se encuentra expuesta a él.

Estas problemáticas que amenazan a la juventud pudieron haber sido consideradas para determinar, en algún momento del proceso, la permanencia de las y los jóvenes en el proyecto y la continuidad en los procesos, además de medir el relacionamiento hacia el programa y la administración municipal.

También el poco análisis de la población joven compromete a otras áreas de la Secretaría de la Juventud como el Observatorio de la Juventud, ya que son estos los encargados de generar informes técnicos del territorio, empoderar alianzas entre dependencias y agentes externos y desde la investigación territorial rastrear y construir análisis relevantes acerca de la población joven en aspectos demográficos, acciones territoriales y alertas sobre el contexto social. Sobre este Observatorio, hay que decir que, en el cambio de administración de Gutiérrez a Quintero, ante los cambios generados en la contratación, que además de demorados se vieron interrumpidos por la covid-19, no fue posible acceder a la información por falta de personal que atendiera la solicitud.

Del mismo modo, otro causante que pudo deteriorar la continuidad de los procesos de la juventud fue la presión ejercida por la administración pública a los funcionarios que pertenecieron al proyecto en cuanto al cumplimiento de indicadores, ya que por buscar alcanzar las metas con indicadores se desenfocaron las lecturas territoriales hacia la juventud de la Comuna 1 y se eligieron jóvenes que no necesitaban la

formación y orientación bien en empleo, o en emprendimiento o en educación. Pensar solo en el número como indicador puede mostrar que se llegó al propósito, sin embargo, no es una muestra de que hubo un beneficio para la comunidad o que se generó un aprendizaje que perdurara en el tiempo.

CONCLUSIONES

En Medellín, la herencia del narcotráfico de los años 90 modificó las dinámicas de vida y cotidianidad en los imaginarios de muchos jóvenes de la ciudad con prácticas que afectan la seguridad, la tranquilidad y el bienestar de quienes no participan en ello y de los habitantes en general. Actualmente, se perciben en los barrios la cultura de la ilegalidad y el “dinero fácil”, lo que genera una ruptura entre el trabajo social y el debilitamiento en el relacionamiento entre los habitantes de los barrios periféricos de la ciudad de Medellín.

La juventud de la Comuna 1 hace parte de estas dinámicas sociales y económicas del contexto al referido arriba. La participación juvenil, aún hoy, es vulnerable ante las acciones de violencia que se registran en los territorios, lo que genera en esta población miedo e incertidumbre. Por lo tanto, estas dificultades presentadas influyen en la confianza y en el desarrollo juvenil.

Como uno de los resultados que afecta a la población juvenil de esta Comuna (y de las otras periféricas), se encuentra la estigmatización por parte de algunos sectores sociales y económicos de la ciudad; esto dificulta el desarrollo juvenil desde la construcción de sus capacidades y limita la participación de ellos y ellas en entornos como la obtención de un empleo, los recursos para crear su propio emprendimiento o cumplir con los requisitos para acceder a una educación formal, técnica o universitaria en una institución educativa de la ciudad.

En esta investigación se identificaron varios escenarios en que las y los jóvenes comparten experiencias y realizan sus dinámicas diarias como los equipamientos deportivos, los culturales del territorio y los espacios que no están acondicionados para el disfrute de la juventud como los bajos del Metro Cable. Sin embargo, se resalta la esquina de la cuadra como lugar de encuentro, vigente y vivo, en que algunos jóvenes de la Comuna buscan socialización, reconocimiento, identidad y participación a partir de sus actividades.

La investigación evidencia que la juventud de la Comuna 1 de Medellín necesita más y mejores espacios recreativos y culturales que fomenten el esparcimiento, la creatividad y potencialice el trabajo en comunidad entre las y los jóvenes del territorio, con el objetivo de alejar la violencia instalada en los barrios que vulnera los derechos y la tranquilidad de cada joven. La mayor guerra se vive en estos territorios en donde las bandas que controlan el sector están al acecho y reclutan o “enamoran” a los y las jóvenes básicamente para el negocio del microtráfico.

A partir de la contrastación de fuentes, se concluyó que las estrategias de comunicación lideradas por la administración pública deben identificar, conocer y analizar el público objetivo al que se dirige el mensaje, conocer las dinámicas y las acciones que realizan en su territorio particular y no generalizar a la hora de pensar acciones. Estas deben responder a diferentes enfoques: etario, género, territorial, étnico, entre otros e incluir sus voces y sus miradas. Como parte de la dificultad, se identificó que, a pesar de la existencia de un observatorio de temas relacionados con los jóvenes, la información sigue siendo parcial e imprecisa, se carece de datos

que permitan la caracterizar de la población que permitan el diseño de más y mejores proyectos pensados desde sus realidades.

Esta investigación determinó que la forma cómo se comunican las agrupaciones y colectivos juveniles a través de las redes sociales y las acciones que realizan en los barrios son dinámicas de resistencia frente al flagelo de la violencia de diversos tipos (emocional, económica, sexual o de género) que ha azotado a la juventud de la Comuna 1 durante años, y los mensajes y la intención de comunicarse promueven en el territorio la participación en dinámicas culturales, deportivas y sociales. Esto debe ser aprovechado, en el mejor sentido de la palabra, por la Secretaría de la Juventud, para trabajar mancomunadamente desde lo ya construido.

Si bien se creyó que la estrategia digital sería la más eficaz a la hora de compartir mensajes como los de la convocatoria al proyecto, por ser la más utilizada para comunicarse por parte de los y las jóvenes de Medellín, en la Comuna 1 la

comunicación tradicional, a través del “voz a voz”, sigue siendo muy influyente para la juventud del territorio debido a los problemas de conectividad (internet) y al nivel de pobreza. Es necesario pensar en modificar las posibilidades y estrategias de acercamiento a ellos, a través de las entidades territoriales y los líderes sociales para conocer lo que ya existe en temas de programas y proyectos y presentar los propios de la administración. La conversación entre lo existente y las nuevas propuestas darían como resultados proyectos más cercanos a los jóvenes y a la comunidad misma.

A la vez, en los recorridos hechos se visibilizó el perifoneo como herramienta de comunicación importante en este barrio, que no solo tiene que usarse para la oferta

de productos comerciales sino también en la difusión de mensajes que convoquen a los jóvenes a participar en proyectos como Talento Joven.

Se concluyó que, desde la administración municipal, el lenguaje comunicacional impartido por los medios digitales hacia la juventud de la Comuna 1 debe ser cercano, comprensible y debe de evidenciar el propósito del mensaje, debido a que se percibe poca participación e interacción con los programas y proyectos, aunque las y los jóvenes prefieren las redes sociales y no otros medios de comunicación que tienen a su alcance.

Esta investigación evidenció que, desde la construcción y la planificación el área de comunicaciones en el macro proceso de la Secretaría de la Juventud, esta oficina fue pensada como una dependencia operativa, que se encargara de recibir la información y divulgarla por los canales de la entidad pública y no como un departamento estratégico que planifique ideas en beneficio de la juventud de Medellín y espere la retroalimentación de su público. En este sentido el objetivo siempre fue informar y no comunicar.

También esta investigación determinó que existe un alto desconocimiento por parte de jóvenes que habitan en las periferias de la Comuna 1 hacia la administración municipal en términos de programas y proyectos que ofrece la Secretaría de la Juventud y las demás dependencias. Por eso, es necesario realizar estrategias comunicacionales bien estructuradas que potencialicen la presencia territorial y con acciones que promueva la participación de la juventud. También que se genere una articulación de la oferta con otros actores que influyen en los territorios.

En cuanto a la articulación de proyectos entre las dependencias de la administración pública, debe reconocerse que esta es irregular, lo que pone en riesgo la ejecución y la continuidad durante y posterior a los procesos, afecta a la población participante que evidencia poco acompañamiento y abandono por parte de las entidades, lo que genera deserción y la no continuidad en la formación adquirida para el público impactado. Y ni que decir de lo que sucede en los cambios de administración municipal frente a la contratación y la irrupción de proyectos previos que son olvidados sin ser evaluados en el afán de imponer los nuevos.

Esta investigación determinó que el proyecto Talento Joven debió explorar el contexto psicosocial de la juventud que participó del programa con la ayuda de otras dependencias expertas en el tema, para tener claridad sobre la conducta de las y los jóvenes, la inserción a la sociedad en aspectos como el empleo, emprendimiento y educación y los comportamientos sociales en espacios de relacionamiento y, de esta manera, poder cumplir con los éxitos del proyecto en términos de continuidad y articulación con las otras dependencias del municipio de Medellín. Así mismo, faltó darles voz en los procesos previos a la ejecución del proyecto a los y las jóvenes de la Comuna, el éxito de estos proyectos depende de reconocerles su papel como agentes sociales y de cambio.

A partir de las estrategias diseñadas para esta investigación para la recolección de información, a lo que se suma la experiencia desde la ejecución de proyectos de la administración con los jóvenes de la ciudad, es posible concluir que los y las jóvenes

siempre están dispuestos a hablar solo si son reconocidos y escuchados como agentes sociales determinantes si se quiere proponer cambio en sus prácticas desde el ofrecimiento de oportunidades educativas, laborales o de emprendimiento.

A partir de este trabajo, se pueden generar futuras investigaciones que aborden con mayor profundidad el contexto juvenil no solo de la Comuna 1 sino de los otros territorios de la ciudad siempre son un enfoque incluyente en el que se reconozca la diferencia.

Se recomienda para nuevos trabajos de investigación continuar profundizando en las problemáticas reales de los habitantes de la Comuna 1 y de los territorios aledaños, con el objetivo de generar nuevas alianzas institucionales que promuevan la participación y el apoyo a las comunidades. Por eso, es importante contar con la participación de la comunidad y de expertos en el territorio que permitan identificar y comprender las dinámicas preexistentes en los territorios.

También, se recomienda a las investigaciones que están enfocadas en planificación o pensamiento estratégico de la comunicación en indagar las particularidades del público objetivo, ya que esto permitirá construir una estrategia acorde con las necesidades de la administración municipal y de la población a impactar, en especial mediadas por el diálogo. Por eso, se debe explorar e identificar las costumbres, necesidades e interés del público antes de construir una estrategia de base.

Esta investigación permitió conocer y aprender sobre la juventud de la Comuna 1 desde sus acciones en el territorio, necesidades, aspiraciones y su relacionamiento

con el otro. Esta información es importante, ya que permite dar a conocer las problemáticas reales de las y los jóvenes a los actores involucrados (Estado, organizaciones y comunidad) con el fin de construir planes futuros de intervención que generen cambios en cada barrio de la comuna nororiental.

ANEXOS

ANEXO 1. Formato bitácora de campo para aplicarlo en el territorio

| |
|------------------------|
| Nombre del registro: |
| Fecha de la actividad: |
| Barrio: |
| Tipo de registro: |
| Metodología: |
| Descripción: |

ANEXO 2. Modelo de entrevista para el coordinador de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud

Datos

Nombre completo:

Cargo:

Autoriza dar su nombre, el cargo y nombre de la organización en los productos finales de la investigación: Sí___No___

1. ¿Cuál es la misión del área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud?
2. ¿Cómo es el relacionamiento entre el área de comunicaciones y la política pública de Juventud?
3. ¿Cómo está conformada el área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud?
4. ¿Usted considera que el área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud está pensada como un área operativa o estratégica dentro del macroproceso de la entidad y por qué?
5. ¿Cómo es el relacionamiento del área de comunicaciones con las demás dependencias de la Secretaría de la Juventud?
6. ¿Qué participación tuvo el área de comunicaciones en la construcción de la estrategia comunicacional del proyecto Talento Joven?
7. ¿Cómo se construyó la estrategia comunicacional que apoyó al proyecto Talento Joven?
8. ¿Cuáles fueron los medios utilizados para realizar la estrategia comunicacional del proyecto Talento Joven?
9. ¿Cuáles son los cargos y qué funciones realizaron los profesionales encargados de la estrategia comunicacional el proyecto Talento Joven?

10. ¿Para la construcción de la estrategia comunicacional del proyecto Talento Joven participaron agentes externos al equipo de comunicaciones?
11. ¿Para la realización de la estrategia comunicacional, el área de comunicaciones estudió o identificó las características, percepciones, intereses o tendencias de los jóvenes que participaron del proyecto? ¿Cómo lo hicieron?
12. ¿De qué manera el área de comunicaciones convocó y acompañó al proyecto Talento Joven en la ejecución de las actividades?
13. ¿Cómo el área de comunicaciones vinculó a otras dependencias de la Secretaría de la Juventud en la implementación de la estrategia?
14. ¿De qué manera el área de comunicaciones midió el impacto comunicacional sobre el proceso de convocatoria en el proyecto Talento Joven?
15. ¿El área de comunicaciones cuenta con indicadores de gestión para medir las estrategias comunicacionales? ¿Cuáles?
16. ¿Cómo es el relacionamiento del área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud con la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín?

ANEXO 3. Modelo de entrevista para la profesional de territorio del proyecto Talento Joven

Datos

Nombre completo:

Cargo:

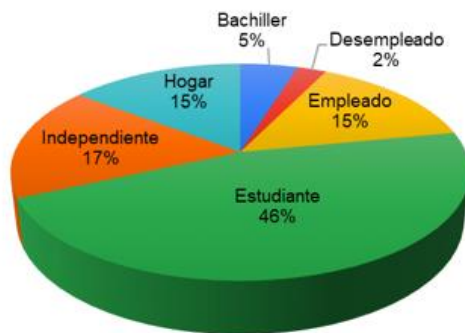
Autoriza dar su nombre, el cargo y nombre de la organización en los productos finales de la investigación: Sí___No___

1. ¿En qué consistió el proyecto Talento Joven?
2. ¿Hace cuánto inició el proyecto?
3. ¿Cuál fue la relación entre el proyecto Talento Joven y la política Pública de Juventud de la Alcaldía de Medellín?
4. ¿Para la ejecución del proyecto Talento Joven se tuvo en cuenta los intereses y las dinámicas de los jóvenes en el territorio y de qué manera?
5. ¿Cuáles fueron las características o tendencias de los jóvenes que participaron del proyecto?
6. ¿Cómo fueron elegidos los jóvenes de la Comuna 1 para participar del proyecto?
7. ¿Qué competencias o habilidades debieron adquirir los jóvenes que participaron del proyecto?
8. ¿Qué actores (funcionarios) del proyecto Talento Joven participaron de la formación y por qué fueron elegidos?
9. ¿El proyecto Talento Joven se ejecutó en qué comunas y corregimientos?
10. ¿Por qué se priorizó la Comuna 1 popular?
11. ¿Dónde se realizaron las formaciones en la Comuna 1 y por qué se eligieron esos espacios?
12. ¿Cómo el proyecto Talento Joven cumplió con las expectativas de los jóvenes que participaron de las formaciones?

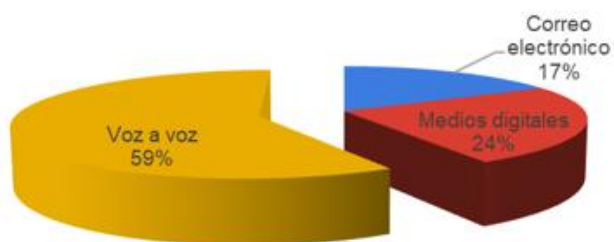
13. ¿Cómo evaluaron la ejecución del proyecto Talento Joven con los jóvenes de la Comuna 1?
14. ¿De qué manera se convocaron a los jóvenes de la Comuna 1 a participar del proyecto Talento Joven?
15. ¿Cuántos jóvenes se vieron impactados con el proyecto?
16. ¿Cómo fue la relación entre el proyecto Talento Joven y el área de comunicaciones desde la convocatoria y acompañamiento?
17. ¿Cuáles fueron los aspectos positivos o negativos de la convocatoria y acompañamiento por parte del área de comunicaciones en la ejecución del proyecto?
18. ¿Consideró apropiada la estrategia digital realizada por comunicaciones en la convocatoria de los jóvenes de la Comuna 1?
19. ¿Qué articulaciones se generaron con otras dependencias de la Alcaldía de Medellín o empresas privadas para el beneficio del proyecto?
20. ¿Desde su quehacer, consideró importante el trabajo estratégico del área de comunicaciones de la Secretaría de la Juventud y qué aspectos deberían mejorar o fortalecer para el apoyo de otros proyectos?

ANEXO 4. Gráficas de la evaluación de la estrategia de comunicación

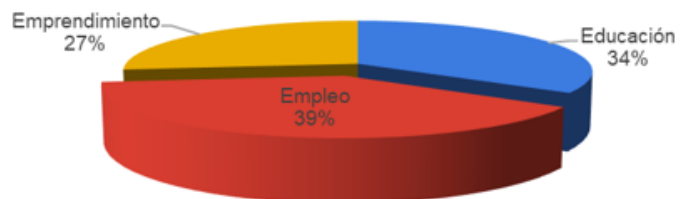
Caracterización de la población por ocupación



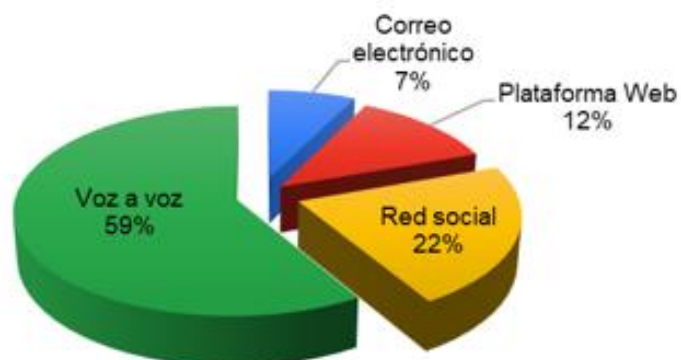
Medio por el que se enteraron del proyecto Talento Joven



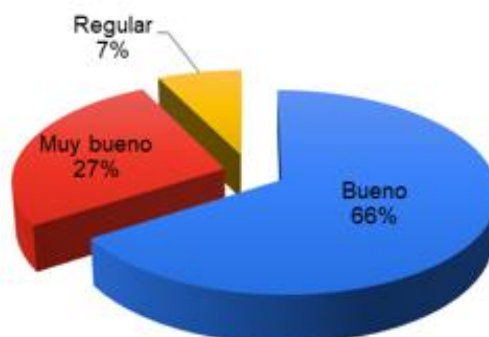
Línea del proyecto Talento Joven en el que participaron



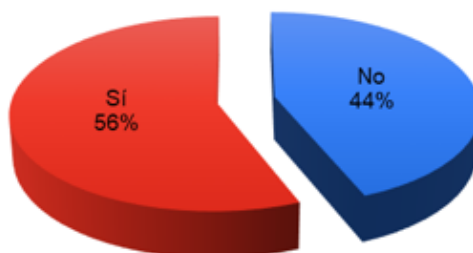
Medio por el cual se enteraron de las convocatorias para la participación en el proyecto Talento Joven



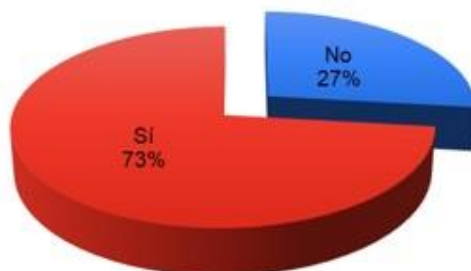
Calificación del proceso de convocatoria realizado por la Secretaría de la Juventud en el proyecto Talento Joven



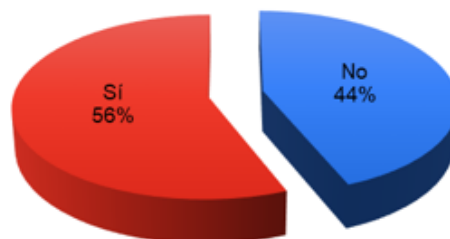
Conocimiento del contenido digital que realiza la Secretaría de la Juventud a través de la red social Facebook



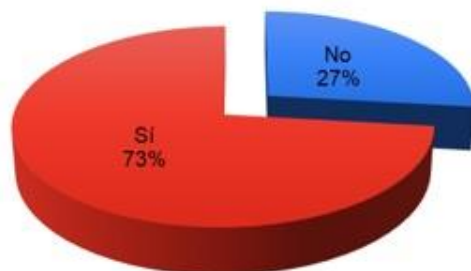
Contenido digital realizado por la Secretaría de la Juventud a través de la plataforma Medellín Joven



Conocimiento del contenido digital que realiza la Secretaría de la Juventud a través de la red social Facebook



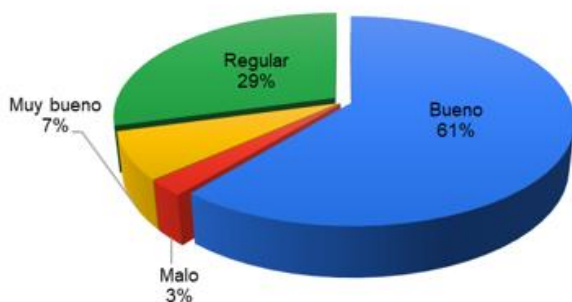
Contenido digital realizado por la Secretaría de la Juventud a través de la plataforma Medellín Joven



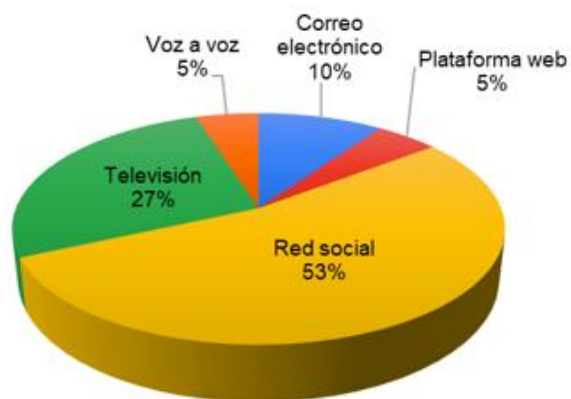
Frecuencia de visita a la red social Facebook y a la plataforma web Medellín Joven de la Secretaría de la Juventud



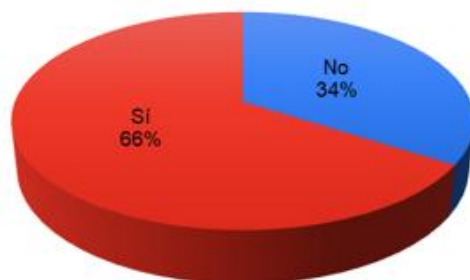
Calificación del contenido digital (textos, imágenes, videos) realizado por comunicaciones de la Secretaría de la Juventud a través de la red social Facebook



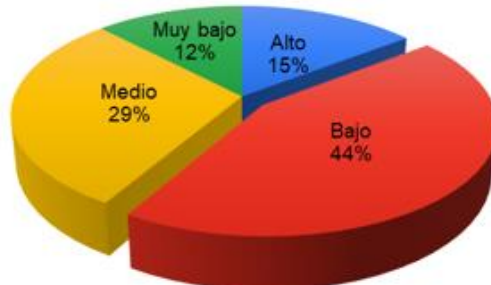
Medio de comunicación con el que tienen mayor interacción en su vida cotidiana



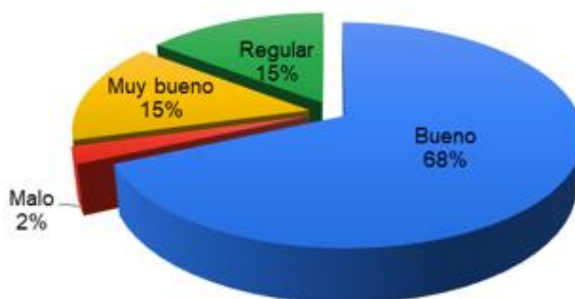
Conocimiento de la misión y lo que hace la Secretaría de la Juventud de Medellín



Grado de conocimiento sobre la política pública de juventud



Percepción del relacionamiento entre la administración y las y los jóvenes del barrio, durante la alcaldía de Federico Gutiérrez



ANEXO 5. Análisis documental de los medios de comunicación El Colombiano y Análisis Urbano

| Fecha | Nombre del medio | Enlace | Titular | Descripción | Género | Palabras claves |
|-----------|------------------|---|---|--|------------|---|
| 7/09/2016 | El Colombiano | https://www.elcolombiano.com/antioquia/alcaldia-de-medellin-anuncio-10-000-nuevos-cupos-en-educacion-superior-para-bajar-deficit-FH4933250 | En Medellín sólo el 28 % de los jóvenes van a educación superior | Aunque la ciudad de Medellín se reconoce como una ciudad que le apuesta a la cobertura en educación primaria y secundaria por parte de organizaciones internacionales, el reto es aumentar la presencia de jóvenes en la educación superior, ya que solo el 28 % tiene la posibilidad de ingresar a la universidad. Las problemáticas más comunes a nivel mundial son la calidad, cobertura y deserción. | Noticia | Educación, oportunidad, calidad de vida |
| 7/03/2017 | El Colombiano | https://www.elcolombiano.com/antioquia/en-medellin-buscan-formalizar-con-emprendimientos-a-miles-de-jovenes-DK6095885 | En Medellín formalizarán con proyectos de emprendimiento a 70.000 jóvenes | En varias comunas de la ciudad en especial la Comuna 13, Popular o Santa Cruz, desconocen la oferta institucional que apoya a los jóvenes en búsqueda de fortalecer o iniciar su idea creativa o de postularse a un empleo digno. | Noticia | Empleo, Oportunidad |
| 8/03/2017 | El Colombiano | https://www.elcolombiano.com/multimedia/videos/comunidad-del-santo-domingo-savio-reclama-apertura-de-la-biblioteca-espana-LD6104368 | En Santo Domingo Savio extrañan la Biblioteca España | En la Comuna 1, los jóvenes y la comunidad en general extrañan la Biblioteca España porque es sinónimo de educación, cultura y amor propio por la comuna. | Entrevista | Educación |
| 7/12/2017 | El Colombiano | https://www.elcolombiano.com/antioquia/turismo-que-explota-la-cultura-barrial-de-medellin-CH7823598 | Turismo que explota la cultura barrial de Medellín | El turismo en los barrios es una iniciativa de algunos sectores de la economía de Medellín que busca impulsar a que extranjeros y ciudadanos de Colombia recorran las calles, casas y que aprendan de la cultura de Medellín. | Informe | Emprendimiento, empleo |
| 9/05/2017 | El Colombiano | https://www.elcolombiano.com/antioquia/alcalde-federico-gutierrez- | Alcalde de Medellín salió a la calle, está vez para enfrentar el | A la administración pública le preocupa el incremento de desempleo en la población juvenil y en especial en la Comuna 1 | Noticia | Desempleo, juventud, pobreza |

| | | | | | | |
|------------|----------------------|---|---|---|-----------|-------------------------------------|
| | | salio-a-la-calle-esta-vez-para-enfrentar-el-desempleo-juvenil-GJ6487558 | desempleo juvenil | que supera con un 14 % la tasa promedio. | | |
| 12/07/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/seguridad/asesinatos-en-medellin-durante-2018-EY8991798 | Las zonas donde más (y menos) matan en Medellín | Las comunas de la ciudad tienen un incremento del 25 % en el entorno de violencia. La Comuna 1, Comuna 3, Comuna 13, Comuna 8 y en algunos corregimientos los conflictos afectan a los más vulnerables. | Informe | Violencia |
| 16/07/2018 | <i>El Colombiano</i> | Jóvenes en riesgo de ser reclutados ahora son líderes sociales | Jóvenes en riesgo de ser reclutados ahora son líderes sociales | Jóvenes que estaban en riesgo de ser reclutados por grupos delincuenciales, están trabajando y aportando su conocimiento en proyectos sociales. | Noticia | Seguridad |
| 12/07/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/niveles-de-educacion-superior-en-medellin-antioquia-DX8990577 | Menos de la mitad de los bachilleres de Medellín pasan a la universidad | Es preocupante que menos de la mitad de los jóvenes de Medellín que están entre los 16 y 28 años ingresen a la educación superior. Comunas como Popular, Manrique, Santa Cruz evidencian dificultad para que sus jóvenes estudien en la universidad ya sea por factores socioeconómicos, falta de información de instituciones y programas y deserción escolar en el colegio. | Noticia | Educación, juventud |
| 11/07/2018 | <i>El Colombiano</i> | ¿Cuáles son las preocupaciones ciudadanas en Medellín? | ¿Cuáles son las preocupaciones ciudadanas en Medellín? | Los habitantes de Medellín están muy preocupados por la situación actual de la ciudad, ya que la percepción de desempleo, debilidad en la educación y la problemática en términos de seguridad afectan a los jóvenes. | Noticia | Empleo, educación, salud, seguridad |
| 10/08/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/los-parches-con-los-que-medellin-se-resiste-a-la-guerra-GD9137822 | Los "parches" con los que Medellín se resiste a la guerra | Los jóvenes se resisten a la guerra con apuestas sociales que invitan a la reconciliación y a la paz. El arte barrial es una manifestación de unión. | Reportaje | Seguridad |
| 17/09/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/voluntarios-en-medellin- | Voluntariado, opción de aprendizaje para los jóvenes de Medellín | La Secretaría de la Juventud proyecta programas y proyectos enfocados en el voluntariado. Jóvenes de la Comuna 1 y de las otras | Noticia | Educación |

| | | | | | | |
|------------|----------------------|---|--|---|---------|--------------------|
| | | antioquia-BF9340030 | | comunas proponen alternativas de paz, reconciliación y proyección. | | |
| 15/10/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/festival-vive-medellin-busca-alejar-jovenes-de-la-violencia-LJ9496318 | El festival que busca alejar a los jóvenes de la violencia en Medellín | Bajo la consigna de "Somos distintos, sentimos igual" comenzó este fin de semana el festival Vive Medellín, evento que invita a los ciudadanos a convivir en paz, a resolver las diferencias a través de la conciliación y a fortalecer los lazos comunitarios. | Noticia | Violencia |
| 29/10/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/a-los-barrios-llegaron-las-clases-de-ingles-para-todos-DB9571027 | A los barrios llegaron las clases de inglés para todos | La estrategia de la administración municipal es desarrollar en las diferentes comunas de la ciudad el programa Territorio bilingüe. La intención es capacitar a la población, especialmente a la juventud. | Noticia | Educación |
| 29/10/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/mas-opportunidades-para-jovenes-nini-MA9570860 | Más oportunidades para jóvenes "nini" | Por falta de motivación o de oportunidades, muchos jóvenes de Medellín no acceden a empleos ni continúan sus estudios. | Noticia | Educación, empleo |
| 27/12/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/estudiantes-indigenas-y-afrodescendientes-llegan-a-medellin-para-estudiar-BM9943102 | Caminar medio país para estudiar lejos de casa | Oportunidades de educación para la población indígena. Los retos de una nueva lengua, costumbres y las formas de compartir. | Noticia | Educación |
| 20/12/2018 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/desplazamiento-intraurbano-en-medellin-el-drama-de-dejar-el-barrio-para-no-morir-XL9904167 | El drama de dejar el barrio para no morir | El sufrimiento y el drama que viven miles de familias víctimas del desplazamiento en algunos barrios de Medellín. La juventud sufre por la situación. | Noticia | Pobreza, violencia |
| 1/05/2019 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/tasa-de-desempleo-en-medellin | Taza de desempleo juvenil en Medellín se ubicó en 13,5 % | A pesar de que en Colombia existen políticas públicas relacionadas al empleo y al trabajo decente, en ciudades como Medellín el desempleo mantiene su | Noticia | Empleo, juventud |

| | | | | | | |
|------------|------------------------|---|--|--|---------|------------------|
| | | se-ubico-en-13-5-LF10622823 | | nivel de crecimiento. Prácticas empresariales como contratar a jóvenes con experiencia, cierran la brecha y reducen las oportunidades. | | |
| 13/08/2019 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/desempleo-juvenil-en-medellin-y-el-area-metropolitana-en-2018-mk11399665#:~:text=Esto%20significa%20que%202018%20cert%C3%B3%20que%202017.&text=La%20tasa%20de%20desempleo%20juvenil%20alta%20de%20los%20%C3%BAltimos... | Desempleo juvenil sigue en alza en el Área Metropolitana | El incremento en el alza del desempleo juvenil en el Área Metropolitana y en Medellín es una constante donde uno de cada cinco jóvenes buscó trabajo y no lo encontró. | Noticia | Empleo, juventud |
| 23/08/2019 | <i>El Colombiano</i> | https://www.elcolombiano.com/antioquia/acceso-a-la-educacion-superior-en-medellin-CC11466848#:~:text=Seg%C3%BAn%20Medell%C3%ADC%20C%3%B3mo%20Vamos%20el.%20FOTO%3A%20ARCHIVO%20Manuel%20Saldarriaga. | Solo 45 % de los jóvenes va a la U en Medellín | Uno de los retos que tiene la administración municipal, es reducir la brecha en el acceso a la educación superior donde solo el 45 % de los jóvenes en Medellín tiene la posibilidad de acceder. | Noticia | Empleo, juventud |
| 3/06/2018 | <i>Análisis Urbano</i> | https://analisisurbano.org/a-golpes-mataron-a-un-hombre-en-santo-domingo-savio/28073/ | A golpes mataron a un hombre en Santo Domingo Savio | Hombre de 45 años fue asesinado por objeto contundente en Santo Domingo. | Noticia | Violencia |

| | | | | | | |
|------------|-----------------|---|---|---|---------|-----------|
| 16/03/2018 | Análisis Urbano | https:// analisisisurbano.org /asegurado-por-masacre-que-dejo-4-muertos-en-la-comuna-uno-de-medellin/24236/ | Asegurado por masacre que dejó 4 muertos en la Comuna Uno de Medellín | Hombre capturado por masacre de cuatro personas en el barrio Carpinelo. | Noticia | Violencia |
| 13/05/2018 | Análisis Urbano | https:// analisisisurbano.org /en-santo-domingo-capturaron-a-alias-yulder-senalado-cabecilla-del-combo-el-pinar/26577/ | En Santo Domingo capturaron a alias Yulder, señalado cabecilla del combo El Pinar | Capturan al intregante de la banda El Pinar en el barrio Comuna 1. | Noticia | Violencia |
| 10/07/2018 | Análisis Urbano | https:// analisisisurbano.org /cargaron-el-cadaver-y-lo-dejaron-en-una-calle-del-barrio-la-avanzada-comuna-1/28321/ | Cargaron el cadáver y lo dejaron en una calle del barrio La Avanzada, comuna 1 | Abandono de cadáver en el barrio la avanzada de la Comuna 1 | Noticia | Violencia |
| 6/07/2018 | Análisis Urbano | https:// analisisisurbano.org /joven-de-16-anos-reportada-como-desaparecida-a-fue-hallada-sin-vida-en-el-barrio-granizal/28178/#:~:text=En%20una%20zona%20verde%20de.e.e.%2028%20de%20junio%20pasado. | Joven de 16 años reportada como desaparecida fue hallada sin vida en el barrio Granizal | Joven de 16 años deparecida en el barrio Granizal de la Comuna 1. | Noticia | Violencia |
| 28/09/2018 | Análisis Urbano | https:// analisisisurbano.org /lo-asesinaron-dentro-de-un-vehiculo-en-el-popular-comuna-1-de-medellin/30974/ | Lo asesinaron dentro de un vehículo en el Popular, Comuna 1 de Medellín | Hombre de 38 años asesinado por sicarios en el barrio Popular 1. | Noticia | Violencia |

| | | | | | | |
|------------|-----------------|---|--|---|---------|-----------|
| 16/02/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /desmantelaron-un-laboratorio-de-drogas-en-el-barrio-santo-domingo-en-el-popular-comuna-1-de-medellin/36810/ | Desmantelaron un laboratorio de drogas en el barrio Santo Domingo, en el Popular, Comuna 1 de Medellín | Mujer capturada por la producción de insumos para cocaína en el barrio Santo Domingo. | Noticia | Violencia |
| 25/03/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /celia-macrina-fue-apunada-en-su-vivienda-del-barrio-popular-comuna-1-de-medellin/38712/ | Celia Macrina fue apunada en su vivienda del barrio Popular, Comuna 1 de Medellín | Mujer fue asesinada en su residencia en el barrio Popular 1. | Noticia | Violencia |
| 25/05/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /a-jorge-patino-ayala-lo-balearon-en-el-barrio-granizal-comuna-1-popular-oriente-de-medellin/41213/ | A Jorge Patiño Ayala lo balearon en el barrio Granizal, Comuna 1 Popular, oriente de Medellín | Por hurto asesinaron a hombre en el barrio Granizal. | Noticia | Violencia |
| 31/05/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /el-exmarido-de-la-mujer-lo-apunalo-y-lo-mato-en-carpinelo-comuna-1-popular-de-medellin/41722/ | El exmarido de la mujer lo apunalo y lo mató en Carpinelo, Comuna 1 Popular de Medellín | Hombre asesinado en su vivienda en el barrio Carpinelo (problemas pasionales) | Noticia | Violencia |
| 2/06/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /marisela-hinestroza-fue-apunada-en-su-vivienda-del-barrio-la-avanzada-comuna-1-de-medellin/58146/ | Marisela Hinestroza fue apunada en su vivienda del barrio La Avanzada, Comuna 1 de Medellín | Una joven de 28 años fue asesinada en el barrio La Avanzada . Arma blanca | Noticia | Violencia |

| | | | | | | |
|------------|-----------------|---|--|---|---------|-----------|
| 15/12/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /dona-ana-sefora-fue-asesinada-en-una-tienda-del-barrio-carpinelo-comuna-1-de-medellin/57401/ | Doña Ana Séfora fue asesinada en una tienda del barrio Carpinelo, Comuna 1 de Medellín | Una señora de 63 años fue asesinada en el barrio Carpinelo de la Comuna 1. Arma blanca | Noticia | Violencia |
| 16/12/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /a-punal-asesinaron-a-un-hombre-en-el-barrio-santo-domingo-comuna-1-de-medellin/53964/ | A puñal asesinaron a un hombre en el barrio Santo Domingo, Comuna 1 de Medellín | Asesinado hombre de 50 años en el barrio Santo Domingo . | Noticia | Violencia |
| 19/12/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /dos-ciudadanos-venezolanos-fueron-asesinados-en-popular-comuna-1-de-medellin/48066/ | Dos ciudadanos venezolanos fueron asesinados en Popular, Comuna 1 de Medellín | Por deudas y préstamos asesinaron a dos venezolanos en el barrio San Pablo de la Comuna 1. | Noticia | Violencia |
| 21/08/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /en-el-barrio-popular-comuna-1-de-medellin-asesinaron-a-tiros-a-yenny-cartagena/46108/ | En el barrio Popular, Comuna 1 de Medellín, asesinaron a tiros a Yenny Cartagena | Mujer en moto fue asesinada por sicarios en el barrio Comuna 1 . | Noticia | Violencia |
| 26/07/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /camilo-santamaria-fue-baleado-en-villa-guadalupe-comuna-1-de-medellin/44070/ | Camilo Santamaría fue baleado en Villa Guadalupe, Comuna 1 de Medellín | Joven de 22 años fue asesinado en el barrio Villa Guadalupe . | Noticia | Violencia |

| | | | | | | |
|------------|-----------------|---|--|---|---------|-----------|
| 11/06/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /ruben-at hortua-a-la-carcel-por-homicidio-de-mujer-decapitada-en-granizal-comuna-1-popular/42162/ | Rubén Atehortúa, a la cárcel por homicidio de mujer decapitada en Granizal, Comuna 1 Popular | Joven de 27 años a la cárcel por homicidio (barrio Granizal) | Noticia | Violencia |
| 10/04/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /la-mato-a-machetazos-en-la-avanzada-popular-comuna-1-van-9-mujeres-asesinadas-en-medellin/39392/ | La mató a machetazos en La Avanzada, Popular, Comuna 1. Van 9 mujeres asesinadas en Medellín | Violencia intrafamiliar y mujer asesinada en el barrio la avanzada de la Comuna 1. | Noticia | Violencia |
| 9/06/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /vendedora-ambulante-fue-asesinada-a-punal-en-el-barrio-granizal-comuna-1-de-medellin/42112/ | Vendedora ambulante fue asesinada a puñal en el barrio Granizal, Comuna 1 de Medellín | Una vendedora ambulante de 62 años fue asesinada en el barrio Granizal . | Noticia | Violencia |
| 1/12/2019 | Análisis Urbano | https:// analisisurbano.org /en-manrique-comuna-3-de-medellin-de-un-tiro-mataron-a-jose-arley-arbelaez/48584/ | En Manrique, Comuna 3 de Medellín, de un tiro mataron a José Arley Arbeláez | Muerto por disparo José Arley Arbeláez Rodríguez, de 41 años. | Noticia | Violencia |

REFERENCIAS

- Aguilar, N., & Muñoz, G. (2015). La condición juvenil en Colombia: entre violencia estructural y acción colectiva. *Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13, 1021–1035.
<http://revistaumanizales.cinde.org.co/rllcsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/1984/603>
- Alcaldía de Medellín. (2015). Plan de Desarrollo Local / Comuna 1 Popular. In *Alcaldía de Medellín*.
https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/Plan deDesarrollo_0_15/InformacinGeneral/Shared Content/Documentos/comunas/COMUNA1_POPULAR.pdf
- Alcaldía de Medellín. (2016). *Formato FO-ADQU Estudios Previos proyecto Talento Joven*.
- Alcaldía de Medellín. (2020). *Secretaría de la Juventud*. Alcaldía de Medellín.
<https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://781f952fe3a44678ad5bec43d08dfeaa>
- Alvarado, S., Ospina, M., Patiño, J., & Arroyo, A. (2018). Contexto del conflicto armado colombiano desde las voces de la primera infancia, la niñez y las familias en condición de desplazamiento. In *Juventudes e infancias en el escenario latinoamericano y caribeño actual*. Clacso, 177 - 198
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20180803020740/Juventudes.pdf>

- Argenti, P. (2014). *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación*. LID Editorial Empresarial. Madrid
- Botero, L., & Galvis, C. (2014). *Comunicación Pública una opción para la democracia*. Universidad de Medellín. Medellín
- Brito, R. (1998). Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud. *Ultima Década*, 1(9), 1- 8.
<https://www.redalyc.org/pdf/195/19500909.pdf>
- Cano, C. (2019). *Coordinador de Comunicaciones Secretaría de la Juventud*.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2017). *Medellín: memorias de una guerra urbana*.
<http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/informes/informes-2017/medellin-memorias-de-una-guerra-urbana>
- Estatuto de ciudadanía juvenil Ley 1622 de 2013, 1 (2012).
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=52971>
- Corporación Región. (2014). *Ciudades en la encrucijada : violencia y poder criminal en Río de Janeiro, Medellín, Bogotá y ciudad Juárez*. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, UNAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=54621>
- El Tiempo. (2020). *¿Por qué los paisas terminaron amando la alcaldía de “Fico” Gutiérrez?* <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/balance-de-la-alcaldia-de-medellin-de-federico-gutierrez-447268>
- Espinosa, S. (2019). *Joven participante Proyecto Talento Joven*.
- Eusse, N. (2019). *Profesional Proyecto Talento Joven*.

- Expertos en Marca. (2020). *El Mercadeo voz a voz es más barato y efectivo que la publicidad*. <https://expertosenmarca.com/el-mercadeo-voz-voz-es-mas-barato-y-efectivo-que-la-publicidad/>
- Galano, N. (2019). Muerte joven y vidas precarias. Notas sobre el juvenicidio. In *Políticas de juventudes y participación política*. Clacso, 229 - 247
http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20191113060742/Políticas_de_juventud.pdf
- Garcés, Á., & Acosta, G. (2012). *Participación Política Juvenil*. Universidad de Medellín. Medellín
- Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social : clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 3(58), 26–39.
<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>
- Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. In *Comunicación, desarrollo y cambio social: Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Pontificia Universidad Javeriana, 19-35.
https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion_desarrollo_cambio_social2.pdf
- Gutiérrez, C. (2020). *Joven, 18 años entrevistada*.
- Marín, M. (2009). Movilización social: una apuesta en el mundo de la vida. *Comunicación y Ciudadanía*, 2, 6–17.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/comciu/article/view/1837/1643>
- Medellín cómo vamos. (2020). *Los pendientes del empleo en Medellín*.
<https://www.medellincomovamos.org/los-pendientes-del-empleo-en-medellin>

- Mesa, A. (2020). *Docente y Coordinadora de prácticas empresariales de la Universidad Católica Luis Amigó*.
- Moreno, R. (2003). Conflicto y Violencia Urbana En Medellín desde la década del 90 : algunas valoraciones. In I. P. de C. IPC (Ed.), *Violencia y conflictos urbanos: un reto para las políticas públicas*. Clacso, 192 - 231
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/ipc/20121210120342/conflicto.pdf>
- Naciones Unidas. (2020). *Juventud*. Organización de Naciones Unidas.
<https://www.un.org/es/sections/issues-depth/youth-0/index.html>
- Naranjo, G. (1992). *Medellín en Zonas Monografías*. Corporación Región.
http://www.region.org.co/images/publicamos/libros/medellin_en_zonas.pdf
- Obregón, R., & Ángel, A. (2011). ¿Diálogo o comunicación para el desarrollo y cambio social? In *Comunicación, desarrollo y cambio social: Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Pontificia Universidad Javeriana,
https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/comunicacion_desarrollo_cambio_social2.pdf
- Observatorio de la Juventud Secretaría de la Juventud de Medellín. (2019). *Ficha Comuna 1 Popular*.
- Política Pública de Juventud - Acuerdo 019 de 2014 de Medellín, 1 (2014).
https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/Plan deDesarrollo_0_10/ProgramasyProyectos/Shared Content/Documentos/2015/Política_PúblicadeJuventud_Medellín.pdf
- Proyecto de Acuerdo Plan de Desarrollo. (2016).

https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/Plan deDesarrollo_0_17/Publicaciones/Shared Content/Documentos/2016/Proyecto de Acuerdo Plan de Desarrollo.pdf

Ordenanza 060 de 2013 de la Política Pública Departamental de Juventud de Antioquia, (2013).

http://www.asambleadeantioquia.gov.co/2016/index.php?option=com_jdownloads&task=download.send&id=247&catid=8&m=0&Itemid=794

Reguillo, R. (2003). Ciudadanías Juveniles En América Latina. *Última Decada*, 11(19), 11–30. <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v11n19/art02.pdf>

Rodríguez, C., Obregón, R., & Jair, V. (2002). *Estrategias de Comunicación para el Cambio Social*. Friedrich - Ebert - Stiftung Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación.

Secretaría de la Juventud. (2019). *Cadenas funcionales Secretaría de la Juventud*. Alcaldía de Medellín.

Secretaría de la juventud. (2019) Estrategia incidencia y comunicaciones Secretaría de la Juventud Alcaldía de Medellín

Vásquez, J. (2020). *Análisis del discurso adultocéntrico*. Antroposmoderno.

https://antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=1271