



BASES E INVITACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL RANKING 2026
DIRIGIDA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, COMUNITARIOS Y
CIUDADANOS
SEGUNDA VERSIÓN

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES

ALCALDÍA DE MEDELLIN
DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN
2026

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
ANTECEDENTES	3
1. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN	4
1.1. Objeto	4
1.1.2. Objetivos específicos	4
1.2. Quiénes pueden participar de esta invitación	4
1.3. Quiénes no pueden participar	4
1.4. Metodología	4
1.4.1. Criterios evaluables	5
1.4.1.1. Puntaje	8
1.4.2. Invitación formal	8
1.4.3. Recepción y revisión de material	9
1.4.4. Respuesta	9

PRESENTACIÓN

El ranking de medios se propone como acción estratégica para el fortalecimiento del modelo de sostenibilidad de los MAICC, en el marco del eje Gestión de lo Misional del plan estratégico de la política pública. Este mecanismo de ranking se define como un “*sistema de medición que pone en relación dos o más criterios, en donde el primer criterio tiene un valor más grande que el segundo y éste al tercero, permitiendo que dos o más elementos o criterios diferentes tengan la misma posición*” (Universidad EAFIT, 2017a, p.5, citado en Plan Estratégico 2021-2029 Política Pública de Procesos y Medios de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín, 2021). Además, establece la categorización básica para el acceso equitativo a recursos oficiales partiendo de criterios objetivos.

Este mecanismo permite clasificar la inversión publicitaria, identificar capacidades, temáticas, y alcances para orientar las campañas oficiales, de forma que cumplan con los propósitos antes citados, además de optimizar y cuidar los recursos estatales. En este sentido, los MAICC, cuya vocación es profundamente ciudadana y comunitaria, facilitan la inserción de la información en nichos específicos, permitiendo un mayor impacto.

ANTECEDENTES

La política pública de procesos de comunicación y medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, creada mediante el Decreto Municipal 2124 de 2019 establece, en su plan estratégico, la creación de un *ranking* para acceder a recursos estatales de publicidad oficial. Previo a la construcción de este mecanismo, se estructura el documento *Lineamientos orientadores para la clasificación de procesos y medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos –MAICC– para el acceso a recursos de publicidad oficial*¹. Dicho documento, publicado en 2022 y acogido mediante Resolución 202250129093 del mismo año, establece unos criterios iniciales para el acceso a los recursos oficiales para pauta.

¹ Disponible en: <https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2023/01/Lineamientos-orientadores-para-la-clasificacio%CC%81n-de-procesos-y-medios-de-comunicacio%CC%81n-alternativos.pdf>

Estos criterios, no obstante, obedecen a fases posteriores en la ruta de fortalecimiento MAICC y, si se quiere, a aspectos organizativos que no corresponden, en muchos casos, a las realidades actuales de la comunicación. Sin embargo, dicho documento con los criterios esenciales aporta los parámetros para el desarrollo de un nuevo ranking para 2026, teniendo en cuenta que se elaboró un primer instrumento en 2024.

1. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

1.1. Objeto

Crear un ranking actualizado para acceso de medios alternativos, comunitarios y ciudadanos -MAICC, que se encuentren caracterizados en el módulo MAICC de ARCO, a recursos estatales de publicidad oficial, a partir de aspectos concretos, que permitan evaluar las capacidades de los medios para acceder a la asignación de pauta oficial.

1.1.2. Objetivos específicos

Establecer las condiciones generales de participación, mediante un documento con criterios técnicos de elegibilidad y priorización para la asignación de recursos de publicidad institucional, conforme a principios de equidad, transparencia y función social de los MAICC.

Definir los criterios, puntajes, rangos, observaciones y evidencias para la elaboración del instrumento de ranking de medios comunitarios, alternativos y ciudadanos 2026, en el que se consignarán los resultados y evidencias.

1.2. Quiénes pueden participar de esta invitación

Los Medios de Comunicación alternativos, ciudadanos y comunitarios que estén asentados en Medellín y sus corregimientos, y desarrollen sus actividades, de acuerdo con el registro que hayan realizado en ARCO.

1.3. Quiénes no pueden participar

- Procesos y MAICC que no se encuentren caracterizadas en ARCO.
- Quienes se hallen incurso en las inhabilidades e incompatibilidades legalmente establecidas.

1.4. Metodología

La construcción del ranking constará de aspectos evaluables que garanticen una recepción amplia y equitativa, en aras de contar con la participación de los medios caracterizados en el aplicativo ARCO, Módulo MAICC, de la Secretaría de Comunicaciones.

En esta plataforma se encuentra consignada la información de los medios que cumplen las condiciones básicas para ser incluidos en el Directorio oficial MAICC de la Secretaría de Comunicaciones. Por tanto, la certificación en ARCO será el **criterio habilitante** para ser incluido en la evaluación.

1.4.1. Criterios evaluables

A continuación, se presentan los parámetros a revisar, sus puntajes y rangos y las evidencias que deberán entregar los medios interesados.

Propuesta de ubicación en el ranking según puntaje obtenido:

Matriz para ranking de medios comunitarios, alternativos y ciudadanos 2026		
Aspectos para evaluar	Puntaje máximo/ Rango de puntajes	Evidencias- cómo se entrega
<p>1</p> <p>Estrategias de movilización e interacción con audiencias</p> <p>Este ítem evalúa si el medio ha realizado actividades de comunicación para la movilización para interactuar con sus audiencias, entre julio de 2025 y abril de 2026: llamadas en vivo, activaciones en territorio, procesos formativos, dinámicas en redes sociales, convocatorias, comités editoriales, producción colaborativa de contenidos, entre otros.</p>	<p>Puntaje máximo: 25</p> <p>25 puntos: 3 o más actividades</p> <p>15 puntos: 2 actividades</p> <p>10 puntos: 1 actividad</p>	<p>Evidencias de ejecución de las actividades, su objetivo y resultados, con fotos de participantes o de la comunidad y/o público objetivo, publicaciones sobre la actividad, planillas de asistencia, evidencias de interacción en redes o canales, entre otros.</p>
<p>Observación:</p> <p>La interacción con audiencias corresponde a actividades de comunicación para la movilización en los territorios y/o interacción con sus públicos estratégicos, durante todo el período a evaluar.</p>		
<p>2</p> <p>Impacto del medio</p> <p>Este ítem evalúa el impacto del medio en relación con sus audiencias:</p>	<p>Puntaje máximo: 35</p> <ul style="list-style-type: none"> Radio: 	<p>Radio digital: reportes arrojados por las plataformas de transmisión donde está alojada la emisora.</p>

número de lectores, oyentes, televidentes, o visitas al medio.

35 puntos: 3.000 oyentes o más
25 puntos: Entre 1.000 y 2.999 oyentes
15 puntos: Menos de 1.000 oyentes

- **Televisión análoga:**

35 puntos: Más de 2.000 suscriptores
25 puntos: Entre 500 y 1.999 suscriptores
15 puntos: Menos de 500 suscriptores

- **Impresos *Para participar debe haber impreso como mínimo una edición en el periodo a evaluar.**

35 puntos: 3.000 ejemplares o más
25 puntos: Entre 1.000 y 2.999 ejemplares
15 puntos: Entre 500 y 999 ejemplares

- **Digital (sitios web, blog, canales)**

35 puntos: Más de 6.000 visitas, visualizaciones o reproducciones (según aplique) en el período a evaluar.
25 puntos: Entre 4.000 y 5.999 visitas, visualizaciones o reproducciones (según aplique) en el período evaluar.
15 puntos: Entre 2000 y 3.999 visitas, visualizaciones o reproducciones (según aplique) en el período a evaluar.

Radio análoga: certificados de audiencia.

TV análoga: Certificado de número de suscriptores

Impresos: Informes de distribución con el PDF de portada del medio, con evidencias como correos certificados, planillas de entrega, remisiones de la impresión del medio, entre otros.

Digitales: métricas de la plataforma o sitio web, o métricas de Google Analytics

Observación:

Radio digital: el promedio de oyentes mensual equivale a la sumatoria de los oyentes de cada mes y se divide por 6.

Digital (sitios web, blog, canales): se hace la sumatoria de visitas, visualizaciones o reproducciones (según aplique) durante el período a evaluar y se califica según el rango en el que esté el valor total.

3	<p>Redes sociales de apoyo al medio</p> <p>Este ítem evalúa las redes sociales digitales para reforzar la difusión de sus contenidos: Facebook, X, YouTube, Instagram, Tiktok, envíos masivos, entre otros.</p>	<p>Puntaje máximo: 20</p> <p>20 puntos: Más de 5.001 seguidores totales. 15 puntos: Entre 1001 y 5.000 seguidores totales. 10 puntos: Entre 900 y 1.000 seguidores totales.</p>	<p>Métricas arrojadas por las plataformas de cada una de las redes sociales que aporta.</p>
	<p>Observación:</p> <p>Se suman todos los seguidores o suscriptores de las redes sociales del medio para totalizar, durante el período a evaluar.</p>		
4	<p>Trayectoria del medio</p> <p>Este ítem evalúa el tiempo y gestión en su labor comunicacional y periodística del medio de comunicación alternativo, independiente, comunitario y ciudadano.</p>	<p>Puntaje máximo: 15</p> <p>15 puntos: 5 años o más 10 puntos: entre 2 y 4 años 5 puntos: 1 año (es el tiempo mínimo de creación o actividad continua)</p>	<p>Personas naturales: declaración juramentada de la trayectoria incluyendo la fecha de inicio de labores, firmada por el director del medio.</p> <p>Personas jurídicas: declaración juramentada de la trayectoria, incluyendo la fecha de inicio de labores, firmada por el director del medio, y certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o entidad competente según su naturaleza jurídica.</p>
	<p>Observación:</p> <p>Se contrastará con la información registrada en el aplicativo ARCO módulo MAICC.</p>		

5	<p>Propuesta comercial y valor agregado</p> <p>Este ítem evalúa si la estrategia comercial presentada por el medio ofrece valor agregado en relación con el número de personas a las que les puedan llegar los contenidos a pautar, la frecuencia en la emisión de estos, canales por los que se circulen o se emitan, entre otros.</p>	<p>Puntaje máximo: 5</p> <p>5 puntos: si la propuesta ofrece un valor agregado. El valor agregado deberá corresponder a un formato de pauta el cual al ser valorizado corresponde al 15% o más del paquete que adquiera la Alcaldía de Medellín.</p>	<p>Presentación con valores unitarios de pauta. Radio: Valor cuña y mención: 10 seg., 20 seg., 30 seg. y 60 seg.</p> <p>Medio digital: valor por día banner y por mes, valor unitario por publicación de post o historia en red social Impreso: valor por avisos de diferentes medidas</p> <p>Televisión: valor promo: 10 seg., 20 seg., 30 seg. y 60 seg. Se solicita que cada medio ofrezca paquetes por valores de \$1.000.000, \$2.000.000, \$3.000.000 millones y el valor agregado ofrecido para cada paquete de pauta.</p> <p>EN SU TARIFARIO LOS MEDIOS PODRÁN OFRECER OTROS FORMATOS DE PAUTA.</p>
	<p>Observación:</p> <p>Los precios que ofrezca el medio para los diferentes formatos de pauta deberán estar acordes a la oferta de mercado.</p>		
Puntaje total		100	

1.4.1.1. Puntaje

De acuerdo con la puntuación obtenida, los medios podrán ubicarse en cuatro rangos de puntaje, así:

Posición	Puntaje
Superior	De 91 a 100 puntos
Alto	De 76 a 90 puntos
Medio	De 61 a 75 puntos
Bajo	De 45 a 60 puntos
	Menos de 45 puntos no cumple criterios mínimos para la contratación de pauta institucional.

1.4.2. Invitación formal

A través del micrositio web del equipo de Movilización se publicarán las bases e invitación para participar en la conformación del ranking de MACC 2026.

1.4.3. Recepción y revisión de material

Las evidencias serán recopiladas por la Secretaría de Comunicaciones, garantizando su alineación con los parámetros de la política pública.

Todo el material deberá enviarse vía formulario, facilitando la carga de documentos.

1.4.4. Respuesta

Una vez publicado el ranking se enviará retroalimentación al medio, al correo suministrado durante la inscripción.

Los medios ingresarán al ranking siempre y cuando cumplan cabalmente los criterios, y las fechas definidas por la Secretaría de Comunicaciones, lo que se determinará luego del proceso de revisión de los documentos habilitantes y las evidencias proporcionadas por cada medio que se postule.

1.4.5. Cronograma

Si bien este instrumento podrá ser implementado en distintos momentos, se elaborará una primera herramienta de ranking luego de surtido el proceso en las fechas siguientes:

Actividad	Fecha	Observación
Publicación de las bases e invitación a los medios alternativos, comunitarios y ciudadanos para conformar el ranking MAICC 2026	25 de mayo de 2026	Términos de referencia en: https://www.medellin.gov.co/es/secretaria-de-comunicaciones/comunicacion-para-la-movilizacion/
Carga de documentación al formulario dispuesto	Del 25 de mayo al 05 de junio de 2026	Publicación en el sitio de la convocatoria www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion
Publicación del informe de verificación de evidencias (medios que deben subsanar)	16 de junio de 2026	Publicación en el sitio de la convocatoria www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion

Subsanación de documentación	Del 16 al 22 de junio 2026	La subsanación de documentos y observaciones se deben remitir al correo electrónico habilitado para ello: movilizacion.comunicacion@medellin.gov.co
Publicación de resultados del ranking	30 de junio de 2026	www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion

Nota 1: el ingreso al ranking de MAICC no es vinculante para la Secretaría de Comunicaciones y, por tanto, no garantiza el acceso a recursos de forma permanente. La pauta dependerá de las campañas, contenidos, enfoques y capacidades.

Nota 2: aunque la categorización será realizada por la Secretaría de Comunicaciones, la contratación se efectuará a través de un operador que, acorde a la Ley y a su manual de contratación, solicitará los documentos pertinentes.

Nota 3: la Secretaría de Comunicaciones podrá reabrir la invitación para ingreso al ranking, considerando las necesidades de difusión de publicidad oficial y las especificaciones esenciales del contrato que se suscriba en materia de planes de medios. Los resultados de esta convocatoria aplicarán para la asignación de pauta, hasta una eventual reapertura de la invitación.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES
DISTRITO DE MEDELLÍN