



DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

REVE- LADOS

Colectivo creativo que genera
diálogo e interacciones entre las
personas y su entorno próximo.

Tesis presentada a la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de
Chile para optar al título de diseñador

María José Díaz Ríos
Profesor guía: Patricia Manns
Julio 2016 - Santiago, Chile



DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

REVE- LADOS

Colectivo creativo que genera diálogo e interacciones entre las personas y su entorno próximo.

Tesis presentada a la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de
Chile para optar al título de diseñador

María José Díaz Ríos
Profesor guía: Patricia Manns
Julio 2016 - Santiago, Chile

A mi familia, amigos y a los que sin saberlo, inspiraron este proyecto, xo.

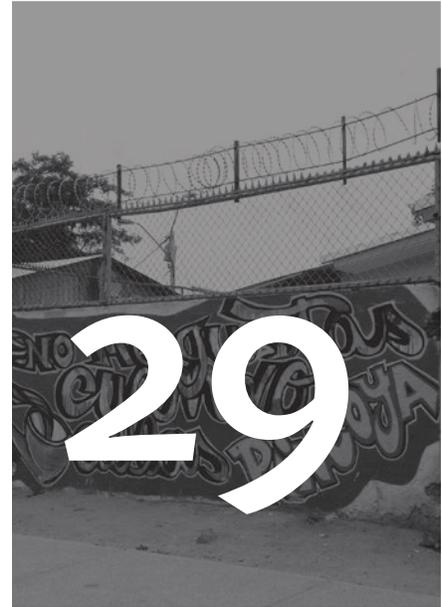
ÍNDICE

- 009 Introducción
- 011 Marco Teórico
- 029 Investigación en terreno
- 053 Proyecto
- 063 Desarrollo conceptual
- 079 Desarrollo de la propuesta
- 123 Validación
- 133 Conclusiones
- 137 Bibliografía
- 139 Anexos



MARCO TEÓRICO

Trabajo en red
Poder local
Compromiso comunitario



INVESTIGACIÓN EN TERRENO

Estudio de caso: La Pincoya
Conclusiones
Síntesis



PROYECTO

Oportunidad de diseño
Formulación y objetivos
Contexto y destinatario
Antecedentes
Referentes



DESARROLLO

Proceso de creación y desarrollo
Colectivo Revelados
Perfil colectivo
Identidad visual

El barrio habla
El barrio habla en Cerro 18
Metodología aplicada
Conclusiones



VALIDACIÓN

Estado actual
Estrategias de difusión
Diseño plataformas digitales
Financiamiento
Modelo de negocios

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han sido el soporte principal de las relaciones humanas y el desarrollo comunitario, ayudado en la estructuración y orden de sus comportamientos y facilitando el trabajo y la acción colectiva. Asimismo, las redes, en su infinita variedad de forma, permiten generar análisis de las sociedades y contextos en las que éstas están insertas, comprendiendo y sobre todo reflejando, las realidades de los miembros, además de su historia local y propia. De esta forma, facilitan la identificación de necesidades y problemáticas comunes, y por tanto, la conformación de organizaciones que se movilizan en pos de éstas.

Tomando estas características de la comunidad, nace Revelados, un colectivo que busca descubrir y luego comunicar distintas visiones de la realidad en la que se vive según cada contexto, con el objetivo de reflejar ideas y pensamientos que se van gestando en los distintos escenarios sociales.

El principal problema que se encontró, luego de la investigación en terreno, fue la falta de escucha a los miembros de las comunidades para la creación de proyectos que se generen en función de resolver necesidades y problemáticas. A esto se suma la ausencia de espacios, en este contexto, para que los mismos miembros se consideren agentes de cambios, propongan y organicen proyectos tangibles para mejorar lo que ellos consideran que su contexto social necesita. Ese vacío afecta a la falta de participación como herramienta de expresión para los miembros de las comunidades, y por lo tanto, ocasiona una carencia de empoderamiento en algunos sectores.

Su objetivo no es proponer soluciones a las comunidades, sino explotar la información colectiva que existe pero que no ha sido revelada, trabajarla y hacerla digerible para el espectador, generando impactos y esperando un cambio interno en ellos, incentivándolos así a trabajar de forma colectiva por las situaciones que afectan a todos.

Por otro lado, el siguiente proyecto nace de la inquietud de poner el diseño al servicio del otro, por lo tanto responde, por un lado, al interés personal de la autora por la aplicación de una metodología de diseño capaz de involucrar todas las aristas que un proyecto necesita para llegar a un diseño final, y por otro, para que este diseño permita ser un aporte en la construcción de sociedades más empoderadas.

Cabe destacar que, hace un tiempo, la noción de diseño ya no es comprendida únicamente por su resultado formal –a lo que se le suele atribuir la importancia de lo estético–, sino que su definición se ha ampliado y se presenta como el proceso que involucra todos los pasos previos para llegar al diseño final, el que puede corresponder desde un objeto hasta una experiencia. La importancia radica en el análisis e interpretaciones de los comportamientos humanos respecto un determinado tema, en el que se buscan problemáticas u oportunidades de diseño que pueden ser tratadas desde el punto de vista de esta disciplina.

En base a ésta, se realiza este proyecto poniendo énfasis en el proceso de diseño, aplicando su metodología de observación, encontrando oportunidades y diseñando en base al usuario. A esto se suma la capacidad que tiene el diseño de entregar herramientas para poder realizar análisis y proponer una perspectiva diferente al estudio de las relaciones humanas, poniendo en valor el aporte que cada persona puede hacer a su comunidad y por lo tanto a la construcción de ésta, desde sus propias vidas, identidades y capacidades. Al mismo tiempo, ayuda a la creación de instancias participativas, en las que se logra reconocer éste aporte y transformándolo en material útil y necesario para comprender la realidad social de las personas.

El proyecto se presenta como un desafío para demostrar que el diseño, y los ámbitos creativos en general, deben realizarse en colaboración con las personas para comprender sus verdaderas necesidades y buscar soluciones en conjunto. En este sentido, el diseño puede aportar con herramientas para descubrir estas necesidades y con espacios de participación para que sean ellos quienes se den cuenta de las posibles soluciones. Es decir, el diseño no sólo debe trabajar en el producto final, sino que debe tomar en cuenta todo su proceso.

MARCO

TEÓRICO



1. TRABAJO EN RED

1.1 Redes sociales

Hoy en día, al pensar en el concepto de “red social”, automáticamente se asocia a las plataformas digitales que se han creado en el último tiempo, como Facebook, Twitter, Instagram, por nombrar algunos. Sin embargo, este término tiene su origen en las comunidades y las relaciones que existen entre ellas.

Es inherente a la naturaleza humana el hecho de ser seres sociales, a lo largo de toda la historia éstos se han organizado en comunidades, las han formado y ellas los han formado a ellos. Al igual que los seres humanos, y por estar compuestas por estos, estas agrupaciones son en extremo complejas y difíciles de analizar, pero el estudio de las redes sociales que se realiza al interior de una comunidad puede ayudar a un mejor entendimiento sobre como estas comprenden el mundo (Giuffrè, 2013). Es por esto que, conociendo mejor la forma en que se estructura y organiza cada red, es que se logran comprender mejor los comportamientos de las personas.

1.2 La construcción de la red¹

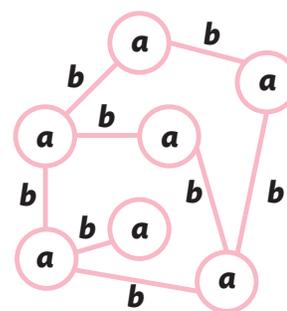
Según lo que propone Maritza Montero (2003) “la red es no sólo un objeto que ha acompañado a la humanidad en el mar y la tierra, sino también una forma de organización social en el cual se produce el intercambio continuo de ideas, servicios, objetos, modos de hacer” (p.173). Es decir, la red social representa la manera en que las personas se relacionan.

La misma autora sostiene que ésta estructura es “la expresión más evidente de las relaciones sociales que construimos y en las que somos” (p.177), en las cuales las personas y la sociedad “encuentran apoyo y refugio además de recursos” (p.174).

a) Concepción tradicional

El concepto desde sus orígenes, es concebido como la vinculación de dos o más actores a través de una interacción o actividad en la que participan. Es decir, una red social se construye a través de “vínculos que llegan o parten directamente del sujeto” (Santos, 1997, p.15). Estos vínculos o conexiones que relacionan a los sujetos (grupos o personas) sirven de hilo conductor representando el objeto o intención común de tales conexiones. Dentro de esta estructura podemos encontrar desde relaciones familiares hasta movimientos sociales (Montero, 2003).

¹ La etimología de la palabra red viene del latín rete, retis que significa “malla de hilo para pescar”. Según la RAE 1.f. Aparejo hecho con hilos, cuerdas o alambres trabados en forma de mallas, y convenientemente dispuesto para pescar, cazar, cercar, sujetar, etc.



a= actor
b= interacción



b) Nueva concepción

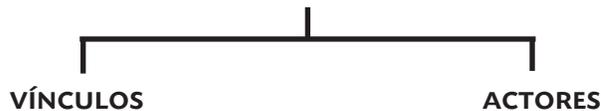
En los últimos años, algunos autores han reinterpretado esta estructura de red dejando en segundo plano a los actores, otorgándole mayor importancia a la interacción, más que de quien ésta proviene. Como argumenta Latour (2008) lo más importante para generar una red, son las interacciones entre los sujetos. Es la relación que se da la que mantiene la red, no la persona que ejecuta la acción (Hermansen & Duran, 2012).

De acuerdo a esta interpretación, se debe destacar que la red social, al estar conformada por los comportamiento de los actores está sujeta a las características que estos tienen, es decir, son inestables e ilimitadas, por lo que la representación gráfica de este nuevo planteamiento jamás podrá mostrar una red como tal.



En conclusión se puede decir que las redes sociales son estructuras que a través de su análisis ayudan a reconocer y conocer los vínculos e interacciones que suceden en determinados escenarios, por lo mismo, el comprender el funcionamiento de una red, entregará una perspectiva distintas a si solo se toma en cuenta los actores y las acciones por separado.

RED SOCIAL



Interacciones o relaciones que suceden en la red y que vinculan a los actores. Éstas pueden ser casi cualquier cosa, pueden ocurrir ocasionalmente, simultáneamente, permanentemente, lo importante es que ocurran ya que éstas son la unidad básica para que se constituya una red, de lo contrario se tendrían a actores aislados incapaces de relacionarlos entre sí, las interacciones son los nodos en el sociograma. Según plantean los mismos autores, la interpretación de una red social no se debe basar en la cantidad de actores asociados en la red, sino en “la densidad y del curso impredecible de las interacciones que la componen [...], de la complejidad e intensidad de la trama que crean sus interacciones” (p.70)

Encargados de que las relaciones se generen para que la red exista. Representan las líneas en el sociograma y pueden ser cualquier entidad social que sea capaz de relacionarse con otros: tanto personas individuales, como grupos familiares, grupos de organizaciones civiles, corporaciones o incluso naciones (Hermansen & Duran, 2012).
“Los actores pueden ser mucho más que personas compartiendo amistad medida mediante sitios de redes sociales como Facebook” (Guiffre, 2013, p.1).

1.3 Redes comunitarias

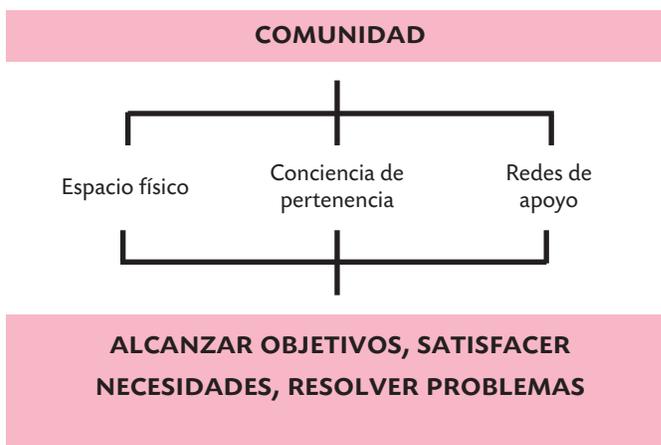
Es posible encontrar redes sociales en diferentes campos, contextos y áreas. En el campo comunitario encontramos las redes comunitarias, aquellas que se originan y actúan dentro de la comunidad, creando relaciones y actuaciones con un fin común.

1.3.1 Comunidad

Agrupación o conjunto de personas que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o de identificación con algún símbolo local y que interactúan entre sí más intensamente que en otro contexto, operando en redes de comunicación, intereses y apoyo mutuo, con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades, resolver problemas o desempeñar funciones sociales relevantes a nivel local (1998, p.33-34).

De esta definición se puede destacar tres conceptos claves que definen a la comunidad:

A) Espacio físico: la comunidad es un tipo de organización social compuesta por diversos miembros, en el que el espacio físico es el vínculo que los une. Es en este espacio donde los actores se vuelven activos en la medida en que realizan interacciones que se circunscriben al lugar físico donde se desenvuelven.



B) Realidades heterogéneas: Ander-Egg presenta a las agrupaciones como realidades heterogéneas, ya que encuentran distintas formas de diferenciarse tales como edades, sexo, niveles de ingreso, tipo de actividad a la que se dedican, clases socioeconómicas, entre otras, y no pueden ser definidas como un "todo". En consecuencia, se da en su interior la existencia de diferentes intereses, dentro de los cuales también hay algunos que son opuestos. De esta forma, los miembros enfrentan sus problemas u objetivos de forma más íntegra y completa, ya que en su interior se promueve la divergencia de opiniones e intereses. "Por estas razones, es fundamental excluir esa concepción de la comunidad como "un todo único"; es una idea romántica e irrealista, por otra parte infecunda para llevar a cabo cualquier programa de acción capaz de asegurar un mínimo de resultados" (p.32).

C) Acción: el autor indica que las distintas acciones pueden realizarse en el ámbito de las actividades económicas, en la utilidad de equipamiento y servicios comunes, en la participación social en diferentes organizaciones y en el apoyo mutuo (Ander-Egg, 1998), es decir, existen variadas formas y ámbitos de actuar para alcanzar los objetivos y satisfacer las necesidades que se presentan dentro del grupo de personas que lo conforman. De esta forma, se van generando distintas agrupaciones en las que los miembros se organizan según un punto en común que les permite trabajar juntos por los objetivos comunes que se les presentan.

1.3.2 Redes comunitarias

Entramado de relaciones que mantienen un flujo y reflujo constante de información y mediaciones organizadas y establecidas en pro de un fin común: el desarrollo, fortalecimiento y alcance de metas específicas de una comunidad en un contexto particular. (Montero, 2003, p.182)

A esto, Torres (2006) añade el concepto de construcción de “proyectos y utopías compartidas” (p.3), con lo que reafirma que no basta con estar unidos, sino que es necesario ser capaces de tomar una participación activa y el primer paso es identificar los anhelos compartidos.

Montero (2003), asevera que cada red es particular. Respetando los principios planteados por Anger-Egg sobre la necesidad de un espacio físico, la heterogeneidad de actores y la capacidad de actuar, hacen que al unirlos se generen estructuras de red y funcionamientos únicos. Por tanto, “es necesario tener siempre presente la singularidad de cada red comunitaria, a fin de establecer con mayor precisión sus procesos, estrategias, vínculos y características en su funcionamiento comunitario” (p.197).

Por otro lado Marichioni (1989) señala la importancia del ritmo de cada red. Cada comunidad tiene su propio escenario, dentro del cual deben actuar considerando factores como: contexto, momento, características de la

comunidad, estilo de trabajo comunitario y a la historia de los actores (Montero, 2003), donde las relaciones sociales comienzan a asumir características y peculiaridades, acentuando aspectos diversos y distintos unos de otros.

De esta forma, las acciones e interacciones se vuelven el punto de partida para comprender el comportamiento y organización de las personas en escenarios sociales concretos, ya que cada contexto es único y presenta un pasado que explica la manera en la que se desarrolló cada comunidad y por lo tanto, cada red comunitaria. Para esto, Firth (2010) escribe sobre como las acciones generan una narración relato que permite construir, observar y elaborar el contexto en el que suceden, sin separar la manera en que los actores las ejecutan y organizan. Por esto, las acciones de las personas en las redes comunitarias deben ser medidas según el contexto en el que son realizadas.

Por lo tanto, para conocer y entender a una red, es necesario conocer la comunidad desde adentro, es decir, entender los actores e interacciones que suceden en su contexto particular, ya que representan la estructura de cada red. Así, los “escenarios sociales concretos, identidades y actividades se vuelven reconocibles y significativos” (Firth, 2010, p.609).

Esto quiere decir que se puede comprender la identidad, historia, comportamientos, entre otras, al evidenciar la presencia y la estructura

de la red y así entender la particularidad de cada una. Respecto a esto, se puede decir que la red se convierte en un reflejo de la dinámica cotidiana de la comunidad (Montero, 2003).

Por otro lado, Montero (2003) declara que las redes comunitarias poseen “modos de relación en red que favorecen los procesos de organización” (p.179), y por lo mismo, dan pie al desarrollo de organizaciones comunitarias, sin embargo señala que muchas veces los miembros de una comunidad no son conscientes de esta capacidad de trabajo en red. En este sentido, las redes comunitarias “constituyen una fuente de recursos de participación y de compromiso de gran importancia tanto para la comunidad como para la construcción de la sociedad civil” (p.198), ya que gracias a la organización que logran generar, y por tanto la participación, se puede fortalecer “el poder local y ciudadano” (p.198). Así, el trabajo en redes se apodera de un rol activo en relación a los procesos de organización y desarrollo comunal.



Figura 7. Algunas de las características de las redes comunitarias según Montero (2003, p.182-187).

PLURALIDAD Y DIVERSIDAD DE MIEMBROS.

Grupos, personas u organizaciones provenientes de diferentes sectores de la comunidad o de otras localidades.

CONSTRUCCIÓN COLECTIVA.

Los productos dentro de ellas, son resultados de una transmisión e intercambio de experiencias y conocimientos entre los miembros de la red.

INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS, INFORMACIONES Y SERVICIOS.

Todos los miembros de la red son necesarios e importantes para la acción u toma de decisiones, más no indispensables para su funcionamiento.

DEMOCRATIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS Y PODER COMPARTIRLOS.

La riqueza de la red está dada por la cantidad de recursos, informaciones y servicios con que se cuenta para el desarrollo de las acciones.

INTERDEPENDENCIA DE LOS MIEMBROS.

Los participantes ponen sus recursos internos al servicio propio y de los demás, a la vez que se enriquecen con los ofrecidos por los otros.



1.3.3 Organizaciones comunitarias

La organización comunitaria refiere al proceso que desarrolla un grupo de personas involucradas en el trabajo con una comunidad, para distribuirse las actividades, delegar las responsabilidades, comprometerse con las normas del grupo y sistematizar de alguna manera los datos y las informaciones producidos en la tarea, a fin de lograr metas de interés para la comunidad que conduzcan a una mejor calidad de vida. (Montero, 2003, p.180)

Cuando la participación dentro de una red comunitaria se define, la creación de agrupaciones se hace indispensable para concretar las ideas e intenciones que surgen en las comunidades, por eso nacen las organizaciones comunitarias que actúan a través de acciones colectivas. Torres (2006) añade que las personas que forman parte de una éstas “se asocian para ganar mayor capacidad de solución a sus necesidades [...] y de impulso de iniciativas propias” (p.4).

Según el mismo autor dentro de los principales aportes que se obtienen de las organizaciones comunitarias gracias a su agrupación y movilización, es el enriquecimiento del tejido social local, a través de la capacidad que tienen para articular otros procesos organizativos, la posibilidad de crear espacios para encontrar nuevos vínculos personales y establecer redes de intercambio y afecto entre quienes participan. Además de “mejorar la calidad de vida de los barrios y de la gente”(p.16), y ampliar la participación comunitaria en los procesos locales.

Este mismo autor, plantea que “la “verdadera solución” es la acción organizada de la población para afrontar sus necesidades y constituirse como el sujeto de cambio” (p.11), es decir, a través de acciones concretas y proyectos que se ejecutan a través de las organizaciones. Para esto,

es necesario que los pobladores se den cuenta de sus capacidades para definir necesidades y “reelaborarlas como demandas y derechos, [...] para configurar nuevas identidades colectivas” (p.8), que los harán movilizarse en conjunto.

En su origen, estas organizaciones correspondían a las tradicionales juntas de vecinos, pero luego fueron surgiendo “asociaciones impulsadas por activistas provenientes del mundo eclesial, cultural y universitarios de izquierda, y por nuevos actores sociales de los barrios” (Torres, 2006, p.5), que no se sentían representados por éstas. Esto significó la creación de nuevas agrupaciones comunitarias, que buscaban una mayor participación por parte de los ciudadanos en todos los ámbitos, desde políticos hasta sociales, y una mejor representación, es decir, que se pudieran sentir identificados con los propósitos de las organizaciones (Montero, 2003).

Para concluir, Poggiese (1986) plantea que las agrupaciones que son capaces de dinamizar el contexto en el que surgen podrán generar un modelo que se adapte a la “complejidad de actores e intereses de la problemática urbana [...] y se extienda a la participación buscando la agregación de heterogeneidad social” (p.122). Es decir, aquellas organizaciones que logran generar un espacio en el que se relacionen sus miembros podrán llevar esas interacciones a nivel social, logrando hacer cambios desde adentro hacia fuera, gracias a la participación. De esta forma, “la concientización, la organización y la movilización de la población es asumida como finalidad de las organizaciones; por lo que mejorar sus condiciones de vida y “asumir su papel histórico””(Torres, 2006, p.11), para esto se debe ser consiente de los problemas y de la necesidad de su transformación.





Luego de comprender los distintos niveles de acción que se generan a partir de las redes sociales, se crea una idea más clara acerca de los comportamientos de las personas cuando trabajan en red. Es decir, se reconoce la motivación principal que las hacen, primero, juntarse en un lugar físico; segundo, definir un fin común; y tercero, movilizarse por este fin. Se le llama "motivación general", ya que la real motivación debe ser identificada luego del análisis de cada comunidad, red comunitaria u organización comunitaria.

1. COMUNIDAD

**2. REDES
COMUNITARIAS**

**3. ORGANIZACIONES
COMUNITARIAS**

En conclusión se puede decir que las redes sociales son estructuras que a través de su análisis ayudan a reconocer y conocer los vínculos e interacciones que suceden en determinados escenarios, por lo mismo, el comprender el funcionamiento de una red, entregará una perspectiva distinta a si solo se toma en cuenta los actores y las acciones por separado.

La importancia del contexto físico sobre el tipo de relaciones que suceden en ellas, no es solo por ser el lugar físico donde ocurren las interacciones, sino por el valor que tiene cada territorio respecto a su historia, identidad, entre otras, que lo hace único. De esta forma el territorio en el que se encuentra cada comunidad, se convierte en un ente con carácter propio que se construye por las acciones de sus habitantes, pero al mismo tiempo estas acciones reflejan el carácter del territorio generándose una relación de dependencia. Como plantea Marchioni, "el territorio dejar de ser entidad urbanística [...] el territorio llega a ser realidad viva" (1989, p.71)

Para indagar más profundo en la realidad de las personas, se debe comprender las problemáticas a partir de dos puntos fundamentales: primero, desde el contexto específico en las que suceden. No se debe pasar por alto a la importancia del territorio en la que se encuentran, ya que, como se dijo, éste se vuelve reflejo de las narraciones que los actores construyen al interactuar entre ellos. Y segundo, desde el relato mismo que las personas consideran a partir de sus experiencias e identidades, lo que ayuda a comprender las realidades sociales desde la esencia de lo social, que son las personas.

Por otro lado, con el objetivo de promover y difundir la creación de vínculos y por lo tanto de redes, se debe poner énfasis en el potencial que tienen las organizaciones para generar cambios sociales.

2. PODER LOCAL

2.1 Participación ciudadana

Una vez identificada la comunidad como el contexto en el que ocurren las movilizaciones colectivas para llegar al fin común, la participación ciudadana se vuelve un rol importante y fundamental que permite que la toma de decisiones sea de forma democrática, y al mismo tiempo representativa con todos los miembros de una red. Es por esto que Bazzaco y Sepúlveda definen a los espacios físicos delimitados, como por ejemplo el barrio, como un “foco de la participación activa” (2010, p.31).

Para entender mejor el concepto de participación ciudadana Bazzaco y Sepúlveda (2010) sintetizan algunos aspectos que plantea Obando (2003) sobre las características de este concepto en relación al espacio urbano.

- Un medio para la construcción de identidades y visiones de desarrollo de cada grupo social, que permite a cada actor negociar sus propias estrategias y significados;
- Un proceso que forma sujetos políticos y fortalecimiento del sentido de la dimensión pública, en donde los actores que intervienen vuelven visibles sus intereses y toman decisiones;
- Una estrategia para la construcción de territorio y de identidades territoriales y para la superación de los conflictos sociales y políticos;
- Un proceso que contribuye a la gestión democrática del desarrollo, produciendo políticas locales que garantizan el bienestar común de los ciudadanos y su sustentabilidad en el tiempo;
- Un insumo técnico que brinda información valiosa mejorando la calidad e impacto de los proyectos;
- Un modelo de gestión que aumenta los siempre escasos recursos de los gobiernos locales y facilita su adecuada focalización.



En resumen, la participación ciudadana se transforma en un herramienta en la que los miembros de un país, ciudad, barrio, o cualquier tipo de comunidad, vuelven visibles sus intereses y toman decisiones respecto a los problemas y conflictos que los identifican en común. Al mismo tiempo, crea significados y estrategias comunes dentro de ésta comunidad, construyendo identidades compartidas. Todo esto con el propósito de garantizar el bienestar común y mejorar su calidad de vida.

Por lo tanto, la importancia de la participación radica en el ser conscientes de las situaciones en que viven para encontrar e identificar necesidades para luego modificarla y generar cambios. Para esto Marchioni (1989) plantea que “nunca se podrá hacer un verdadero cambio si no es a través de la plena participación de las personas interesadas” (p.56), por lo tanto le adjudica a los miembros de las comunidades, el rol de generar estos cambios y no terceros que vengan desde afuera. A esto, Rodríguez (1994) añade la importancia de hacerse cargo de sus problemas concretos y definiendo que así “los individuos recuperarían la capacidad de decidir cómo resuelven sus vida y sus problemas (la capacidad de ser “sujetos”), sin tener que delegar en el Estado para que éste le imponga la solución”(p.215).

Por lo mismo, gracias a la participación, los miembros comienzan a desarrollar un “papel de actores “proponentes”, de tomadores de decisiones, de fiscalizadores” (Bazzaco & Sepúlveda, 2010, p.32), entre otros, y así las personas comienzan a tener conciencia de su capacidad para generar cambios y que ése cambio nace de ellos mismos a través de la acción unida (Marchioni, 1989).



² Algunos tópicos de interés que convergen todos en la esencia de la Psicología Comunitaria: el sujeto como actor y responsable de sus propia conducta, como participante activo y como creador de ambientes que mejoren su calidad de vida y su bienestar. (Buelga, p.157)

2.2 Empoderamiento ciudadano

Por otro lado, se encuentra el empoderamiento ciudadano. La palabra “empoderamiento” es una traducción literal de “empowerment”, sin embargo, esta traducción no se considera una significación completa de lo que representa realmente el concepto, por lo que se suele utilizar en inglés. “Potenciación” o “fortalecimiento” son otras traducciones al español que se utilizan dependiendo de el contexto. (Buelga, 2007).

El empowerment es un modelo propuesto por Julián Rappaport, especialista en psicología comunitaria², que “pretende mejorar el bienestar y calidad de vida con la potenciación de recursos individuales, grupales y comunitarios” (Sofía, p.155), teniendo en cuenta que estos recursos pueden crear nuevos escenarios donde las personas tienen mayor control de sus vidas.

Bazzaco y Sepúlveda, también definen este concepto como “el proceso mediante el cual las personas fortalecen sus capacidades, confianza, visión y protagonismo, de manera individual y como grupo social, para impulsar cambios positivos de las situaciones que viven” (2010, p.37). Esto quiere decir, que el empoderamiento, tanto individual como grupo social, es una consecuencia de otros actos que permiten a las personas obtener beneficios y a la vez, con estos beneficios, mejorar la calidad de vida que tienen a través de cambio positivos.

Rappaport, expone tres componentes básico de este concepto: la ciencia social, la acción política y el desarrollo de recurso. El primer componente se refiere a la ciencia social y al método científico como herramientas que garantizan un correcto conocimiento de la realidad social, de esta forma, se puede conocer de mejor manera los problemas sociales que tienen la personas en el ámbito de la distribución de recursos materiales y psicológicos, y por lo tanto, se pueden plantear soluciones pertinentes al contexto. Por otro lado, es necesaria la acción política, para poder resolver estos problemas, ya que ésta genera las condiciones propicias para poder actuar en los entornos sociales, sobre todo en las poblaciones más marginadas que necesitan de más apoyo y potenciación o desarrollo de recursos. Este desarrollo de recursos permite a las personas “satisfacer sus necesidades más básicas y fomentar de este modo, el cambio social al generarse nuevas formas de comprender y situarse a la realidad” (Buelga, 2007, p.156).



EMPODERAMIENTO



IMPULSAR CAMBIOS POSITIVOS PARA MEJORAR EL BIEN ESTAR Y LA CALIDAD DE VIDA

Por esto, es que la participación se vuelve tan importante a la hora de comprender una sociedad, ya que gracias a ésta, las personas o grupos organizados puede evidenciar lo que los aqueja, tanto individualmente como colectivamente, y así plantear nuevas ideas para lograr un cambio desde sus realidades.

Por otro lado, Bazzaco y Sepúlveda (2010), plantean que las organizaciones comunitarias tienen el potencial para promover y entregar a los vecinos oportunidades en las que puedan “ejercer control de sus vidas y su entorno más directo, el barrio o la colonia” (p.38). Por lo mismo, estas organizaciones son consideradas como “empoderadoras” ya que debido a su estructura interna –participativa, democrática, abierta, etc.– “sirven como contextos para desarrollar empoderamiento individual” (p.38).

Si se contrasta lo que propone Rappaport con Bazzaco y Sepúlveda, el primero dice que para crear empoderamiento, se debe conocer el entorno social para luego entregarle herramientas que los ayuden a desarrollar sus propios recursos; mientras que los otros autores plantean que las organizaciones son contextos adecuados que pueden entregar estas herramientas ya que por su funcionamiento ya comprenden a los habitantes que reúnen, sus problemas y necesidades, por lo tanto son capaces de crear las condiciones para que las personas se empoderen individualmente.



Gracias a la participación ciudadana, se puede llegar a una mejor representatividad de las problemáticas y por lo tanto una correcta movilización y desarrollo de proyectos comunitarios. Al mismo tiempo que, se hace posible la integración de todos los miembros en las iniciativas que se desarrollan. Se vuelve una herramienta indispensable para indagar en las realidades de las personas, para así conocer su estructura, pensamientos, opiniones, entre otros, ayudando a la recopilación de información representativa y relevante desde la perspectiva y visión propia de las personas.

Por otro lado, al entregar herramientas a la comunidad para el desarrollo de sus metas, propósitos, resolución de problemas y satisfacción de necesidades, se comienzan a generar comunidades más empoderadas. Lo que por consecuencia, lleva a los miembros de las comunidades a actuar en pos del bien común que los une y por el mejoramiento de su calidad de vida.

3. COMPROMISO COMUNITARIO

Autores como Robert D. Putnam (2000), han planteado la existencia de una crisis en la participación de las personas dentro sus comunidades. Este autor plantea que las personas han dejado de asistir y participar en actividades sociales y políticas propias de las comunidades, como la participación en la iglesia, clubes, comidas, salones de juego, entre otras, revelando que las acciones que realizan las personas se han vuelto cada vez más individualistas (Diers, 2004).

Sin embargo, Diers (2004) critica este pensamiento proponiendo que esto no significa que las personas hayan dejado de lado el compromiso con sus comunidades, sino que “están buscando nuevas formas de contactarse con otros” (p.5) indagando en las necesidades que encuentran en su propio entorno. Puntman “cuenta toda la participación como igual y hace poco para distinguir los diferentes roles o el peso del valor que tienen la muchas formas de participación” (p.6), por esto, pone en duda el análisis cuantitativo que expone el autor, dejando de lado el carácter cualitativo ya que no identifica la calidad de las acciones y los sistemas propuestas para realizar esas acciones.

Con esto se quiere decir que la participación actual de las personas dentro de sus comunidades esta cada vez más enfocada en detectar sus necesidades y oportunidades y trabajar desde ahí. Es más, Diers señala que las organizaciones que provienen del gobierno u otras instituciones “tienden a desempoderar comunidades enfocándose en sus deficiencias y fomentando la dependencia con intervenciones desde afuera” (p.14), mientras que por otro lado, aquellas creadas por la inquietud de las propias personas, se construyen a partir de los recursos que se encuentran en cada comunidad.

Dentro de los sistemas propuestos de participación comunitaria aparece la construcción de comunidades, métodos que han ido apareciendo y que invitan a las personas a construir sus comunidades desde esta misma, siendo la única forma en que las personas podrán tener el entorno que ellos desean (Wates, 2014). Estos métodos tratan de “ayudar a las comunidades a trabajar mejor, y especialmente apoyar y conectar el trabajo de las comunidades” (Borrup, 2003, p.10).

Estas nuevas formas de hacer comunidad tienen la característica de incluir a todos los miembros de la comunidad, “incluso los que han sido etiquetados y despedidos” (Diers, p.14) por la sociedad. Ya que lo que se busca es la participación de todos para comprender el entorno en que habitan y así proponer cambios pertinentes. En relación a esto, Wates (2014) propone que al utilizar el talento local, antes de la asistencia exterior, “ayuda a desarrollar la capacidad dentro de la comunidad y a lograr sustentabilidad a largo plazo” (p.24).

Otra de las principales características que tiene la construcción de comunidades es la diversión, Wates (2014) plantea que la participación no debe ser una tarea sino más bien “una oportunidad extraordinaria para conocer gente y divertirse. Los ambientes más interesantes y sostenibles se han producido en personas que han disfrutado de la creación de ellos. La planificación comunitaria requiere humor” (p.17).



Algunos de los beneficios que propone Wates (2014) de por qué hay que involucrarse en los procesos de formación de sus entorno:

MEJORES DECISIONES

Las personas locales son la mejor fuente de conocimiento y sabiduría acerca de sus entornos. Si esto se aprovecha, se puede llegar a mejores decisiones.

CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES

El proceso de trabajar juntos y de lograr cosas juntos, crea sentido de pertenencia.

CREDIBILIDAD DEMOCRÁTICA

El involucramiento de la comunidad en la planificación corresponde a los derechos de participación en las decisiones que afectan sus vidas. Es una parte importante de la tendencia hacia la democratización de todos los aspectos de la sociedad.

FACILIDAD A ACCESO DE FINANCIAMIENTO

Muchas organizaciones que financian proyectos prefiere, o incluso requieren, que haya ocurrido involucramiento comunitario antes de entregar la ayuda económica.

EMPODERAMIENTO

La participación de la población local aumenta la confianza, habilidades y capacidades de cooperar en ellos. Esto les permite ser capaces de enfrentar otros retos, tanto individuales como colectivos.

RESULTADOS MÁS

APROPIADOS

Las soluciones de diseño son más propensas a estar en sintonía con lo que se necesita y desea. La participación permite propuestas para ser probadas y refinadas antes de su aprobación, resultando un mejor uso de los recursos.

RÁPIDO DESARROLLO

Las personas logran una mejor comprensión de las opciones reales disponibles y es más probable que comiencen a pensar de forma positiva en lugar de negativa. Conflictos que generan pérdida de tiempo se pueden evitar.

SUSTENTABILIDAD

Las personas se sienten más unidas a un entorno que han ayudado a crear. Por lo tanto, van a administrar y mantener mejor, reduciendo la probabilidad de vandalismo, el abandono y la consiguiente necesidad de reemplazos costosos.



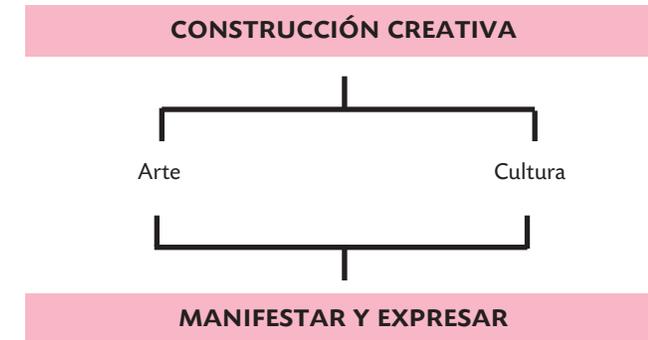
3.1 Comunidades creativas

Para Borrup (2006) uno de los caminos para construir comunidades es a través del arte y la cultura. En primer lugar señala que la importancia de la construcción viene de identificar el capital o riquezas de cada comunidad y en comprender que estos “pueden ser poderosos recursos para el cambio” (p.16). Por otro lado, reconoce que debido a la complejidad de las comunidades, lo que las hace funcionar son su cultura y su gobernabilidad—“la comprensión compartida y expectativas que las personas tienen de sí mismos, entre sí, y su empeño colectivo” (p.4)—. Propone entonces, la cultura y arte como principales puentes de intervención en una sociedad.

Para comprender mejor estas nociones se deben especificar lo que Borrup entiende por estos conceptos.

Cultura: “los valores, actitudes, creencias, orientaciones y suposiciones subyacentes que prevalecen entre las personas en una sociedad” por Samuel P. Huntington y Lawrence E. Harrison (2000), (Citado en Borrup, 2003, p.4).

A esta definición, Borrup agrega un sentido más amplio: “la cultura describe la habilidad humana para comunicarse y para navegar en conjunto por el entorno social y natural” (2006, p.5).



Arte: “se refiere al resultado de la propia mano de obra o las expresiones externas de la gente de una de las muchas culturas en el planeta” (p.5).

En conclusión Borrup propone que la construcción creativa de una comunidad reconoce las distintas habilidades y capacidades que tienen las personas y la importancia que existe de manifestar y expresarse a través de éstas como una expresión artística y cultural, que es por lo tanto, una expresión creativa.

A través de la creatividad buscan ayudar a las comunidades a obtener un trabajo mejor, utilizando herramientas, estrategias y formas de pensar que incorporen la cultura de las personas. De esta forma, se respeta la individualidad y se celebra lo característico de cada comunidad y cada individuo. “El intercambio de ideas y expresiones creativas” (p.10) impulsan la innovación y el avance desde todos los puntos de vista (Borrup, 2003). Por otro lado Water (2014) propone que la comunicación y las actividades culturales son formas eficaces de trabajar las capacidades de las personas y que la creación de estas instancias fomentan la participación de las personas.

Se trata de valor la identidad y valores de cada uno y también reconocer la de los demás para así, “aprender a vivir y trabajar lado a lado como socios en las iniciativas ciudadanas” (p.10), “promoviendo al mismo tiempo el esfuerzo continuo para encontrar y construir una base común” (p.5). No se debe olvidar traducir la información en caso necesario, como menciona Water (2014) se debe “asegurar que las personas puedan entender entre sí y asegurarse de que los matices fundamentales no se pierden en la traducción” (p.23).

Este mismo autor señala la importancia de la comunicación y la visualización en el desarrollo de la construcción, afirma que es fundamental permitir “que las personas sepan que estas haciendo y como ellos se pueden involucrar” (p.16), es decir, al planificar un intervención comunitaria, se debe dar a conocer los proyectos para que de esta forma las personas puedan participar y reconocer de que forma ellos pueden entregar información y sus conocimientos.



En conclusión, hoy en día es importante valorar el hecho de que las personas se estén dando cuenta de la importancia de trabajar en sus comunidades siendo un aporte para ellas y comprometiéndose a generar cambios en sus realidades.

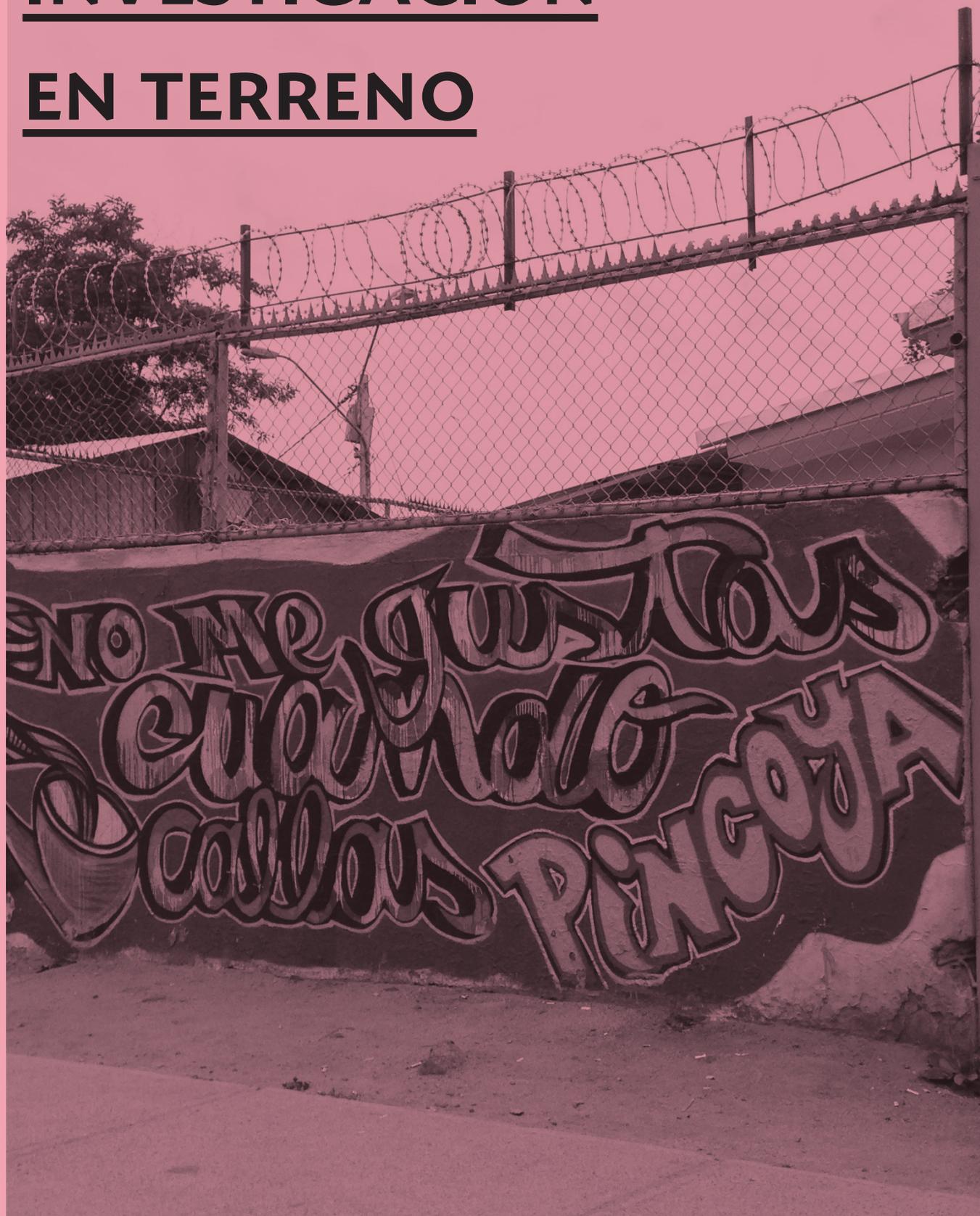
El principal enfoque que tienen los métodos para la construcción de comunidades se refiere a la potenciación del trabajo colectivo para poder realizar cambios efectivos y representativos. Gracias a esto, los miembros de la red son capaces de comprender mejor los cambios que pueden realizar y van vivenciando los cambios positivos que esto les trae, favoreciendo en un futuro la manera de buscar nuevas soluciones a problemáticas, proponiendo y actuando pertinentemente.

Siendo la diversión un pilar importante en la construcción de comunidades, la creatividad ayuda a que el trabajo sea entretenido y didáctico. Se fomenta todo tipo de expresión y no se pone límites para éstas, integrando e invitando a todas las personas a manifestarse, ya que se identifica en cada manifestación una expresión cultural única y necesaria. Por otro lado, gracias a las variedades de expresión y las herramientas que se pueden utilizar, la participación se hace más llamativa y atractiva, logrando llegar a un público mayor.



INVESTIGACIÓN

EN TERRENO



1. ESTUDIO DE CASO

Se realizó un investigación en terreno, previa al desarrollo del proyecto con el objetivo de comparar la teoría expuesta en el marco teórico con un contexto representativo y estratégico pertinente a los temas expuestos.

Para esto, se elaboró un catastro general de barrios y comunas, dentro de las cuales se destaca La Pincoya, Huechuraba, como un zona emblemáticas tanto por su capacidad organizacional, como su particularidad de conformación y construcción de identidad.

Utilizando esta comunidad como foco de investigación, se detectaron cuatro organizaciones comunitarias funcionales representativas en su contexto, con el fin de identificar las necesidades y problemáticas por las cuales nacieron, y la forma en que se desarrollan, enfrentan e involucran en sus entornos.

OBJETIVOS

- 1) Reconocer el proceso de formación de cada red, desde la detección de necesidades u oportunidades, hasta la manera en que se movilizan por estas.
- 2) Identificar actores e interacciones dentro de cada red, detectando la importancia de estos.
- 3) Comprender desarrollo, gestión y trabajo de las organizaciones
- 4) Buscar patrones u factores que se repitan dentro de los procesos de desarrollo.
- 5) Reconocer a través del trabajo en las redes comunitarias, las características propias de la comunidad

2. LA PINCOYA

La Pincoya nace luego de que la actual Huechuraba fuera “escenario de un masivo poblamiento, cuando tuvo lugar un conjunto de asignaciones, operaciones sitio y “tomadas de terreno”” (Garcés, 1998, p.11) durante los años sesenta.

“La Pincoya”, fue el nombre que “otorgó denominación a Huechuraba durante muchos años” (Garcés, 1998, p.11), por lo que hoy en día se le conoce a toda la zona con este nombre, a pesar de que en ella se encuentran otras poblaciones que fueron surgiendo después.

Durante la dictadura, La Pincoya fue de las grandes zonas afectadas, ya que en ella se desarrollaba de forma significativa las transformaciones y cambios liderados por el movimiento social de pobladores. Estos cambios, son los que luego provocaron tensiones con el Estado y las que culminaron finalmente con el Golpe militar.

Luego de éste, se vivió en paralelo dos efectos que la dictadura significó. Por un lado se siguió trabajando en la clandestinidad y a través de manifestaciones comunitarias, “en Huechuraba [...], la protesta se manifestaba, no solo a través de caceroleos, sino también de marchas y barricadas” (Garcés, 1998, p.134). Y por otro, provocó “la desarticulación de la organización local popular y el desarrollo de un modelo de vida más bien individualista” (Garcés, 1998, p.148).

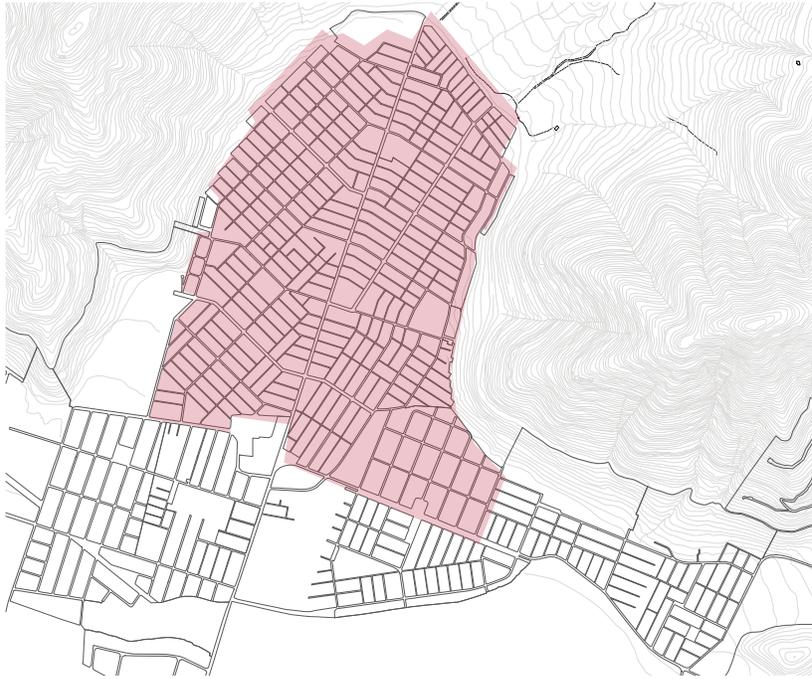
Con los años, fueron surgiendo nuevas formas de organización según las nuevas necesidades de los habitantes. Desde la búsqueda de detenidos desaparecidos, a partir de los acontecimientos políticos, hasta a la formación de conjuntos folclóricos y artísticas, centros culturales, talleres para niños, entre otros, para la reanimación cultural (Garcés, 1998). Hacia los años 90, los motivos para organizarse, se relacionaban más con el lado de la sociabilidad y la entretención: Centros de Madres, actividades vinculados a áreas culturales, artísticas y recreativas, embellecimiento de los barrios, adaptación de espacios para la recreación y una alta participación de los jóvenes (Garcés, 1998).



Sin embargo, estas organizaciones se fueron desactivando por diversas razones: el distanciamiento que se comenzó a producir con los representantes políticos; por no producirse o materializarse los cambios esperados por las organizaciones; por la falta de promoción y motivación de parte de las autoridades locales, entre otras. Por esto mismo, el tema de la organización y participación “ha pasado a ser una de las principales preocupaciones de aquellos pobladores que mantienen el interés en promover esta práctica entre los vecinos” (Garcés, 1998, p.181) y que sigue siéndolo hasta el día de hoy.

Hoy en día, La Pincoya es conocida por lo que se muestra en los medios masivos de comunicación: violencia, robo, inseguridad ciudadana; lo que ha llevado a generalizar una estigmatización negativa en esa zona. Sin embargo, conociendo ésta desde el contexto mismo, desde adentro, se puede encontrar una comunidad que si bien tiene altos grados de violencia, drogas, entre otros; también se encuentran personas que luchan por sacar adelante a su familia, a sus vecinos, a su barrio.

A partir de esto, se concluye que La Pincoya es una zona que desde hace varios años atrás, tiene una historia respecto al trabajo en comunidad. Estas características, permiten que el estudio en terreno permita comparar y buscar los conceptos claves expuestos en el marco teórico.



Zona La Pincoya
Comuna Huechuraba



CENTRO CULTURAL NORMA MATUS

Proyecto: Más allá de las aulas: cursos y talleres abiertos a toda la comunidad.

Compartir y hacer cultura en comunidad

Gestores: vecinos población Villa Santa Victoria

Inicio: 2013

Actores claves

MONITORES

Entregar lugar de encuentro
Fortalecer comunidad

12 vecinos de Villa Victoria, quienes gestionan el centro cultural. Son quienes decidieron abrir un espacio a la gente en el que podrían recrearse y adquirir conocimientos y competencias laborales. Estaban convencidos que entregando un espacio de encuentro podían fortalecer a la comunidad, conocerse y generar redes de contacto.

PROFESORES

Enseñar
Compartir

Desde destacados profesionales hasta vecinos con algunos estudios o habilidades, en su mayoría, sin remuneración monetaria, que van enseñar y compartir sus conocimientos con los vecinos de La Pincoya.

ASISTENTES

Compartir con la comunidad
Salir de las casas

Pobladores en general de villa la victoria, pero también provenientes de otras villas y hasta comunas. Asisten los días sábados a los talleres o cursos del centro cultural. A pesar de que estos vecinos van a aprender, la principal razón por la que asisten es para salir de sus casas, salir de la rutina y encontrarse con más gente. Sus intereses va más allá del aprendizaje, es el compartir en comunidad, reencontrarse con el vecino que antes no veía nunca, dejar de estar encerrados.

Interacciones críticas

ANTES

ESTAR CONVENCIDOS DEL CAMBIO.

Se estaba convencido que mediante la entrega de conocimientos y competencias laborales, se podría generar un cambio en la comunidad. Abriendo un espacio a la comunidad como lugar de encuentro y creación de cultura.

CONVOCAR E INVITAR A LA

COMUNIDAD. Creación de la "Feria de decoración y hogar" para mostrar a los vecinos las cosas que podían hacer ellos mismos y motivarlos a participar del centro cultural.

DESCUBRIR LA COMUNIDAD /

IDENTIFICAR SU APORTE. En esta misma ficha, se pregunto a los vecinos si ellos sabían algo que podían aportar a la comunidad, creándose un catastro de vecinos con diferentes habilidades.

JUNTAR AL EQUIPO GESTOR. Reunir un equipo que venga desde la comunidad y que no tenga beneficios directos ni remunerados, se transforma en una tarea difícil y única que caracteriza esta organización de otros.

IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE LA

COMUNIDAD. En esta feria se entregó una ficha con diferentes cursos en los que los vecinos se inscribían según sus intereses o necesidades. Había una lista de talleres, cursos, asesorías, entre otros, además de una opción abierta para que ellos inscribieran lo que deseaban.



DURANTE

IMPLEMENTAR Y CONVOCAR.

Al principio de cada trimestre se realiza una inauguración donde las personas deben inscribirse en los talleres y así reservar el cupo. La convocatoria a los talleres y otras actividades se hacen a través de Facebook y publicidades que se pegan en las calles.

GESTIONAR. Conseguirse el Colegio Santa Victorio de Huechuraba, ya que éste contaba con la infraestructura necesario para hacer las clases y talleres. Se pidió el colegio teniendo de respaldo de las fichas generadas como reflejo de la motivación de la gente por participar en las actividades, cosa que no sucedía mucho a nivel de comuna.

FUTURO

SEGUIR CREANDO. Se generan nuevas actividades Se generan nuevas actividades e instancias que complementan y comprometen a los vecinos. Ferias a final del trimestre que muestra los resultados de los talleres llegando incluso a vender algunos productos; operativos sanitarios para mascotas que convocan a toda la comunidad y ayudan al fomento de las actividades; cicletadas, ferias culturales, entre otros.

MANTENERSE. Para mantener activo el centro se necesita del compromiso y gestión de los tres actores. Si alguno de estos falla, toda la red se debilita; no existe la red sin la presencia de estos tres actores.



Síntesis del caso



CONSTRUCCIÓN DE LA RED

Si bien el objetivo con el que comenzó el Centro Cultural combatía la falta de herramientas y habilidades en su comunidad, éste se fue modificando al ver que las señoras asistían a los talleres porque encontraban en él un espacio en que se sentían cómodas, donde podían conversar y encontrarse con la vecina, donde los jóvenes podían expresarse aprendiendo herramientas de el computador, entre otras. El objetivo que cumplía el Centro Cultural iba más allá de enseñar una habilidad concreta, correspondía más a entregar espacios de expresión y encuentro para los vecinos.

IDENTIDAD

La identidad de este centro gira en torno a la motivación y compromiso que tienen tanto los gestores como los alumnos, los vecinos hoy en día esperan el día sábado para asistir a las clases, salir de sus casas, encontrarse con los vecinos y aprender, recrearse y pasarlo bien. Por otro lado encontramos la historia compartida y a los lazos vecinales que se han ido formando o reactivando, como se dijo anteriormente, esta población vivió encerrada en sus casas por mucho tiempo, y al crear un nuevo espacio de reencuentro, motivó a los muchos vecinos a participar e integrarse. Se volvieron a encontrar con los que por diferentes motivos habían dejado de hablar, o con aquellas vecinas que fueron sancionadas socialmente y el centro les abrió las puertas para demostrar que todos podían ser parte de el proyecto.

INCLUSIÓN

La convocatoria es especialmente relevante para las mujeres de la comunidad, ya que les ha cambiado la calidad de vida. Ellas estaban acostumbradas a pasar el fin de semana en sus casas atendiendo a sus familias, pero a raíz de las actividades que pudieron encontrar en el centro cultural, hoy en día, se toman ese día para ellas. Se organizan para dejar preparado el almuerzo para el día siguiente y de esta manera no se pierden ninguna clase. También están los adultos mayores, que no son aceptados en todos lados por su edad, cosa que no constituye un límite aquí ya que son tratados de la misma manera que los demás.



RESULTADOS

En esta organización no se miden los resultados en base a criterios cuantitativos, como cuántos chalecos a crochet se tejieron ni cuántas páginas web se crearon, sino por la motivación y logros que van generando los alumnos a nivel social. Se consideran logro tales como: un abuelo de 80 años pueda hablar con su nieto que vive en Argentina; que asistiera a clases el marido de una señora cuando en primera instancia el se rió de que ella participara de las actividades; que una señora venga de otra comuna para asistir a los talleres de zumba; son historias que van surgiendo fruto de la acción del centro cultural.

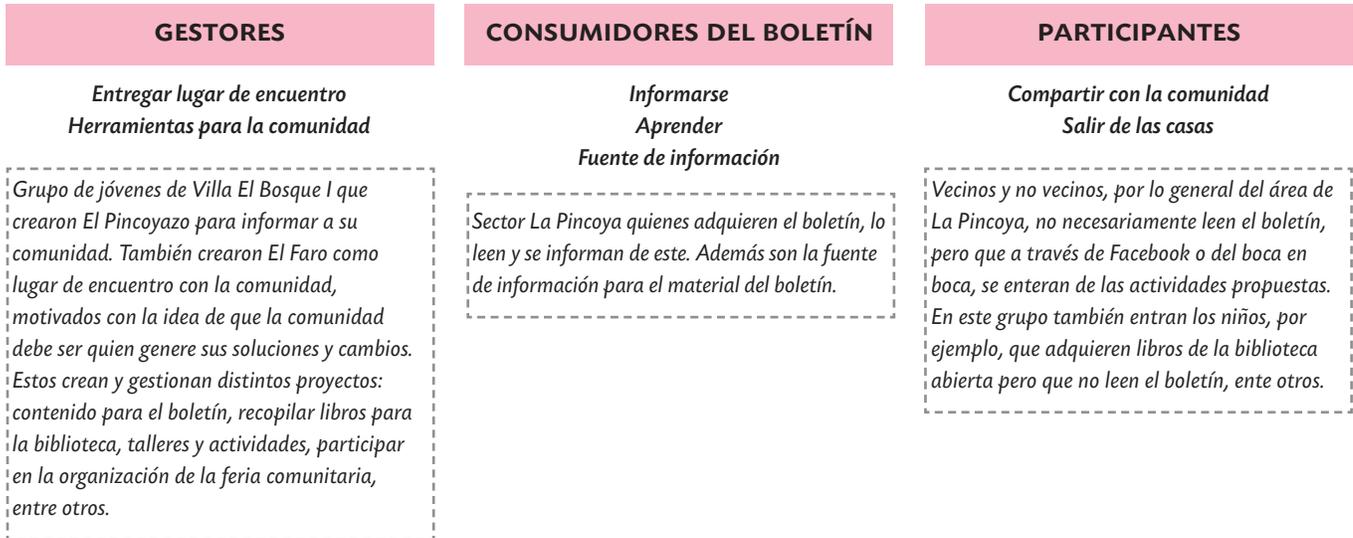
DIFUSIÓN

Dentro de los problemas que se detectan en esta organización, está la desorganización y desinformación que existe entre los mismos asistentes de los talleres que no saben de las otras actividades que se realizan y también la falta de difusión del proyecto a nivel de comuna. Si bien se han utilizado todos los medios y métodos disponibles para ellos, no ha sido suficiente para generar el impacto que esperan y recibir más alumnos.

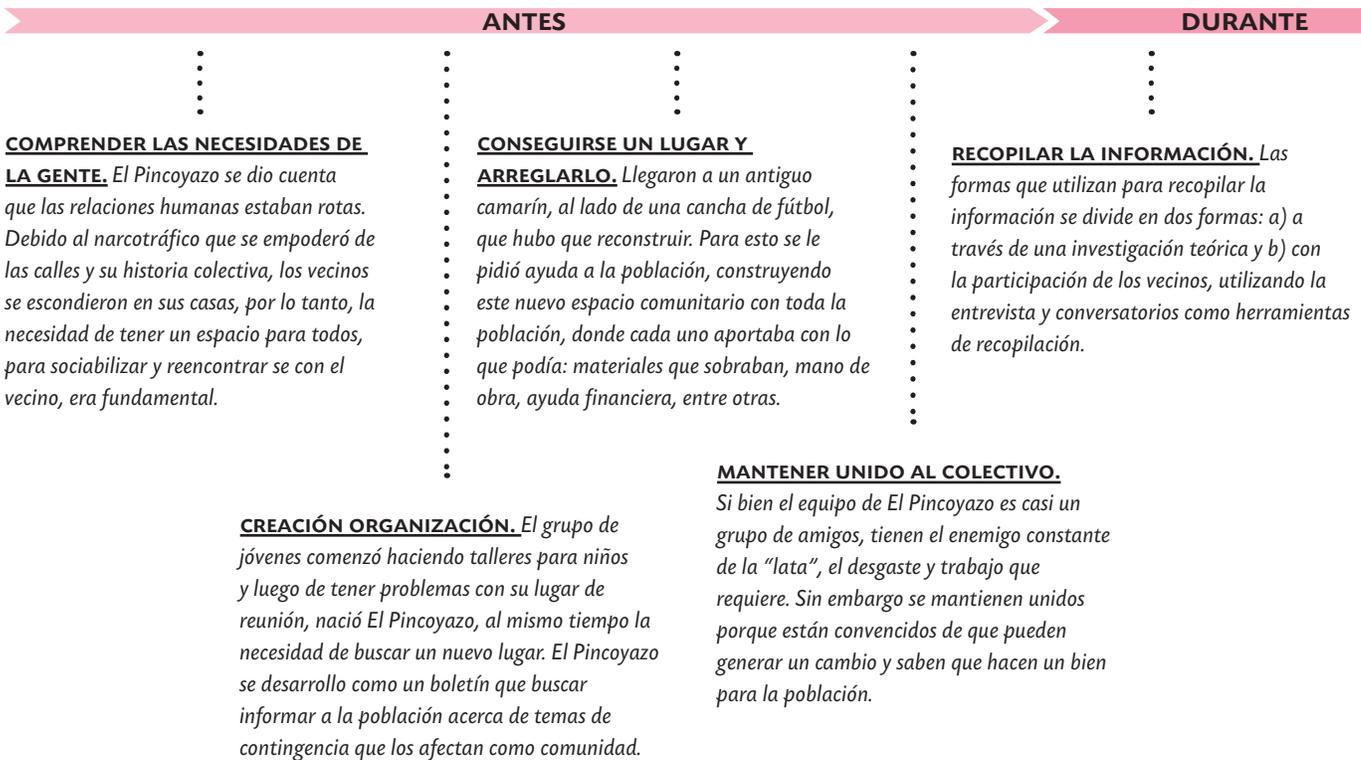
EL PINCOYAZO

Proyecto: Boletín informativo y El Faro, lugar de encuentro vecinal y de realización de actividades
 Gestores: jóvenes de entre 15 y 30 años de varios sectores de La Pincoya
 Inicio: 2003

Actores claves



Interacciones críticas





Síntesis del caso

CONSTRUCCIÓN DE LA RED

Hace siete años un grupo de la población El Bosque I realizaban talleres de niños en la casa de Herminia Concha, una activista muy reconocida en la zona. Luego de su muerte, el año 2003 nace El Pincoyazo y al mismo tiempo la necesidad de buscar un nuevo lugar donde reunirse. Así es como encuentra el camarín y crean El faro, un lugar de encuentro que la gente tanto necesitaba.

Esta organización se reformula luego de detectar el principal problema que atacan: la relaciones de las personas estaban rotas, y para eso comenzaron a proponer nuevas ideas y formas de hacer comunidad como por ejemplo la participación en la feria comunitaria que se realiza cada dos semanas en la calle El Bosque I, la biblioteca abierta que tienen para los vecinos de esa villa, videos de la comunidad, entre otros. Decidieron crear espacios de encuentro donde los vecinos puedan ir sin tener que estar peleando con los “pastas” de la plaza, ni preocupados de que sus hijos estén solos en la calle.

IDENTIDAD

Su nombre lo dice todo, El Pincoyazo, propio de La Pincoya, busca ser reflejo de ésta y al mismo tiempo incentivar al trabajo en conjunto desde la población. El contenido que se trabaja viene directamente de la población. Interpretando sus vivencias, su vida diaria, los problemas en común y así van entregando herramientas para que sean los mismo pobladores lo que hagan el cambio, desde la creación de nuevos proyectos, hasta el financiamiento de estos mismos con rifas, tallarinatas, entre otros.

El principal objetivo que tiene El Pincoyazo es combatir el individualismo de sus vecinos y a los drogadictos y alcohólicos que se toman las plazas, proponen que la única forma de combatir esto es unidos en comunidad y creando soluciones desde la misma.

El carácter de la organización es fuerte y proponente, algo a lo que los vecinos no están acostumbrados. Ellos se dan cuenta que nadan contra la corriente, pero estaban aburridos de la pasividad de los vecinos y decidieron tomar acción, siendo consientes que como jóvenes son los principales actores del cambio.

INCLUSIÓN

El pensamiento de que todo se debe hacer desde la comunidad es transversal a todas sus actividades. Es por esto, que todos los vecinos son bienvenidos a aportar en lo que más les acomode, dese leyendo el boletín, aportando en su contenido, o participando en las diversas actividades que realizan. El Picoyazo busca ser la voz de la población y para esto, necesita el trabajo de todos para poder representarla, no buscan ser un medio de comunicación masivo, sino hablar desde las personas y para ellas sobre los problemas que los afectan como colectividad.



RESULTADOS

Su principal proyecto es “El Pincoyazo” boletín informativo que se publica cada tres o cuatro meses. Su línea editorial los hace únicos en la comuna, ya que transmiten la información desde el punto de vista de cómo le influye a la pobladores de esta comuna los temas o problemas de contingencia nacional. El lenguaje que utiliza es sencillo y directo, para que todo el que lo lea tenga una correcta interpretación, incorporando fotografías e infografías para que sea más atractivo y dinámico.

Por otro lado tenemos El Faro, la feria comunitaria y otras actividades; pero lo más importante de éstas, es el poder de cambio que han ganado los vecinos. Un ejemplo concreto es la feria comunitaria: motivando a las vecinas, lograron que se instalará la feria definitivamente, y al término de cada una, se realiza una reunión entre las participantes donde se discuten los problemas que van surgiendo. Entre estos salió el tema de la iluminación a lo que luego le pidieron a la municipalidad que pusiera focos en la calle en la que se realiza para que ésta pudiera durar hasta más tarde. Por lo tanto, la feria ha demostrado cómo los vecinos, organizándose, pueden lograr cambios, desde la iluminación, hasta el pleno empoderamiento de calle, la que los drogadictos y alcohólicos tenían dominadas, los fueron echando y les ganaron.

DIFUSIÓN

Con el tiempo, El Pincoyazo se ha hecho cada vez más conocido en la zona y no llega solo a los de su villa, sino que se ha expandido a toda la zona, lo que para los gestores significa mucho ya que entre villas no se suelen mezclar. Su mayor ganancia es el reconocimiento de la gente y los comentarios positivos.

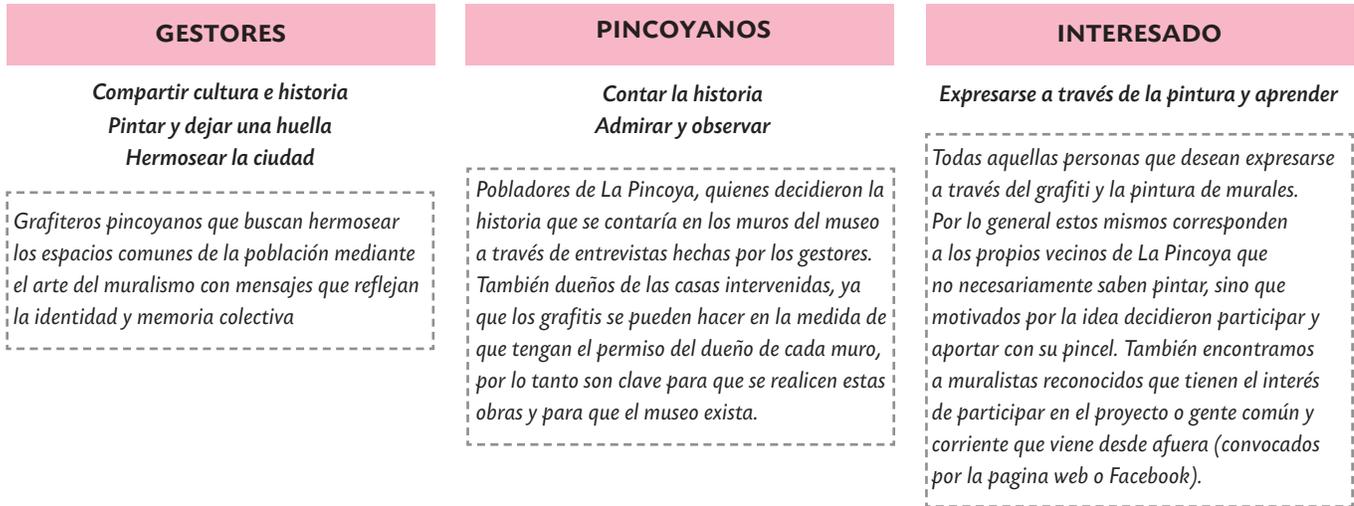
Por otro lado, si bien ya han logrado instalarse en la comuna, todavía existen muchas barreras que tiene, y a veces crea, la gente para no participar, como la “lata”, la pérdida de tiempo y también el desconocimiento.

MUSEO A CIELO ABIERTO LA PINCOYA

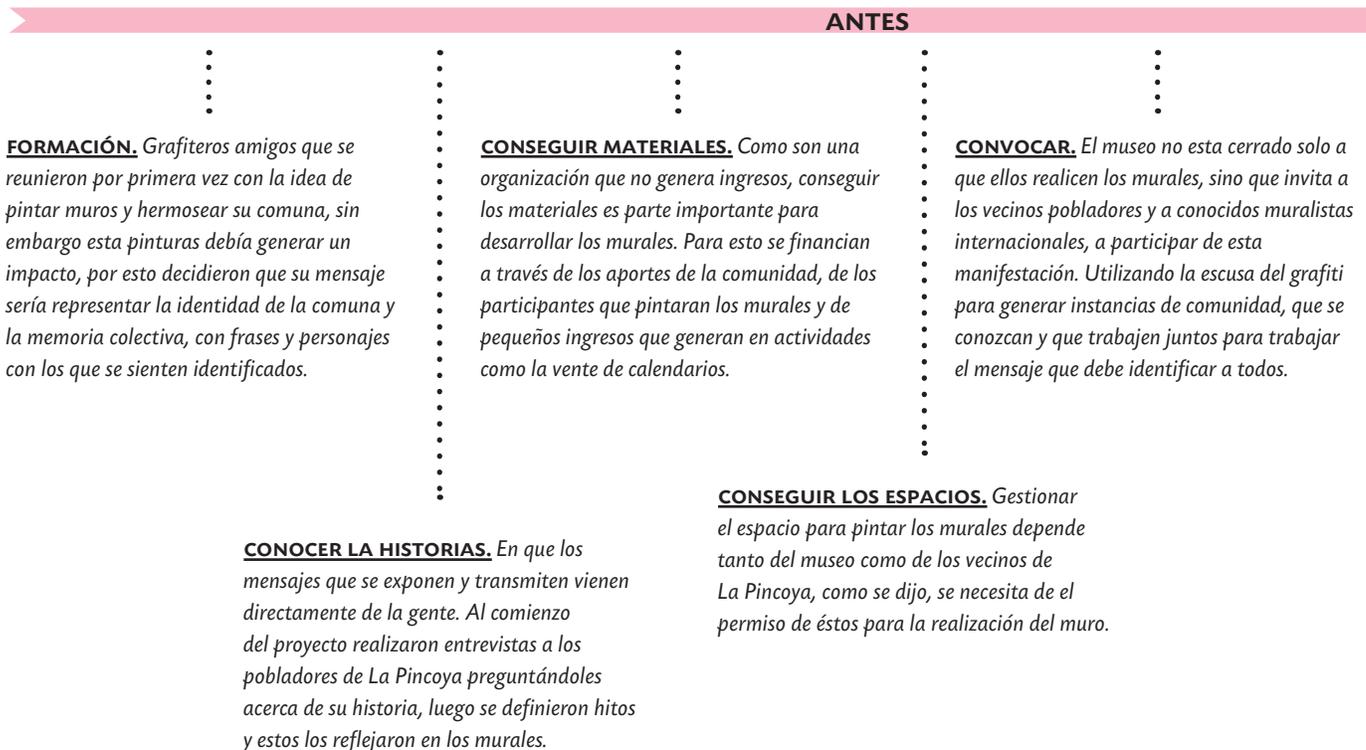
Proyecto: Intervención muralista en las calles de La Pincoya que cuentan la historia de la población.

Gestores: Vecinos y grafiteros amigos de la población La Pincoya.

Actores claves



Interacciones críticas





DURANTE

.....

PINTAR Y DEJAR HUELLA. Además de hermostrar los espacios de la población, de darles color y alegría, busca rescatar la memoria y la identidad de la población para plasmar esta en los muros de la población y crear conciencia en ésta sobre la historia y lucha común que comparten.

DISEÑAR. La parte de diseñar los murales tiene como base contar las historias de los pincoyanos, a lo que se le suma la participación de todos los presentes a la hora de pintar el mural. Se realizan bocetos y luego se pinta.

FUTURO

.....

DISPONIBILIDAD SIN LIMITES. La característica de que sean murales en las calles permite que los espectadores sean todos lo que pasan por ahí, no tiene los límites de los demás museo, sino que se encuentra al aire libre y a disposición de todos.



Síntesis del caso



CONSTRUCCIÓN DE LA RED

En los años de la dictadura, en La Pincoya se realizaron murales donde se expresaban los dolores que sufrían “desde las desapariciones y ejecuciones de sus pobladores, hasta los murales de amor colectivo” (museoacieloabiertoenlapincoya.wordpress.com). Hoy en día un grupo de grafiteros de la misma población se juntan con la idea mantener estas acciones colectivas, transformándolas en hitos para su identidad.

Si bien los gestores de éste son quienes tienen el conocimiento y habilidades para diseñar y pintar el muro, van integrando a los vecinos y los invitan a participar. Les comparten sus materiales y brochas y así construyen juntos los murales.

IDENTIDAD

Los grafitis del Museo a Cielo Abierto, no son solo una forma de expresarse, sino que también una forma de generar conciencia en las personas, especialmente los vecinos de La Pincoya, para que se reconozcan y entiendan que la historia colectiva que tienen y sus problemas son temas que comparten y los afectan a todos. De esta forma, buscan entregar una herramienta para generar cambio social, abrirle los ojos a los vecinos, además de generar instancias de participación y compromiso social, reflejando sus historias desde y para el pueblo.

INCLUSIÓN

Motivados por la idea de que los murales transmitan la historia que los mismos pobladores, hace que el proyecto involucre a todos los vecinos. Por un lado, invita a las personas a contar sus experiencias e historia, esto antes de pintar y durante la marcha, ya que muchas veces llaman la atención de los vecinos que viven cerca del mural en construcción y se acercan a mirar, opinar y ayudar. Y por otro, busca representarlos a través del arte muralista.

Su principal desafío es integrar a los vecinos a la hora de pintar los muros. Si bien convocan a toda la población a participar, la mayoría de los que llegan son personas que se encuentran en el mundo del grafiti, y los demás son los que van pasando por afuera y deciden integrarse a éste.



RESULTADOS

La gente valora mucho estos murales, ya que se siente identificados con ellos. También es una forma original de hermostear su población, ya que nadie posee la historia e identidad que comparten y crean espacios comunitarios únicos. Ayudados por su pagina web y Facebook, tienen un gran reconocimiento a nivel internacional.

En octubre del 2015, participaron de la exposición Art in Resistance como representantes de Latinoamérica, junto a cuatro países más. Las organizaciones que participan en este encuentro deben tener un potencial social o político en el que los medios artísticos podrían ser una forma de manifestarse e influir en la sociedad. Esto demuestra que el proyecto tiene su propio carácter, que nace desde la población

DIFUSIÓN

para ser reflejo de ésta.

No se necesita entrar a un lugar ni pagar una entrada; el arte, la cultura y la historia quedan plasmadas en las propias calles de la población, la gracia de que sea un museo a “cielo abierto” es que puede ser visto por toda la comunidad y por cualquiera.

Hoy en día en este proyecto han participado muralistas internacionales proveniente de Argentina, México, entre otras, así como ellos mismos han participado de exposiciones internacionales como la reciente convocatoria en Múnich, octubre del 2015.

FORMANDO CHILE

Proyecto: Promover el cambio social desde las poblaciones a través de la educación gratuita, el fortalecimiento de la vida y organización comunitaria y el pensamiento crítico.

3 pilares: educación, trabajo comunitario y formación de voluntariado.

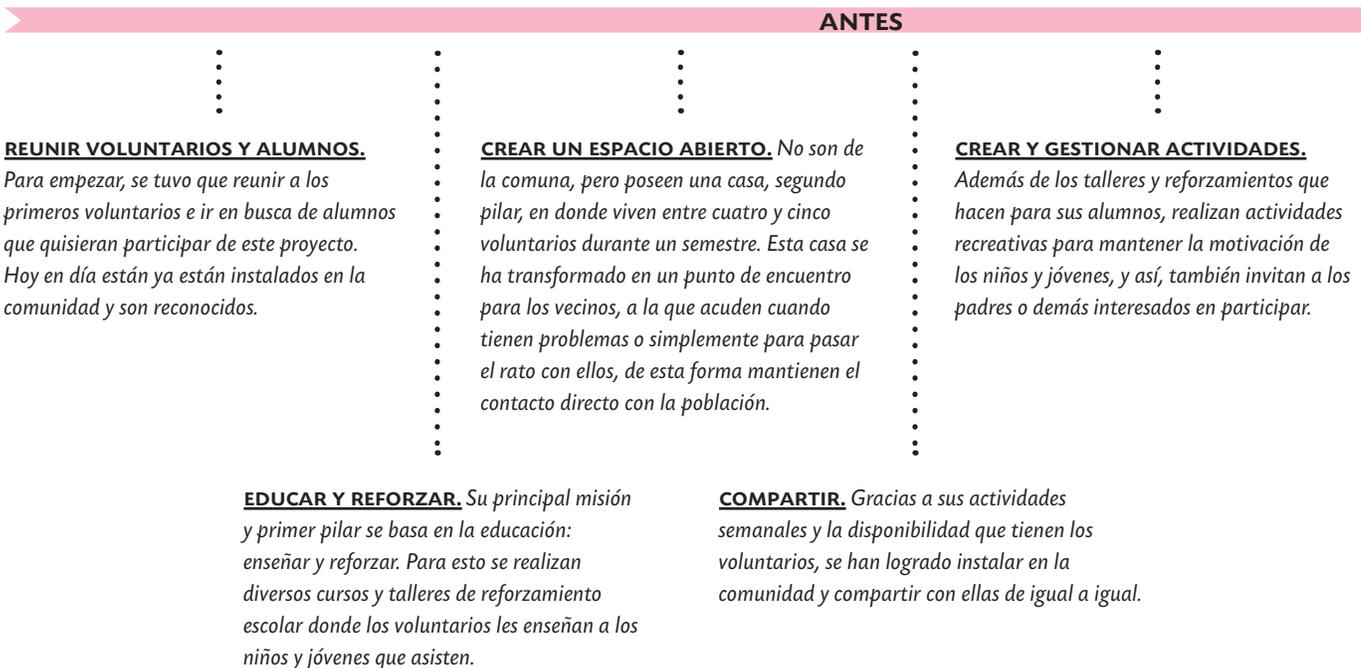
Gestores: estudiantes universitarios voluntarios

Inicio: 2010

Actores claves

DIRECTORIO	VOLUNTARIOS	VECINOS
<p>Generar cambios sociales desde las poblaciones</p> <p>Educar</p> <p>Compartir un espacio común</p>	<p>Generar cambios sociales desde las poblaciones</p> <p>Educar</p>	<p>Aprender</p> <p>Recrearse</p>
<p>Directorio de Formando Chile, compuesto por 9 estudiantes universitarios que se unen con la convicción de generar un cambio social y deciden instalarse en La Pincoya para llevar a cabo su proyecto en conjunto con la comunidad.</p>	<p>108 voluntarios que participan en este proyecto, no viven en La pincoya, pero van todas las semanas a entregar sus conocimientos, educar, reforzar y hacer comunidad. Durante un año aproximadamente cuatro o cinco miembros se van a vivir a la casa que esta en la comuna y comparten directamente con los vecinos.</p>	<p>Vecinos de La Pincoya, especialmente niños y jóvenes, que participan en los talleres y clases que se realizan, con el fin de aprender y recrearse.</p> <p>Todos los vecinos de La Pincoya que asisten a cualquiera de las actividades que realiza Formando Chile, tanto talleres o paseos, ferias, entre otros, y en particular que se relacionan con los voluntarios que viven en la comuna.</p>

Interacciones críticas





DURANTE



FORMAR VOLUNTARIOS. *Formando Chile también se preocupa de los voluntarios y su formación, por lo que realiza diversas charlas con invitados según temas con el propósito de formar y educar a sus voluntarios, tercer pilar, con temas de contingencia para mejorar su trabajo a nivel de organización y personal. Si bien están dirigida a los voluntarios, se invita a el que quiera a ser participe de estas.*



Síntesis del caso



CONSTRUCCIÓN DE LA RED

Formando Chile, al ser una organización que viene desde afuera, no empezó detectando problemas propios de la población La Pincoya, sino que generalizó un problema común a nivel nacional, que es la educación, y se instaló en esta comunidad para poder llevar a cabo sus proyectos e ideas para aportar a la sociedad.

Con esta organización se puede ver cómo los vecinos de La Pincoya tienen la necesidad de juntarse, conocerse y crear comunidad. A pesar de que no nace de ellos la iniciativa, sí se suman a la causa y la modifican según sus necesidades y problemas, buscan en ellos el punto de apoyo que necesitaban para generar más movilizaciones colectivas y actividades positivas.

La casa donde viven los voluntarios, ha permitido poder conocer en primera persona a la comunidad y se ha instalado ganándose el respeto de los pobladores. Al menos en su perímetro más cercano ya no existe el prejuicio de la gente por venir de afuera. Muy por el contrario, han logrado mejorar el ambiente de esa zona.

IDENTIDAD

El factor diferenciador que tiene esta organización con las otras de la comuna, es que son jóvenes que no viven en la comuna y que vienen de un estrato social más alto. Esto ha generado conflictos con algunos respecto al prejuicio de que vengan "de afuera", pero para otros el hecho de que vengan de otro lado les genera más motivación para participar en sus actividades.

Ya en el quinto año, están completamente integrados en la población y son reconocidos a nivel de comuna, porque ya comprenden y comparten el funcionamiento de ésta.

INCLUSIÓN

Si bien los más involucrados son los niños y jóvenes, por los talleres y reforzamientos, se busca llegar a toda la comunidad con la casa instalada en Villa Wolf. En esta casa llegan todos los vecinos cuando necesitan ayuda y se ha convertido en un punto de encuentro comunitario porque saben que ellos estarán ahí para escucharlos.



RESULTADOS

El proyecto de la educación fue tomando fuerza y ya son muchos los alumnos y beneficiados que han podido mejorar la calidad de sus aprendizajes. No tienen un indicador para medir los avances y logros que han alcanzado, pero para ellos es un orgullo decir que los alumnos efectivamente suben sus notas haciendo una comparación entre principio y final de año, y que ya cuentan con cuatro alumnos que entraron a reconocidas universidades.

Hoy en día trabajan en 5 colegios y las actividades se realizan tanto en la semana como los días sábados. Cuentan con 108 voluntarios activos y los beneficiados son más de 400 personas de la comuna.

3. CONCLUSIONES

El carácter propio que tiene La Pincoya y las redes sociales que se han generado dentro de ella han ayudado a comprender el potencial que tiene la creación de redes dentro de una comunidad, y concebir cómo éstas se vuelven el reflejo de una identidad común, reconociendo primero sus problemáticas y luego proponiendo formas para poder resolverlos y generar cambios. Gracias a la identificación de los actores y la calidad de sus interacciones y proyectos propuestos, se obtuvo valiosa información para poder interpretar y comparar con la teoría expuesta en el marco teórico.

CONSTRUCCIÓN DE LA RED

En las cuatro organizaciones estudiadas, resultó que el objetivo primario fue cambiando con el tiempo a medida que los vecinos comenzaban a participar en ellos. Esto quiere decir que si bien algunos vecinos se congregan para atacar un problema específico que ellos veían, el fin último se terminó modificando cuando el resto de los vecinos se comenzaron a integrar y participar en las organizaciones. Este punto es interesante ya que evidencia lo que se dijo acerca de la heterogeneidad de personas en las redes y de cómo los intereses de estos no siempre se pueden ver, a menos que las personas participen y se manifiesten. Sin embargo, en la mayoría de las organizaciones la participación de los vecinos consistía en asistir en las actividades, lo que limitaba a éstos a proponer más ideas y cambios.

IDENTIDAD

Analizando la historia e identidad de cada organización, se puede ver como cada una refleja el escenario en la que se encuentran, y por otro la particularidad de cada red a través de la toma de decisiones que se hacen respecto a los desafíos que se van planteando. Cada organización entrega oportunidades para participar de maneras distintas y los vecinos se van involucrando según lo que les parezca más pertinentes.

INCLUSIÓN

Todos los habitantes de la comunidad, sin discriminar, son invitados y alentados a participar de las organizaciones, de esta forma son más los vecinos que participan y los problemas y soluciones se vuelven más representativas. Dentro de las características de un buen trabajo en red, es el reconocimiento de las capacidades y habilidades de los miembros de la comunidad, por lo mismo, al integrar a todos los vecinos, éstos reconocen el valor que tiene cada persona y la busca potenciar. Por otro lado se destaca la importancia del trabajo colaborativo, donde cada uno da su aporte para trabajar entre y para todos.

RESULTADOS

Los resultados buscan ser elementos que demuestran a la comunidad que a través del trabajo en red se pueden lograr grandes cambios que los involucran a ellos directamente, no se basan en datos cualitativos, sino en los cambios e impactos que generan en su alrededor, no en la cantidad de actores que tienen, sino en su capacidad de generar acciones, es decir, en las interacciones y vínculos que realizan dentro de ellas. Por otro lado, destacan la particularidad y propuesta que tiene cada organización, transformándose en el gran diferenciador con otras organizaciones.

DIFUSIÓN

Los desafíos de la difusión se plantean a nivel de villa, mientras la organización trascienda los límites de su propia villa, están automáticamente validados por la comunidad, es decir, a través del reconocimiento de la gente. Se destacan sobre todo los proyectos que logran hacerse visible con sus proyectos ya que se demuestra que si la información que se recopila se entrega a la comunidad de manera correcta, los miembros podrán reconocerse y dimensionar el aporte que ellos significan para los proyectos, mientras que los otros vecinos podrán enterarse de los beneficios y efectos positivos que trae el involucrarse en estas organizaciones.

Un problema que se vio en algunas de las organizaciones es la desinformación que existe. Por un lado, los vecinos que participan no tienen el conocimiento de lo que significa participar en una organización, limitándose a participar en lo que saben. Y por otro, las personas de una misma comunidad no conocen los proyectos, lo que produce que no se unan a las organizaciones a pesar de estar de acuerdo y tener ganas de participar.



Gracias al estudio se pudieron ver los grandes beneficios que tiene pertenecer a una organización comunitaria y se reconoce a estas como un punto de apoyo para la comunidad. Éstas son capaces de entregar herramientas e impulsar oportunidades para los vecinos – de encuentro, educación, aprendizaje, recreación, entre otros– que ayudan en la construcción de comunidades, al mismo tiempo que son capaces de crear escenarios para que las personas puedan lograr empoderamiento individual y colectivo.

Finalmente se puede concluir que la riqueza y singularidad de cada red social esta dada por los recursos que tiene cada una y por lo tanto el desafío mayor esta en reconocer estos recursos y buscar formas de visibilizar la importancia de que los actores propongan ideas. Al involucrar la opinión de las personas, se reconoce la importancia que tienen como voz y los compromete con sus comunidades.

4. SÍNTESIS

Además de las conclusiones, se deben tener en cuenta los siguientes conceptos para la creación de un nuevo proyecto.

RED DE APOYO

Las organizaciones se transformaron en un lugar en que sus miembros se sienten partes y con los que se puede confiar. Además, gracias a la relación que se genera entre los vecinos reunidos, se van generando lazos de amistad y afecto, o apoyo con los que antes no se contaba. Estas mismas relaciones, son las que hacen que las organizaciones se mantengan y vayan creciendo en conjunto con el crecimiento de la comunidad.

HETEROGENEIDAD

Al comprender la diversidad de actores que se encuentran en las redes comunitarias, se hace más íntegro y enriquecedor el proceso de construcción y de propuestas a la hora de enfrentarse a las distintas situaciones. Si bien en las organizaciones estudiadas la mayoría de los actores involucrados no eran aquellos que tomaban decisiones, los gestores sí se basaban en ellos y sus habilidades y diferencias para trabajar.

CONTEXTO PARTICULAR

Así como se expuso la importancia del territorio en el marco teórico, con la investigación se pudo ejemplificar como las decisiones y acciones que se tomaban siempre estaban condicionados al contexto en el que vivían o habían vivido.

IDENTIFICAR

Al conocer y ser conscientes de su realidad, se pueden identificar y encontrar necesidades, anhelos compartidos o problemáticas reales para así buscar resultados más apropiados. En la investigación se vio como los gestores tomaron este papel y luego enfocaron sus reflexiones en proyectos concretos.

SINGULARIDAD

Este concepto se basa en unir la heterogeneidad de las personas junto al contexto particular, ya que al sumarlos, se crea una identidad propia para cada red comunitaria, al mismo tiempo que se llega a mejores resultados. Para comprender la singularidad se debe tener presente factores como procesos, estrategias, estilos de trabajo, momento, historia, entre otros.

DE ADENTRO HACIA FUERA

Una vez que ya se está trabajando en red, se pueden visibilizar nuevos problemas y enfrentar estos a través de respuestas colectivas. De esta forma, se toman decisiones más representativas y atinentes a problemáticas reales, y también pueden ser escaladas a entidades con más autoridad y recursos, proponiendo soluciones en base a evidencia.

FUENTE DE CONOCIMIENTO

A través de la participación y expresión de los miembros, se obtiene información valiosa de sus entornos, mejorando la calidad e impacto de los proyectos, ya que son los mismos actores quienes exponen sus intereses o problemas.

TALENTO LOCAL

Se puede distinguir que aquellas organizaciones que nacieron a partir de inquietudes desde la misma comunidad, generan un mayor impacto y aprobación a nivel de comunidad, ya que reconocen y construyen los proyectos a partir de los recursos que existen ahí.

SENTIDO DE PERTENENCIA

Uno de los tantos beneficios de trabajar en red, y por lo tanto colectivamente, es el reconocer que el trabajo y logros se realizan en conjunto, creando así la complicidad de los resultados. Logrando además una cercanía con sus entornos ya que son ellos lo que hay ayudado a crear y mejorar éstos.

EXPRESIÓN Y MANIFESTACIÓN

Estas se transforman en dos formas de participación que ayudan a reconocer las habilidades y capacidades que los actores tienen, identificando y celebrando lo característico de cada individuo.

ACTORES ACTIVOS

Al decidir involucrarse en un proyecto, las personas dejan de ser pasivos y se convierten en protagonistas frente a las situaciones que se les presentan. Cada actor tiene un rol fundamental en el trabajo colectivo, por el cual cada quien da su aporte a partir de sus capacidades y deben ser capaces de reconocer la importancia de proponer ideas y cambios.

PROYECTO



¿CÓMO GENERAR CONCIENCIA EN LOS MIEMBROS DE UNA RED, LA IMPORTANCIA QUE TIENE SU PARTICIPACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE SUS COMUNIDADES?

1. OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Incentivando el trabajo en red al construir y abrir distintos canales de expresión para crear una voz colectiva y utilizarla tanto para la toma de decisiones en diferentes proyectos, como para la creación de experiencias que retornen la información obtenida.

2. FORMULACIÓN

QUÉ

Colectivo creativo que facilita herramientas para activar comunidades a través de la revelación de voces que no han sido escuchadas, generando diálogos e interacciones entre las personas y su entorno próximo.

POR QUÉ

A partir de la participación ciudadana se obtienen soluciones y respuestas representativas que llevan a una correcta movilización y desarrollo de proyectos comunitarios.

PARA QUÉ

Las personas tomen conciencia de su rol como sujetos de cambios para resolver problemas y mejorar sus realidades al construir desde ellos mismos.

OBJETIVO GENERAL

Reflejar las ideas y pensamientos de los miembros de una comunidad, respecto a una temática que represente una oportunidad, necesidad o problema específico, para instalar una inquietud en las personas e incentivar la creación de proyectos que trabajen en pos de estos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Potenciar e incentivar la gestión desde la propia comuna para proyectos colectivos.
2. Fomentar la opinión pública respecto a temáticas acordes a un contexto específico.
3. Incentivar la apropiación de sus escenarios, a nivel de personas como territorial.

3. ELEMENTOS CLAVES PARA EL DESARROLLO DE LA PROPUESTA

COLECTIVO

Equipo de personas que trabajen para el cumplimiento de los objetivos

COMUNIDAD

Red de personas que estén unidas en algún escenario y que se vinculen por algún problema o necesidad específico. Para llegar a esta puede ser a través de dos formas.

Estrategia 1: Alianzas claves

Llegar a una red comunitaria a través de un integrante de ésta misma que busque o necesite de herramientas externas para el levantamiento de información respecto a una temática que considere importante de descubrir y revelar.

Los beneficios de generar éste puente tiene por un lado, la seguridad para el colectivo de contar con una comunidad estable y definida, con una temática que probablemente ya esta siendo cuestionada, y con el total apoyo de la organización que convoca.

Por otro lado, los actores de la alianza obtienen datos duros y representativos de la comunidad por la que trabajan y los beneficios que trae consigo la creación de instancias participativas que involucran a los miembros de la red.

Estrategia 2:

Seleccionar una red o escenario específico en el cual se pueda identificar alguna necesidad u problema que tenga potencial para ser trabajado.

En este caso los beneficios corresponden a los objetivos generales del proyecto, con la diferencia que para el colectivo puede ser un desafío la búsqueda de algún grupo en particular que éste dispuesto a generar redes de apoyo.

ESCENARIO

El espacio físico en el que se desarrollan los distintos proyectos del colectivo, corresponden a los escenarios propios de la comunidad por la cual se va a trabajar. En el caso de haber una comunidad que no se caracterice por tener un lugar geográfico específico, se decide algún punto estratégico que pueda ser representativo y que convoque a los miembros de la red.

USUARIO

Usuario 1:

Hombres y mujeres de cualquier edad pertenecientes a una misma comunidad que se puede reconocer e identificar en un escenario específico.

Usuario activo: genera y propone ideas, opiniones o proyectos.

Usuario pasivo: participa levemente, a veces se involucra en las actividades pero otras no.

Usuario 2:

Entidades públicas o privadas que trabajan en comunidades y están interesadas en realizar levantamiento de información en éstas respecto a alguna temática específica. Las entidades representan comunidades no tan grandes que se pueden abarcar y reunir con facilidad en algún espacio físico, son de bajo perfil y flexibles a adaptarse a la metodología del colectivo.

4. ANTECEDENTES

La búsqueda de antecedentes se centró en destacar actividades, servicios, experiencias, instalaciones, organizaciones, entre otros, en las que se pudieran detectar claramente la red social que lo conforma, el fin común por el que se movilizan, y las actividades que realizar para lograr sus objetivos y necesidades. Destacando estos cuatro factores:

1. Que estén centradas en el trabajo colectivo de una comunidad o grupo de personas específico
2. Que involucren participantes activos y fundamental para su desarrollo
3. Que tengan un cambio o beneficio en el destinatario luego de verlo, utilizarlo o analizarlo

El objetivo de esta búsqueda de antecedentes fue encontrar puntos comunes, inspiraciones e ideas respecto a la creación de instancias o actividades participativas, para así, conociendo lo que ya existe, llegar a un mejor proyecto de diseño.

INTENCIÓN O PROPÓSITO	
●	Simbólica: aquellas en el que se busca darle un sentido a algo, levantar conceptos subjetivos, generar reflexión, entre otras
●	Estética: aquellas en el que el objetivo principal tiene que ver con hermostrar o expresar algo.
●	Práctica: aquellas que trabajan por un objetivo concreto y cuantificable.



SHARE AN IDEA ●

Luego del terremoto en Christchurch, Nueva Zelanda, el 22 de febrero de 2011, el gobierno llamó a la participación ciudadana a compartir ideas para el plan de reconstrucción de esta ciudad. Se creó una página web y se realizaron varias intervenciones donde se invitaba a las personas a "compartir su idea". Esta campaña fue muy bien vista por los ciudadanos, con más de 106.000 ideas compartidas en sólo 6 semanas.

En éste caso se ve cómo el gobierno da cuenta de la importancia que tiene escuchar a sus ciudadanos para tomar decisiones y generar proyecto respecto a los problemas reales de las personas, pudiendo de esta forma, distribuir los recursos de una mejor manera para obtener proyectos integrales, al mismo tiempo que genera una apropiación de las ideas por parte de los ciudadanos y el sentimiento de pertenencia a sus ciudad por estar involucrados en la reconstrucción de éstas.



CIUDAD EMERGENTE ●

Ciudad Emergente es un productor de innovación urbana que busca mejorar la calidad de vida en ciudades en desarrollo a través de la gestión de plataformas de información y proyectos participativos de alto impacto. Fundado en 2011 Ciudad Emergente busca ser el principal Centro Latinoamericano especializado en tácticas urbanas y aplicaciones web que permiten recolectar, difundir, socializar y coordinar información valiosa relativa a la calidad de vida en ciudades y barrios en desarrollo.

Este proyecto funciona de puente para entregar herramientas a una comunidad, obtener información de éstas y a partir de esta información generar proyectos de urbanismos con base a la preocupaciones reales de las personas. El concepto de colaboración cívica esta dentro de sus principales objetivos, llevando la información de los ciudadanos a los tomadores de decisiones, activando el capital social de las comunidades.



NEIGHBORLAND ●●

Es una combinación entre una plataforma en línea más instalaciones en áreas públicas para la colaboración cívica. En estas, distintas organizaciones pueden hacer preguntas a la comunidad sobre lugares y situaciones específicas para recolectar información y luego utilizarla en proyectos que se están realizando. Es una especie de brainstorming comunitario donde los residentes pueden aportar a las grandes organizaciones. Las instalaciones públicas funcionan para complementar la página de internet y así llegar de manera más directa e inclusiva a su público objetivo, utilizando una forma interactiva y atractiva.

Esta plataforma que, motiva e invita a las personas a dar ideas o pensamiento respecto a temas específicos, además de generar información útil para sus proyectos, le da herramientas a las personas para incentivarlos a participar y ser un actor activo.



CALLEJÓN WILDFLOWER ●●

Este callejón se encontraba en muy malas condiciones durante los últimos 20 años y los vecinos decidieron tomar cartas en el asunto. Sin ningún apoyo legal, los residentes se ofrecieron de voluntarios para limpiar y desarrollar un nuevo espacio compartido. Pintaron murales y puertas de colores vivos, plantaron flores, pavimentaron con adoquines, entre otros. A partir de esta iniciativa, se unieron otras comunidades que decidieron hacer lo mismo, rectificando la importancia de mantener la comunidad unida para generar cambios en la calidad de vida y en los espacios comunes que se tienen entre vecinos a través de la regeneración de estos.

Esta iniciativa local demuestra cómo se puede trabajar el compromiso local generando un impacto positivo en la sociedad, teniendo en cuenta que si esta iniciativa no provenía de ellos, difícilmente se hubiese podido ejecutar con tanto éxito. Si bien el resultado fue regenerar un área común, el fin era resignificar un espacio perdido, empoderando a los vecinos.



INSIDE OUT ●●

Es un proyecto de arte participativo creado por JR (nombre artístico), ganador del premio TED gracias a este proyecto por poseer potencialidad para cambiar el mundo. Inspirándose en los carteles del arte callejero de gran formato JR comparte retratos de diferentes personas, en los que transmite historias no contadas de la gente. INSIDE OUT le da la oportunidad a las personas a compartir su retrato y hacer una declaración de lo que representan, utilizando los carteles, busca transformar los mensajes de identidad personal en obras de arte público. Se inspira en los carteles callejeros y utiliza estos como plataforma para que lleve al espacio público historias y declaraciones de diferentes personas. Los principales temas que se han abordado son la esperanza, la diversidad, la violencia de género, cambio climático, entre otros.

Este proyecto le da la oportunidad a personas comunes y corrientes a compartir algo propio con el mundo, no inventar algo nuevo ni imponer una tendencia en las personas, sino potenciar lo propio de cada persona y darlo a conocer.

5. REFERENTES

En la búsqueda de referentes se buscó llegar a proyectos, ideas, objetos u otros, que crearan experiencias distintas y poco comunes, destacando sobre todo los formatos y soportes que utilizan para generar diálogos e interacciones entre las personas.

Se encontraron proyectos que destacan la recopilación y transmisión de contenidos, la construcción colectiva, apropiación, formas diferentes de crear participación, transmitir información, entre otras.



PRIORITY BOXES

Es un proyecto del artista Franck de las Mercedes, que consiste en cajas pintadas de varios colores que son enviadas gratuitamente por correo. Estas cajas están vacías en su interior, sin embargo simbólicamente contienen paz, amor o tolerancia. Este proyecto es una propuesta de activismo del artista por la que pretende generar reflexión y diálogo respecto a los tres contenidos, desafiando a las personas a reconsiderar su capacidad para influir en el cambio y cuestionar la fragilidad, el valor y la prioridad dada a esos conceptos.

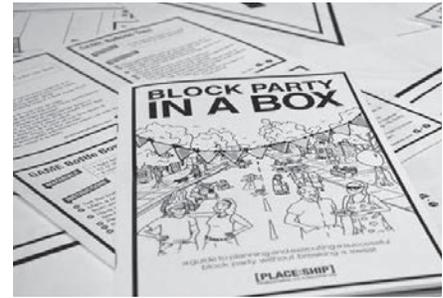
Con este proyecto se muestran formatos inesperados para transmitir ideas y generar reflexión en torno a conceptos que son muy comunes pero que al mismo tiempo han perdido el valor que deberían tener. Busca llamar la atención de cualquier persona en el mundo utilizando el arte como herramienta.



PIMP MY CARROCA

Al español "enchula" mi carroza. Proyecto que pinta carrozas para recolectar basuras de la calle, de ciudades como Rio de Janeiro y Sao Paulo. Mundano, artista callejero brasileiro, junto a TED Fellow, crearon "pimp my carroca" movimiento impulsado por la comunidad para crear conciencia sobre el trabajo invisible de los recolectores de basura pintando sus carrozas.

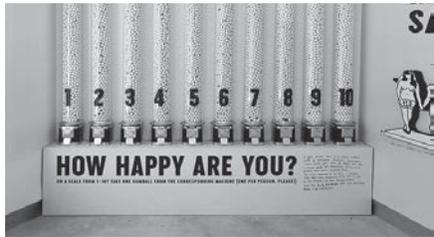
Este proyecto busca a través del humor, la denuncia y el grafitis, entregarle más dignidad al trabajo esforzado que realizan los recolectores de basuras que muchas veces pasa inadvertido para el resto de las personas, de esta forma se visibiliza y reconoce a estos, entregándole a ellos mayor seguridad y autoestima en relación a lo que hacen.



BLOCK PARTY IN A BOX Y NEIGHBORHOOD POSTCARD PROJECT

Estos dos proyectos corresponden a un kit de recursos que pueden ser descargados y utilizados por cualquier persona. En el caso de Block Party in a Box, corresponde a un set de carteles pre-hechos, lista de compras, juegos y otros recursos para planificar y ejecutar una fiesta en un calle, comunidad o barrio. Mientras que Neighborhood Postcard Project corresponde a un set de plantillas de postales que invita a las personas a escribir acerca de barrio y luego entregarlas a gente al azar en otros barrios.

De estos proyectos se destaca la libre disposición de herramientas que ayudan a realizar proyectos comunitarios, ya que a veces se tienen las ganas pero no las habilidades para realizar un proyecto integral, por lo tanto, se necesita de una ayuda externa que sintetice los pasos a seguir. Estas dos soluciones logran generar proyectos de baja escala pero que tienen un gran impacto a nivel social.



“YO NO CRITICO, LO QUE PASA ES QUE LA GENTE HACE COSAS COMENTABLES.”

CHICO DE UNOS 30 AÑOS A CHICA TAMBIÉN DE ESA EDAD. FILA DEL SUPERMERCADO COTO. CALLE LIBERTADOR, OLIVOS. MARTES, 18.30 H.



THE HAPPY SHOW

Es una exposición realizada por el diseñador gráfico Stefan Sagmeister, en el que expone la información obtenida luego de sus investigaciones acerca de la felicidad, complementada con la de algunos científicos. Utiliza las bondades del arte y el diseño para crear una experiencia en el usuario donde comparte sus conocimientos a través de formas no convencionales, utilizando el juego, soportes inesperados e instalaciones interactivas.

Esta exposición es interesante desde el punto de vista del diseño gráfico, formal y sobre todo experimental. Logra captar a los espectadores e integrarlos a su exposición, utilizando la información como puente para crear reflexión, entregando datos duros y objetivos de una forma más dinámica y distinta, a la vez que alienta la participación de los espectadores en su exposición.

EXPOSICIONES COLECTIVAS

Fotografías:

- Measuring the Universe. Roman Ondak
Los espectadores debían marcar su estatura, dejando su nombre y fecha.
- Infinita Obsesión. Yayoi Kusama
Cada espectador podía sacar un autoadhesivo de color y pegarlo dentro de una sala que en un comienzo era todo blanca.

Estas exposiciones se destacan por el concepto de ser colaborativas, es decir, que se construyen a partir de la participación y trabajo tanto de los artistas que las proponen como el de los espectadores. Por un lado el artista trabaja un concepto y busca la forma de comunicarlo dejando el papel de intervenir estas para que en conjunto logren la obra final. En estas exposiciones el rol de los espectadores es fundamental porque de ellos dependen de desenlace de la obra y de también de la capacidad del actor por explicar un concepto.

LA GENTE ANDA DICIENDO

Es un proyecto argentino que recopila fragmentos de conversaciones escuchadas en la calle por cualquier personas que son enviadas por Facebook o Twitter a los gestores y luego publicadas en estas mismas redes sociales. “Son frases sueltas, a veces inconclusas, casi siempre fuera de contexto”, esta misma razón es la que llevo al éxito a esta iniciativa nacida el 2012 que hoy cuenta con dos libros publicados y mas de 100.000 frases.

Lo particular que tiene este proyecto es que pone en evidencia el constante interés de las personas por escuchar conversaciones ajenas y en vez de atacar este problema, lo expone e incentiva de una forma divertida y lúdica. Al sacarlas del contexto, la mayoría de las veces las frases son ridiculizadas o polémicas que no pasan inadvertidas por el lector. Por otro lado, se genera un juego de complicidad con las personas que leen las frases y se sienten identificadas sobre todo al provenir de personas comunes y corrientes que uno encuentra en la calle, pero que parecieran decir la frase precisa en el momento preciso.

DESARROLLO

CONCEPTUAL



1. PROCESO DE CREACIÓN Y DESARROLLO

Para representar el desarrollo del proyecto, respecto al diseño de la propuesta y la búsqueda de alguna comunidad para trabajar, se realizó una línea de tiempo que busca evidenciar las situaciones que se vivieron y cambios que se realizaron para llegar a la propuesta final.

EVOLUCIÓN PROPUESTA

Proyecto Seminario de Título: construir un material análogo informativo para dar a conocer el trabajo de el Centro Cultural Norma Matus a través de relatos de los miembros de esta organización, para mostrar el lado humano y evidenciar los beneficios e impacto que ésta organización tiene sobre sus vecinos, a nivel de personas y de barrios.

Nueva propuesta: trabajo en conjunto con alguna organización comunitaria en el que se trabajará en torno a una temática en específico. Se realiza un levantamiento de información con los miembros de la comunidad de dicha organización, se crea un mensaje respecto al tema y luego se comunica a través de una intervención en el espacio público, revelando una voz colectiva que no había sido identificada.

Se definen tres etapas para el desarrollo del proyecto:

1. levantamiento de información
2. edición de la información y creación de un mensaje
3. revelación del mensaje en el espacio público.

BÚSQUEDA DE UN CASO

Luego de la investigación realizada en La Pincoya, el Centro Cultural Norma Matus se vio interesada en realizar un proyecto en conjunto. Sin embargo con el tiempo, el interés por parte de la organización se fue perdiendo lo que por un lado demoró el desarrollo del proyecto, y por otro, fueron surgiendo nuevas ideas, por lo que no se siguió trabajando con ellos.

Se presentó el proyecto a El Pincoyazo sin éxito. El problema que hubo consistió en que esta organización tenía su propia forma de realizar sus proyectos y de acercarse a sus vecinos. Para ellos los problemas se solucionaban entre los mismos pobladores, y no les gustaba la idea de que alguien externo se involucrara. Ellos ya tenían una "voz" definida.

Luego de dos rechazos en la comunidad de La Pincoya, se decidió buscar una organización más accesible y cercana, por eso se llegó a Lo Barnechea Emprende, donde ya había un contacto directo. Ésta organización busca fomentar el emprendimiento, entregando herramientas, financiamiento, espacios, alianzas, entre otros a los emprendedores de la comuna. Se vieron interesados ya que podía reconocer los beneficios que les traerían a ellos al involucrar nuevas proyectos.

APRENDIZAJES

Ampliación y reformulación del proyecto.

Gran dificultad: llegar a una comunidad. Características de organización usuario: que éste disponible a recibir ayuda externa y no tenga su metodología de trabajo tan definida y cerrada.

Definir una temática en relación a algo que sea un aporte para la organización.

EVOLUCIÓN PROPUESTA

Desarrollo del proyecto con Lo Barnechea Emprende. Temática: emprendimiento. Se formula una pregunta para el levantamiento de información ¿qué te hace emprender? Y se planifican instancias para hacer el levantamiento.

Desarrollo del proyecto con Plan 18. Temática: construcción de una plaza. La pregunta para este caso sería respecto los deseos de una plaza para el Cerro 18.

BÚSQUEDA DE UN CASO

Con el tema del emprendimiento hubo un mayor interés, sin embargo la organización estaba con muchos proyectos para el semestre y a pesar de que ellos no serían quienes lo llevaran a cabo, al usar su nombre debían estar involucrados en el desarrollo y sobre todo de los resultados, ya que se podían exponer a manifestaciones de las cuales no estarían de acuerdo.

Esta misma organización hizo el contacto con Plan 18, una organización que tiene como objetivo la rehabilitación de espacios públicos perdidos en el Cerro 18, a través del trabajo comunitario entre vecinos y voluntarios, incentivando la vida de barrio. A esta organización le pareció muy interesante el proyecto ya que le interesaba aplicar nuevas metodologías y reconocía el valor que una intervención podía generar en su comunidad. Además los gestores son voluntarios jóvenes, lo que permitía una relación más cercana.

Se comenzó a implementar la primera etapa del proyecto bajo el tema de la construcción de un plaza.

APRENDIZAJES

Diseñar sistemas donde las opiniones sean reveladas de forma controlada.

Características de organización usuario: organizaciones más pequeñas, abiertas a nuevas formas de trabajo y accesibles según las condiciones de los gestores del proyecto, en este caso, personas de la misma edad.

Se reconoce la importancia de la etapa de levantamiento de información y de diferentes métodos para recolectar datos.

El proyecto tiene nombre: El barrio habla, una herramienta de manifestación y comunicación. Se sistematizan las actividades claves y las etapas del desarrollo y se crea una metodología. El barrio habla pasa a ser un proyecto que en su esencia se puede replicar en otros lados, cambiando las formas y resultados.

Al reconocer la replicabilidad del proyecto, se crea Revelados, colectivo creativo, que utiliza la metodología para el desarrollo de proyectos como El barrio habla y futuras oportunidades.

La experiencia del trabajo in situ con los vecinos del cerro 18, fue dando luz para poder reconocer una estructura de trabajo que se pudiera replicar en otros lados, sin dejar de lado la importancia de reconocer las características propias de cada comunidad que guían el desarrollo de cada proyecto.

Nace la oportunidad para realizar más proyectos con la misma metodología y objetivos.

Esta búsqueda fue un proceso largo, ya que al depender de otros no siempre se recibían las respuestas en el tiempo esperado, sirvió por un lado, para dar cuenta de las dificultades que surgen cuando se quiere trabajar con una tercero y sobretodo cuando se trata de comunidades ajenas. Y por otro, para reformular el proyecto y transformarlo en lo que es actualmente.

2. COLECTIVO REVELADOS



“Somos un equipo interdisciplinar que utilizamos nuestras habilidades creativas y estratégicas para activar comunidades a través de la revelación de voces que no han sido escuchadas, generando diálogos e interacciones entre las personas y su entorno próximo

MISIÓN

Crear y develar la voz colectiva respecto a temas específicos, incentivando la participación ciudadana y el trabajo en red.

VISIÓN

Queremos ser un llamado de atención y un primer escalón que incentiva la manifestación positiva de actores activos y proponentes, ser un aporte en la construcción de comunidades más empoderadas.

MANIFESTACIÓN

Queremos ser una herramienta de reflexión acerca de temas que convocan e incentivar la opinión pública respecto a estos, hacer un llamado de atención y activar a las comunidades para que hagan ruido respecto a lo que la gente opina, dice, habla, piensa, actúa.

COLABORACIÓN

Creemos en el trabajo colaborativo y por eso construimos el contenido desde las personas, generando vínculos entre ellas y una co autoría en los proyectos realizados.

PARTICIPACIÓN

Estamos convencidos de que la participación ciudadana es una potente herramienta para generar cambios y crear soluciones eficaces y coherentes en distintos escenarios sociales.

TRABAJO EN RED

Invitamos a las personas a apropiarse de sus escenarios, a generar diálogos e interacciones entre las personas y su entorno próximo, a comprometerse unos de otros, reforzando el espíritu de comunidad y el sentimiento de pertenencia. Buscamos ser una herramienta para la construcción de comunidades más empoderadas.



EQUIPO

Nuestro equipo esta compuesto por María José Díaz, diseñadora de la Pontificia Universidad Católica, y Juan Pablo Bravo, arquitecto de la Universidad del Desarrollo. Amigos hace más de 5 años, donde nuestra amistad se ha caracterizado por compartir las ganas de utilizar nuestras disciplinas como herramienta de cambio utilizando lo urbano como soporte.”

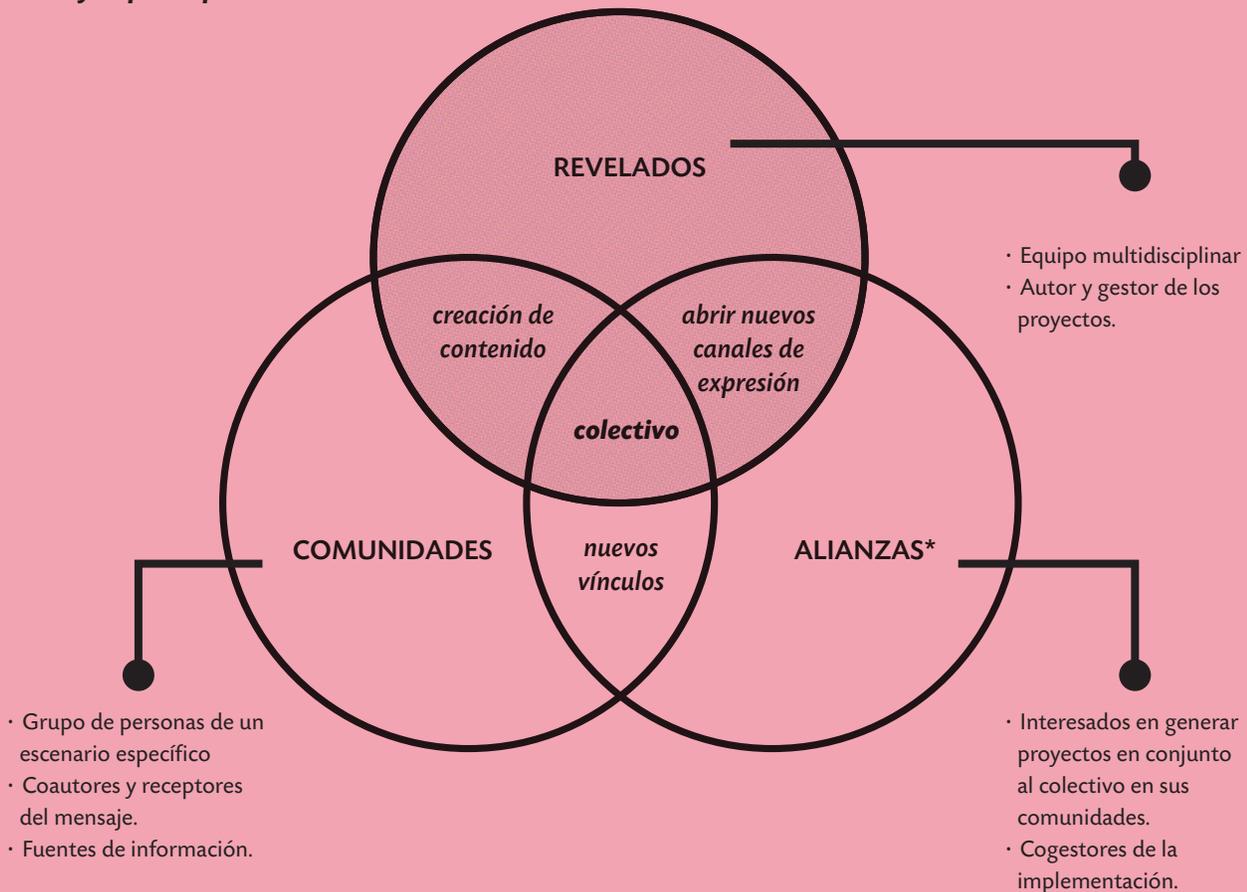
3. PERFIL COLECTIVO

Revelados es un colectivo de carácter social y sin fines de lucro que nace por la inquietud de ser un aporte en la construcción de comunidades más empoderadas. Luego del levantamiento de información, tanto teórico como práctico, nace la idea de crear herramientas que ayuden a activar redes siendo un apoyo o facilitador para descubrir opiniones que no han sido debidamente escuchadas. Teniendo en cuenta la importancia de no intervenir en el funcionamiento interno de estas, sino complementarlo con una propuesta propia.

El colectivo no busca proponer soluciones o cambios, sino que ser el canal que descubre y luego revela voces que han estado invisibles, para que luego se puedan utilizar en la construcción de proyectos o movilizaciones en pos de sus problemas u necesidades. El objetivo del colectivo es impactar y crear opinión para que ellos mismos se den cuenta del rol que tienen como actores proponentes.

La característica que tiene el colectivo es primero, la importancia de escuchar a la comunidad y crear contenido a partir de ella, y segundo, el soporte que se utiliza para revelar este contenido: el espacio público. A través de éste, se comunica mediante intervenciones físicas que deben lograr impactar a las personas cuando se enfrenten a ellas, dándole importancia también, al espacio en el que es montado. Esta decisión se tomó con el objetivo de incentivar la apropiación de los espacios en los que la gente habita, al mismo tiempo de agregar un carácter más lúdico, dinámico y atractivo a el proyecto.

3.1 Actores y su participación



*Éste actor no está siempre presente

3.2 Cómo funciona

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN:

Se invita a los miembros de una red a participar y dar su opinión, para esto se utilizan distintas técnicas de recolección de información lo más interactiva y dinámica posible, para atraer a la comunidad e incentivarlos a opinar. Dependiendo del tema, se seleccionan las herramientas necesarias para la recopilación, se diseña el material y a través de espacios urbanos o eventos comunitarios, se lleva a cabo la recopilación de información.

EDICIÓN:

Luego de recolectar las respuestas, se sistematizan y se crean conclusiones y puntos de convergencia. A partir de éstos, se construye un mensaje que busca reflejar la opinión pública con el objetivo de construir una voz colectiva.

REPRESENTACIÓN:

Con un mensaje claro, se diseña una instalación en el espacio público que sea capaz de generar transmitir y reflejar la voz que se construyó. En la decisión del diseño, se debe considerar que ésta instalación debe ser un llamado de atención para que las personas se den cuenta que sus opiniones son tomadas en cuenta y que los resultados son expuestos y están a disposición para toda la comunidad. De esta forma, se motivan y siguen compartiendo sus ideas. Esta intervención depende del tema y el mensaje construido, dando la posibilidad de ser desde una campaña gráfica, hasta la creación de estructuras grandes.



3.3 Metodología

Buscando una forma de sistematizar a nivel macro las actividades que se deben realizar para la obtención de datos y la revelación de éstos, se creó una metodología de trabajo en la que se definen cinco etapas.

Esta metodología guía la forma en que el colectivo se enfrenta a los proyectos, sin embargo se adapta y modifica según cada escenario en cuestión, debido a la importancia de detectar y comprender las características propias de éstos.

1

ESTABLECER UN TEMA

Identificar una problemática, necesidad u oportunidad que se quiera solucionar o potenciar en una comunidad.

2

CREAR ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

invitar a las personas a participar y dar su opinión. Dependiendo del tema y del contexto, se seleccionan las herramientas necesarias para la recopilación, se diseña el material y a través de espacios públicos o eventos comunitarios, se lleva a cabo la recopilación de información.

PRIMER IMPACTO

Objetivos etapa

Fomentar la opinión pública respecto a temáticas acordes a un contexto específico.

Incentivar la inquietud de las personas para la creación de nuevos proyectos.

Primer impacto

En los espacios de participación de cierta forma se obliga a las personas a reflexionar y tomar una postura respecto a lo que se está preguntado. En el caso de las que participan, además de pensarlo lo manifiestan, mientras que las que no participan de todas formas se genera un cambio en el pensamiento y se instala en ellas aunque sea por unos segundos.

3

CONECTAR PERSPECTIVAS Y UNIR IDEAS

Entender y comprender la voz de la comunidad, creando conclusiones y un mensaje, basado en las respuestas de las personas. Hay casos en que ésta etapa se mezcla con la primera, ya que al mismo tiempo que se edita y recopila información, se pueden ir diseñando nuevas formas de levantamiento utilizando elementos ya obtenidos.

4

COMPARTIR LOS DESCUBRIMIENTOS

Reconocer las características de la comunidad y diseñar una intervención en el espacio público que comunique el mensaje construido de una manera que logre el mayor impacto posible.

SEGUNDO IMPACTO

Objetivos etapa

Reflejar las ideas y pensamientos de los distintos escenarios sociales

Incentivar la apropiación de sus escenarios, a nivel de personas como territorial.

Segundo impacto

Al comunicar la información recopilada y editada en el espacio público se genera un impacto en todas aquellas personas que lo ven. Este impacto puede ser positivo o negativo, el objetivo es que no pase desapercibido y que las personas se tomen un tiempo para contemplarlo.

En el mejor de los casos se espera que las personas se involucren con el mensaje comunicado y que tomen un rol activo frente a este, pero también existe la posibilidad de que las personas simplemente lo vean y no interactúan más allá de eso.

3.4 Elementos

El colectivo está compuesto por cuatro elementos que intervienen durante el desarrollo del proyecto. Cada uno es importante por si solo y conjunto permiten la perfecta implementación de las etapas en las que se utilizan.



PLATAFORMAS DIGITALES

1. Sitio web donde se encuentra el perfil del colectivo, los proyectos realizados y el contacto.
2. Perfil en la red social Instagram, donde se exponen los trabajos realizados y se transmiten los conceptos claves del colectivo.



HERRAMIENTAS DE PARTICIPACIÓN

Material análogo de diversos formatos y soportes para la recopilación de información.



ACTIVIDADES

Experiencias o acontecimientos que sirven como escenarios para levantar información o para comunicar un mensaje.



INTERVENCIONES

Elementos montados en el espacio público para informar un mensaje y llamar la atención.

3.5 Un colectivo de diseño

Revelados es un colectivo de carácter social y sin fines de lucro que nace por la inquietud de ser un aporte en la construcción de comunidades más empoderadas. Luego del levantamiento de información, tanto teórico como práctico, nace la idea de crear herramientas que ayuden a activar redes siendo un apoyo o facilitador para descubrir opiniones que no han sido debidamente escuchadas. Teniendo en cuenta la importancia de no intervenir en el funcionamiento interno de estas, sino complementarlo con una propuesta propia.

El colectivo no busca proponer soluciones o cambios, sino que ser el canal que descubre y luego revela voces que han estado invisibles, para que luego se puedan utilizar en la construcción de proyectos o movilizaciones en pos de sus problemas u necesidades. El objetivo del colectivo es impactar y crear opinión para que ellos mismos se den cuenta del rol que tienen como actores proponentes.

La característica que tiene el colectivo es primero, la importancia de escuchar a la comunidad y crear contenido a partir de ella, y segundo, el soporte que se utiliza para revelar este contenido: el espacio público. A través de éste, se comunica mediante intervenciones físicas que deben lograr impactar a las personas cuando se enfrenten a ellas, dándole importancia también, al espacio en el que es montado. Esta decisión se tomó con el objetivo de incentivar la apropiación de los espacios en los que la gente habita, al mismo tiempo de agregar un carácter más lúdico, dinámico y atractivo a el proyecto.



4. IDENTIDAD VISUAL

4.1 Naming

La palabra REVELADOS viene del verbo revelar.

Según la Real Academia Española (RAE) el significado de esta última palabra, entre otras, es:

Del lat. revelāre.

1. tr. Descubrir o manifestar lo ignorado o secreto. U. t. c. prnl.
2. tr. Proporcionar indicios o certidumbre de algo.

Estas dos frases podrían resumir lo que intenta hacer el colectivo, por un lado esta la parte de descubrir y por otro el de manifestar aquello que esta oculto en las personas y que por cierta razón debe ser mostrado.

Siendo esta la esencia del colectivo, se decidió utilizar esta palabra como base, sin embargo también se hace referencia a la palabra rebelados, que viene de la palabra rebelde, cuyo significado según la RAE es:

Del lat. rebellis.

1. adj. Que se rebela (ll subleva). U. t. c. s.
2. adj. Que se rebela (ll opone resistencia).

En este caso, se hace referencia a una o más personas que se rebelan o sublevan ante una situación.

Es por esto que se le da la conjugación a REVELADOS, haciendo referencia en primer lugar al verbo de revelar y en segunda parte a la idea de que sea un grupo de personas los que se manifiestan respecto a algo.



4.2 Elementos gráficos



Con el objetivo de tener un elemento identificador que podría ser utilizado en todos los proyectos del colectivo, se creó el logotipo. Compuesto por la palabra revelados, se utilizó la tipografía Orator Std, de palo seco gruesa e imponente, que a través de su interlineado hace que cada letra llame la atención y no pase inadvertida. Los remates fueron intervenidos para que quedaran solo líneas paralelas. Esta palabra se inscribió dentro de una caja de dialogo cuadrada, manteniendo las líneas rectas, simbolizando la importancia de que esta revelación viene a partir de una voz.



Parte de los requerimientos de este identificador es que fuese en blanco y negro, para que pudiese ser reproducido fácilmente y de forma económica, dado el contexto en el nace el colectivo y se desarrollan los proyectos. Por esto mismo, la utilización de una línea gruesa permite una mayor visibilidad y genera una potencia e impacto visual mayor, permitiendo también su reproducción en varias soportes. Tomando en cuenta que las intervenciones se realizan en el espacio público, el uso del estencil se convierte en un recurso clave para impregnar el logo en las superficies que caracterizan estos espacios, como lo son la calle, las veredas, los muros, entre otros, siendo además un elemento económico y fácil de producir.

Es importante destacar, que cada intervención es diferente gráficamente las unas a las otras, ya que como se ha dicho va a depender de cada proyecto y del mensaje que se quiere transmitir, por lo que en ese sentido no es necesario una coherencia gráfica.

A pesar de esto, se buscará a la larga mantener una línea de acción que permita reconocer las intervenciones como producto del colectivo. Por ahora, en la etapa del crecimiento la idea es explorar todas las formas posibles sin limitaciones e ir viendo con el tiempo como se podrían unir o quizás, mantener dentro del espíritu del colectivo el desafío de que todos sean distintos.

Colores

–Formato impreso:

Se utilizan mayoritariamente los colores blanco y negro para mantener un línea gráfica económica, llamando la atención con los menores recursos posibles y diseñando estratégicamente en base a esto.

Por esto, se utiliza los colores blanco y negro, y para agregar color se recurre a papeles de colores cuando es necesario. En relación a esto, en el caso de que haya impresión, se priorizan siempre los formatos que se pueden obtener a partir de una impresión casera, es decir, carta u oficio.

–Formato digital:

En el caso de los soportes digitales, se mantiene la línea del blanco y negro, sin embargo se pueden agregar colores dependiendo de cada proyecto, además de la utilización de imágenes en full color para destacar las intervenciones.

Cabe destacar que la identidad gráfica se fue aplicando a medida que se construía el proyecto, por lo que no fue considerada desde sus inicios.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA



1. EL BARRIO HABLA

Primer proyecto Revelados

Se busca atacar a un problema específico: la falta de herramientas que tienen algunas organizaciones comunitarias para escuchar a su comunidad a la hora de generar proyectos para ellos.

“El barrio habla es una consultoría creativa para organizaciones comunitarias orientada a promover la manifestación pública en los procesos de desarrollo y toma de decisiones de proyectos locales.

Buscamos ser un puente entre las organizaciones y sus comunidades, levantando información representativa acerca de un tema propuesto por la organización, para que luego se puedan generar proyectos en base a evidencias, y sean capaces de obtener un mayor impacto a la hora de implementarlos.

Esta acción, además de comunicar la voz colectiva, hace un llamado a participar en la organización comunitaria correspondiente para comprometerse a los proyectos que se desarrollan en su entorno”

OBJETIVOS

- 1) Obtener información concreta para proyectos que desea desarrollar la organización
- 2) Instalar una idea en la comunidad respecto a la información obtenida
- 3) Crear instancias de participación para involucrar a las personas en proyectos locales y concretos
- 4) Fomentar el espíritu de comunidad a través de la colaboración en diferentes proyectos.



1.1 Origen del proyecto

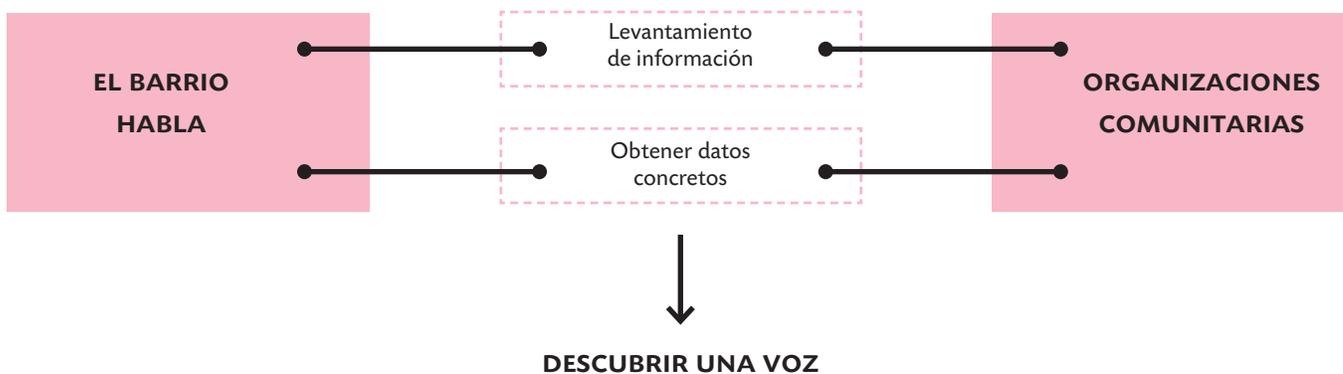
Este proyecto nace a partir del levantamiento de información realizado durante la primera etapa de seminario, en ésta se concluyó que las organizaciones comunitarias están en constante búsqueda y desarrollo de proyectos para ayudar a sus comunidades; les entregan herramientas y conocimientos, espacios de participación y expresión, entre otros, de esta forma los miembros de sus comunidades, reciben diferentes beneficios apuntando siempre al empoderamiento colectivo e individual y a la construcción de vecinos comprometidos en generar cambios positivos y ser actores proponentes.

Sin embargo, gracias a la investigación en terreno, se develó que esto ocurre más en la teoría que en la práctica, ya que muchas veces las organizaciones se centran en llevar a cabo sus proyectos, dejando de lado la importancia de alentar a los vecinos a que hagan sus aportes personales, no solo participando y acudiendo a las actividades que ellos producen, sino a incentivando a que ellos propongan y opinen para la construcción de proyectos en conjunto.

Por esto nace El barrio habla, para facilitar el levantamiento de información respecto a algún tema particular según cada organización, para poder planificar proyectos basando las decisiones en evidencia y fuentes reales, como lo son los vecinos y miembros de la comunidad. De esta forma, la búsqueda de soluciones a diferentes necesidades y problemáticas se hace más representativa y con mayor impacto.

A partir de este proyecto se busca crear distintas instancias que inviten a las personas a tener una opinión acerca de los temas que los involucran o al menos a crear un impacto inesperado.

La principal característica que tiene este proyecto, es que la información recopilada va directamente a la organización con la que se trabaja, esto hace que se pueda cerrar el ciclo de descubrir y manifestar con una tercera etapa que sería actuar, para la cual se le entrega la base a la organizaciones. Al cerrar este ciclo, se puede evidenciar la importancia de la participación ciudadana para generar cambios más potentes cuando se involucra a todos los destinatarios en el desarrollo.



1.2 El barrio

Así como su nombre lo dice, se utiliza el barrio como escenario para trabajar y desarrollar el proyecto, ya que constituye un tipo de comunidad que puede ser delimitada geográficamente.

Para explicar las características propias del barrio y la relevancia que tiene el elegir este tipo de comunidad, se retoma la teoría y se agrega a continuación lo que dicen algunos autores respecto al barrio.

Ander-Egg (1998) define el barrio como “un pequeño grupo de personas que viven juntas con algún propósito común” (p.26), es decir, puede ser considerado como un tipo de comunidad ya que señala que la importancia del concepto de comunidad radica en la existencia de algún aspecto de la realidad, rasgo o característica, en común que sirva para “designar” un grupo y poder denominarlo comunidad como tal. En este caso, ese “algo” está inscrito en un espacio o territorio delimitado “que constituye una entidad identificable e individualizable por límites geográficos preciosos” (p.27) y por lo tanto, se pueden conformar en ellas distintas redes y organizaciones.

Debido a las características de lo urbano, y por lo tanto de la unidad barrial, se facilita la creación de lazos entre sus habitantes y se convierte en un lugar donde pueden ocurrir interacciones y actividades que generan la creación de los vínculos. La importancia de la heterogeneidad de las comunidades se hace latente cuando se habla de comunidad, ya que “a nivel de ciudad, es cuestionable hablar de una sola comunidad homogénea, sino es más preciso referirse a la “multiplicidad de agrupaciones heterogéneas que conviven en su espacio” (Blasco, 2015). Recalcando la multiplicidad de asociaciones que se pueden generar en un espacio en el que conviven e interactúan las personas, y en las que el tamaño de la comunidad solo influirá en la cantidad de redes posibles.

Refiriéndose a la concepción de barrio según el espacio o territorio delimitado, Marchioni (1989) aclara que “en este sentido el territorio es una entidad física y social, no solamente urbanística, en la que vienen a encontrarse y a veces enfrentarse las contradicciones, conflictos, relaciones sociales” (p.70). El lugar físico donde se producen las interacciones se convierten en los protagonistas ya que al utilizar un espacio particular, éste “se convierte en su referencia identitaria fundamental a partir del uso del mismo” (Blasco, 2015).

Marchioni (1989) añade el planteamiento de que los miembros de una comunidad, al vivir estas contradicciones, relaciones y problemas, también son capaces de actuar para solucionarlos, a nivel individual o grupal, de manera espontánea u organizada, entre otros.

Por otro lado, Bazzaco & Sepúlveda (2001) sostienen que “si el barrio representa el espacio físico privilegiado para el desarrollo de las capacidades de auto-organización de una comunidad, la participación ciudadana es la herramienta que permite una efectiva articulación de dichos procesos, de una manera democrática” (p.31), y por lo tanto la auto-gestión pasa a ser parte importante de las características del barrio. Torres (2006), plantea que la capacidad de las personas para “sobrevivir y mantener sus vínculos e identidades” (p.3) hasta en los peores contextos, reforzando nuevamente, la idea del hombre como un ser intrínsecamente social, es capaz de crear agrupaciones a partir de sus necesidades comunes. De esta forma, la lucha por diferenciarse como barrio se hace más fácil al contar con varias redes dentro de un barrio que van aportando desde sus experiencias y visiones críticas para el trabajo y hábitat común.



En conclusión, la principal característica del barrio se refiere a que al ser un espacio delimitado la generación de lazos entre vecinos se hace inherente. Por otro lado, las comunidades barriales comienzan a desarrollar características propias, que se deben tanto a la localidad geográfica como a las personas que habitan y se relacionan en su interior. Esto mismo hace que las actuaciones de los miembros se vean condicionadas a la identidad de su comunidad y por lo tanto reflejen ésta. Además, se expone que la participación se transforma en una herramienta útil y necesaria para la autogestión de los miembros de las redes, destacando siempre la singularidad de cada persona y dando cuenta que gracias a esta herramienta surgen agrupaciones u organizaciones que trabajan en pos de los beneficios por su comunidad.

Estas características del barrio se toman como una oportunidad para Revelados, ya que por un lado en los barrios surgen organizaciones que trabajan por el, y por otro porque ubica el proyecto en espacio y contexto específico.

En la evolución de la propuesta y búsqueda de un caso, se vio que a pesar de las dificultades que existen por trabajar con comunidades siendo un proyecto externo, al trabajar en conjunto a una organización propia de una zona, se facilita el encuentro y convocatoria de personas, al mismo tiempo que se logra insertar el proyecto con una mayor aceptación de las comunidades.

2. EL BARRIO HABLA EN CERRO 18

Primer caso para El barrio habla, como se contaba anteriormente, se llegó a esta organización luego de altos y bajos en la búsqueda de un caso. A pesar de todo, esta organización parecía cumplir con varios de los requisitos para trabajar en conjunto y al mismo tiempo, durante el desarrollo del proyecto, fueron surgiendo nuevas características y requisitos que fueron tomadas por Revelados e integrados en su propuesta.

PLAN 18

Barrio: Cerro 18, zona norte, Lo Barnechea.

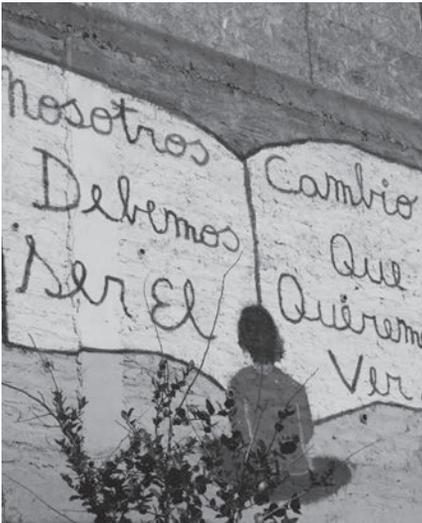
Proyecto: Intervenciones territoriales: construcción de plazas, equipamiento urbano e intervenciones artísticas

Promover espacios de encuentro y participación para la comunidad del Cerro 18.

Promover que la comunidad vecinal se organice y adquiera conciencia y responsabilidades para con su entorno inmediato.

Gestores: voluntarios del sector La Dehesa, Lo Barnechea

Inicio: 2014

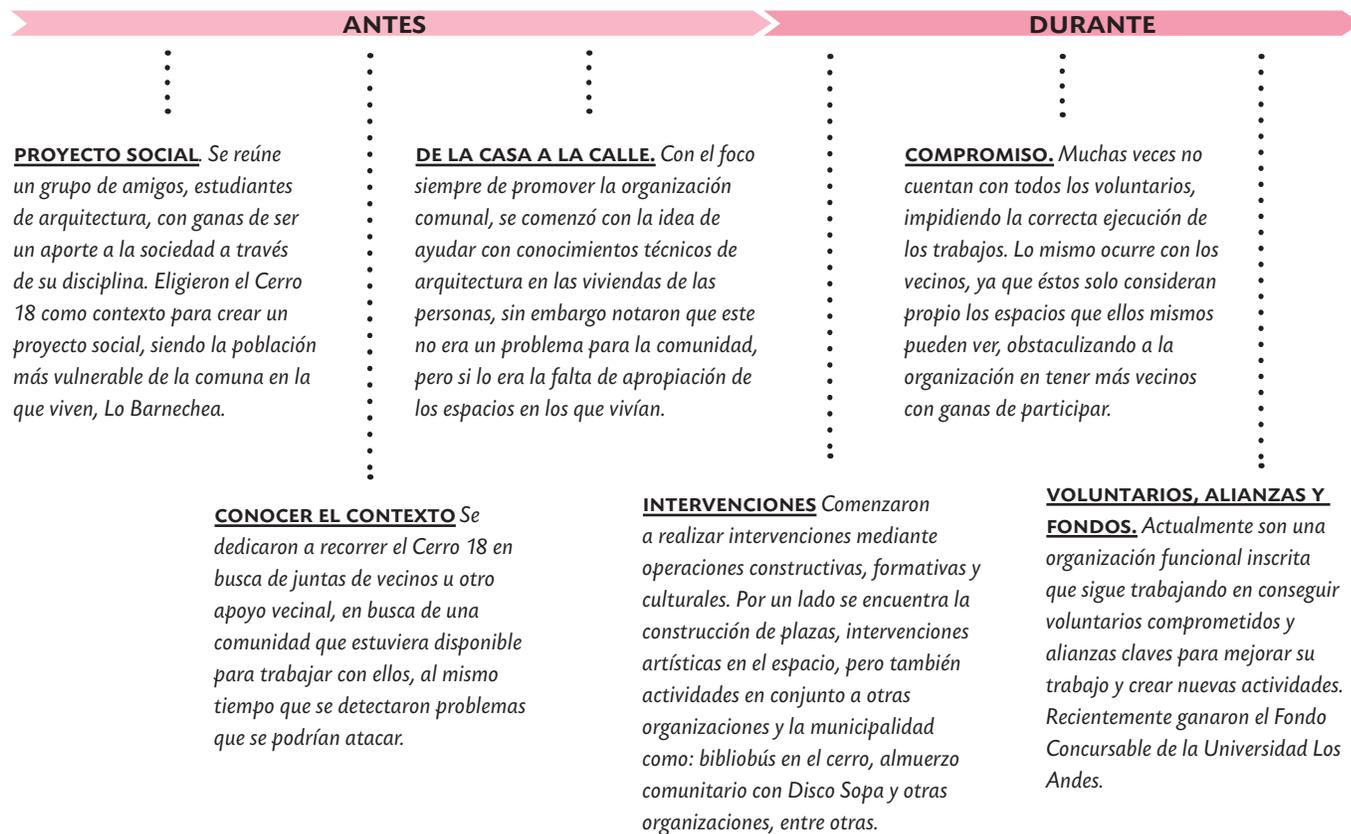


Esta organización al estar compuesta por jóvenes universitarios, alguno de la escuela de arquitectura de la Pontificia Universidad Católica, la comunicación con ellos era más directa y entre pares. Esta característica fue muy positiva a la hora tener que trabajar con ellos y plantear ideas ya que no tenían las expectativas de alguna organización con más historia, entendían que era un proyecto en desarrollo y que por lo tanto se podía ir modificando en el camino. Por otro lado, esta organización lleva menos de tres años y su metodología de trabajo no está definida aún, por lo que a beneficio de El barrio habla, aplicar un método distinto no era controversial e incluso era positivo para los dos lados.

Actores claves

GESTORES	VECINOS
<p>Generar cambios sociales desde las poblaciones Promover espacios de encuentro y participación Entregar herramientas para la autogestión</p>	<p>Construir y embellecer sus barrios Compartir con los vecinos Apropiarse de su entorno</p>
<p>Voluntarios que provienen de la zona La Dehesa, Lo Barnechea. Decidieron poner sus conocimientos y herramientas al servicio de los demás, promoviendo interacciones y diálogos entre los vecinos del Cerro 18. Van todos los sábados a trabajar con la comunidad.</p>	<p>Pobladores del último sector del Cerro 18. Los sábados reciben a los voluntarios, ayudan y apoyan en las actividades. Algunos vecinos no participan de las actividades en sí, pero sí gozan del embellecimiento de sus barrios.</p>

Interacciones claves



Contexto

Antes de presentar el proyecto, es necesario conocer el contexto en que se trabajó, ya que, como ha sido mencionado antes, las características propias del barrio son reflejo de la identidad de las personas y por lo tanto ayuda a comprender las actuaciones y reacciones de los vecinos; al mismo tiempo que permite tomar decisiones de diseño acordes al contexto.

Antes de presentar el proyecto, es necesario conocer el contexto en que se trabajó, ya que, como ha sido mencionado antes, las características propias del barrio son reflejo de la identidad de las personas, y por lo tanto ayudan a comprender las actuaciones y reacciones de los vecinos. Al mismo tiempo, éstas permiten tomar decisiones de diseño acordes al contexto.

En la década de los 80, como solución a las dificultades habitacionales de algunas familias, nació la población que hoy se conoce como "cerro 18" de Lo Barnechea. Paradójicamente, se encuentra en medio de una de las comunas más acomodadas del país. Actualmente a esta zona se le ha adjudicado el nombre de "favela chilena", debido al hacinamiento de viviendas que existe en el sector y por los altos niveles de delincuencia y drogadicción que existen ahí.

La población de Cerro 18 se separa en dos: Cerro 18 Norte y Cerro 18 Sur. En este caso se trabajó en la parte más alta del Cerro 18 Sur, zona compuesta por una calle principal que sube y gira al final, y por una calle que intersecta perpendicular a ésta. A la vez, estas calles están conectadas por escaleras y sendas peatonales interiores.

Las características morfológicas propias de un cerro hacen que la conectividad del barrio sea más complicada, en cuanto al flujo local y al flujo con el resto de la ciudad. La movilidad de las personas suele ser directa a sus casas y de vez en cuando al almacén más cercano, pero no existe ningún incentivo por querer ir más

allá del perímetro de lo que le pertenece a cada uno. Al no pasar micros en este sector, las personas deben caminar cerro arriba para llegar a sus casas, o utilizar automóviles o colectivos.

Por otro lado, la ausencia de espacios públicos recreativos, como plazas, hacen que las personas se queden dentro de sus casas o a la salida de éstas, lo que provoca que no se conozca lo que está pasando un poco más allá de su perímetro visual.

Por ser una zona peligrosa donde abunda la delincuencia y las drogas, la municipalidad y los carabineros no tienen mucho control sobre ésta, por lo que no hay incentivos por mantener el lugar más habitable, desde el punto de vista de los espacios comunes.

Por otro lado, debido a que esta población nació a partir de tomas, se puede advertir que las personas tienen un gran problema de apropiación de su barrio, ya que consideran suyo lo que sucede dentro de sus casas, sin importarles mucho lo que pasa fuera de ese espacio.

A pesar de no existir mucho interés por lo que ocurre afuera del perímetro de sus casas, los vecinos responden a la necesidad de relacionarse con los otros en los espacios públicos. La ausencia de parques, plazas y centros comunitarios generan un comportamiento intuitivo de encontrarse en espacios comunes como las escaleras, donde los niños juegan, las sendas que existen entre las calles, y las casas, las que conforman un lugar fundamental de encuentro entre vecinos más cercanos.





Plaza intervenidas por Plan 18



Escaleras intervenidas por Plan 18



Calle principal

3. METODOLOGÍA APLICADA

1

Contacto:

En este proyecto se utiliza la estrategia 1 de generar alianzas claves para el desarrollo de los proyectos.

En este caso, el colectivo fue quien contactó a una organización comunitaria: Plan 18, a través de correo electrónico. Se vieron interesados desde un comienzo ya que al ser una organización en crecimiento, le interesaba aplicar nuevas metodologías a su trabajo, y reconocía el valor que una intervención como ésta podía tener.

Establecer un tema.

En la primera reunión se expusieron los objetivos y metodología de trabajo de El barrio habla, mientras que Plan 18 planteó un proyecto que se estaba comenzando a desarrollar y que podía servir para trabajar en conjunto. A partir de este, se definieron los objetivos de la información a recopilar y se construyó una pregunta abierta.



Tema: Proyecto plaza El Mirador

Objetivo: levantar información con los vecinos del cerro 18 acerca de cómo les gustaría que fuese la plaza que se va a construir y sumar nuevos vecinos para el desarrollo de este proyecto.

Preguntas: ¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Conociendo el contexto del Cerro 18, era complicado preguntar e invitar a participar únicamente en el proyecto plaza El Mirador, ya que ésta se encuentra en un lugar de poco acceso para los vecinos que viven más lejos perdiendo la apropiación del espacio y el protagonismo de querer ayudar a intervenir ahí. Por esto, se decidió formular la pregunta ampliamente para que los vecinos no se vieran limitados a ésa plaza y opinaran respecto a sus realidades, generando también, conciencia respecto a la falta de espacios de recreación con las que se cuenta e instalando las inquietud por querer tener más plazas.



Futura plaza El Mirador

2

Crear espacios de participación:

Afortunadamente, había un evento que la organización iba a realizar dos semanas después de la primera reunión, por lo que la actividad para convocar a los vecinos ya estaba hecha.

El evento consistía en un almuerzo comunitario en la que participaban varias organizaciones como Food Day Revolution, Disco Sopa, Triciclo, entre otras; y Plan 18 fue el que se encargó de la gestión y el llamado a los vecinos.

Para el evento se diseñó un logo que dejara en evidencia el objetivo del proyecto: hacer hablar al barrio. Además de un módulo pequeño para crear presencia, visibilidad y para contar con un espacio propio en el que se invitara a participar; y las herramientas de participación que se diseñaron para el levantamiento de datos.

-Módulo:

Se diseñó un espacio que llamara la atención de las personas y que creara un ambiente distinto en el que se estaba. Consistía en una estructura con información y un buzón para dejar las respuestas, y una mesa para invitar a los niños a quedarse en el lugar.

La estructura tenía el logo de El barrio habla, lo que ayudaba a entender la idea del proyecto debido a su nombre. También se escribió otra pregunta, improvisada en el momento que decía: ¿qué características tendría tu plaza ideal?, para invitar a que las personas al acercarse interactuaran directamente en ese espacio con respuestas cortas.

-Encuesta

A través de una encuesta pequeña se buscaba obtener todo tipo de respuestas acerca de cómo podría ser la plaza.

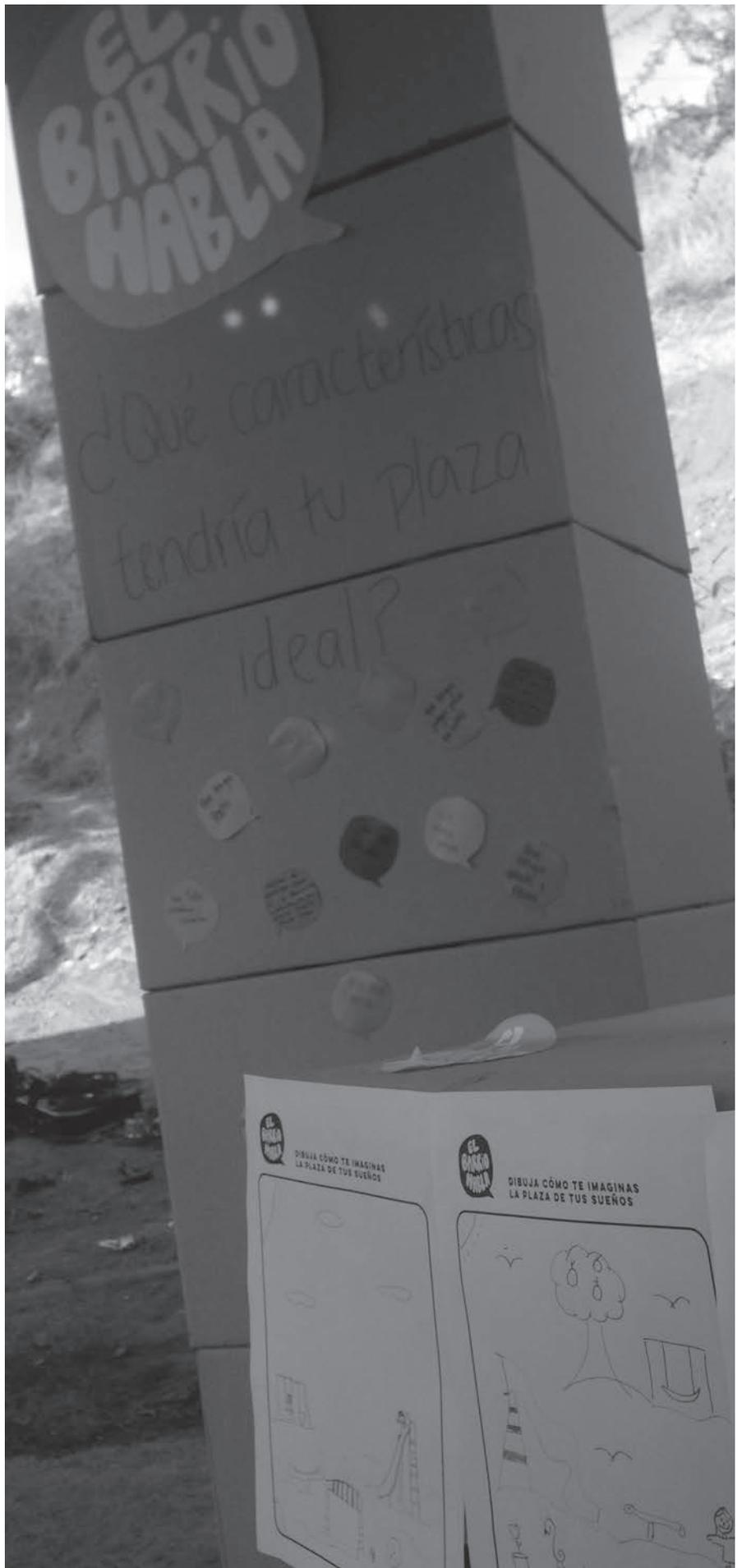
Para evitar el problema de que las personas no se acercaran al módulo para participar, lo que se hizo fue repartir las encuestas junto con un lápiz, pedirles que escribieran su respuesta y la dejaran en el buzón de la estructura. Además esta acción ayudaba con la privacidad de las personas, permitiendo escribir lo que quisiera.

La segunda pregunta de la encuesta: ¿Te gustaría participar? Invitaba a los vecinos interesados en crear una plaza a dejar sus datos para contactarlos, creando un lazo concreto.

-Hoja para dibujos

También se contaba con una actividad para que los niños pudieran dar ideas a través de dibujos. Para estos se cambió la pregunta a ¿Cómo te imaginas la plaza tus sueños?, para darle un toque más infantil y lúdico.





*Estructura de cajas de cartón:
económico, visible y fácil de intervenir
Logo en grade: llamar la atención de
las personas*

Conclusiones:

El evento en general no tuvo la convocatoria esperada, sin embargo para El barrio habla no fue un problema ya que mientras que hubieran vecinos que participaran, ya se podían obtener datos concretos y comenzar a generar el primer impacto.

La actividad que se encontraba en la estructura no fue tomada muy en cuenta, en parte porque no se explicaba por si sola y también por el hecho de que se tenían que acercar al modulo y se exponían a que todos vieran sus respuestas.

Por otro lado, gracias a la estrategia que se usó al repartir las encuestas con un lápiz, hizo que ésta actividad tuviera éxito, habiendo solo unas pocas personas que no respondieron. Al hacer esta acción en cierta forma obligó a las personas a responder, dando siempre el espacio para no intimidar y dejar la respuesta a su criterio. Con esto mismo, se confirmó el interés de las personas por participar y a pesar de que no habían muchos vecinos, la mayoría de los que estaban presentes respondió.

La actividad para los niños también tuvo mucho éxito, la mesa estuvo casi siempre llena, lo que también atraía a las personas a ver de que se trataba la dinámica. De esta forma, los niños se transformaron en una buena fuente de información y una manera para llegar a más personas.

En general las personas no preguntaban sobre El barrio habla, lo que significa un desafío para el futuro: entregar más información e incentivos para que las personas se interesen en el proyecto completo y no solo en dar un respuesta.



PRIMER IMPACTO

OBJETIVOS:

A) Fomentar la opinión pública respecto a temáticas acordes a un contexto específico: este objetivo se logró al invitar a las personas a pensar y compartir su opinión respecto a la plaza que les gustaría.

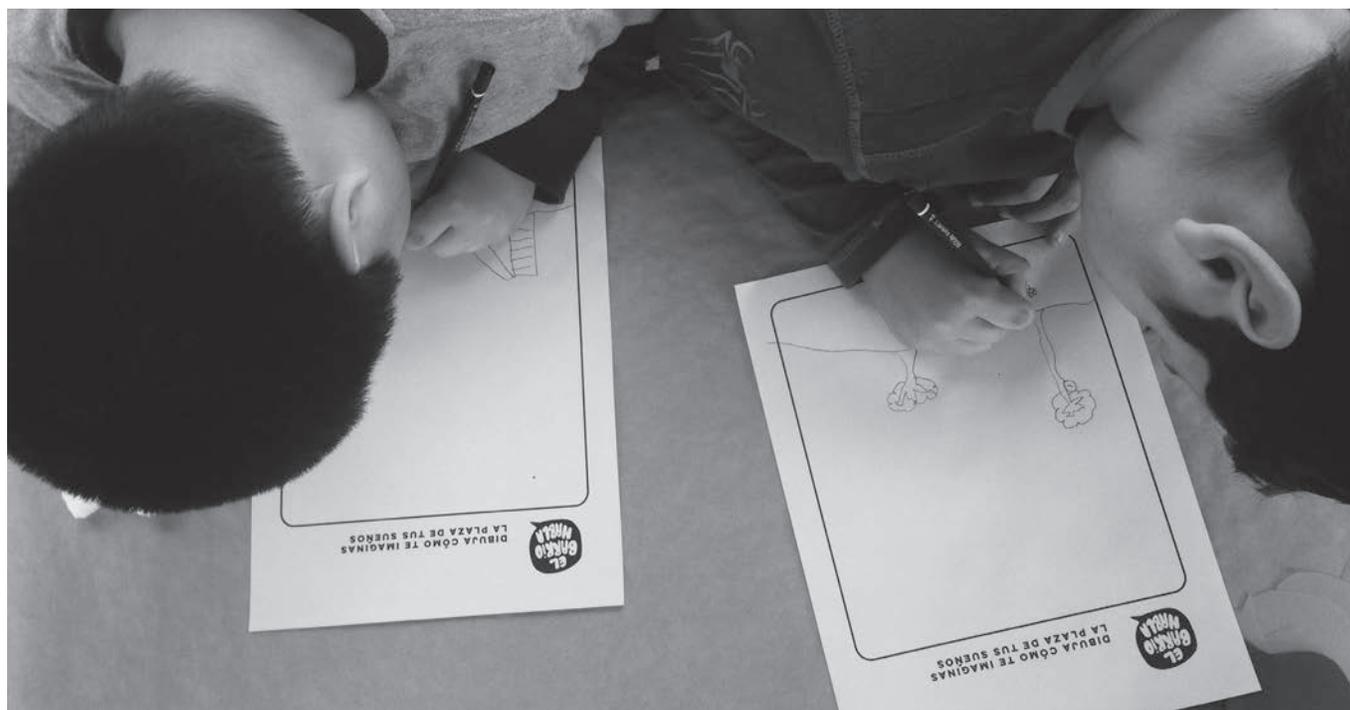
B) Incentivar la inquietud de las personas para la creación de nuevos proyectos: a través de la opción para dejar los datos se buscaba fidelizar vecinos que quisieran participar en estos nuevos proyectos. De estos 32 respuestas, 14 vecinos dejaron sus datos, un cifra muy alto respecto a las expectativas que se tenían, demostrando que al preguntarle a las personas e interesarlos a través de dinámicas más lúdicas, se pueden obtener buenos resultados.

PRIMER IMPACTO:

En esta etapa y primer acercamiento a la comunidad se generó el primer impacto. Primero, al estar ubicadas en un espacio físico del evento y contar con una estructura que generaba visibilidad, las personas pudieron ver que algo estaba pasando. Gracias a su nombre de El barrio habla, al ser tan representativo, las personas podían entender la idea general del proyecto, por lo que cuando decidieron participar, lo hicieron sabiendo a que se estaban enfrentando y cuando se acercaban, era para saber más del proyecto.

Haciendo la pregunta y junto con ella, la acción de ir en busca de respuestas, instantáneamente las personas debieron tomar una postura sobre participar o no. Por un lado, en los que decidieron que no, ya se había logrado un primer acercamiento a pesar de haber rechazo,

mientras que las personas que aceptaron el desafío, se vieron obligadas a pensar y buscar la mejor forma de manifestarse. En este caso, el impacto es mayor y el haber logrado que 32 personas respondieran significa que esas 32 se dieron el tiempo de reflexionar y crear una opinión al respecto, y si se toman las 14 personas que dejaron sus datos, significa que 14 personas no solo reflexionaron, sino que decidieron involucrarse en el proyecto.



3

Conectar perspectivas y unir ideas:

A partir de todas las respuestas obtenidas, tanto escritas como en dibujos, se analizó la información obtenida destacando palabras o dibujos claves. Luego se cuantificaron respecto a la repetición de estos y se interpretaron.



Enuestas y dibujos obtenidos luego del evento junto a Plan 18.



EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Arboles verdes y flores

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

TAMIA 2609784

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

AREA de JUEGOS para NIÑOS
MAQUINAS ESPECIALES

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

LINDSY 203

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

CECILIA FLORES 976177338

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

CONSUELO 60777809

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Arboles verdes y flores

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Coh MUCHO y MOC

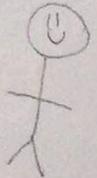
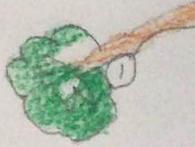
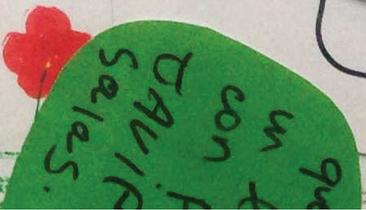
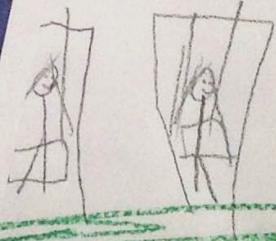
¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

CONSUELO 60777809

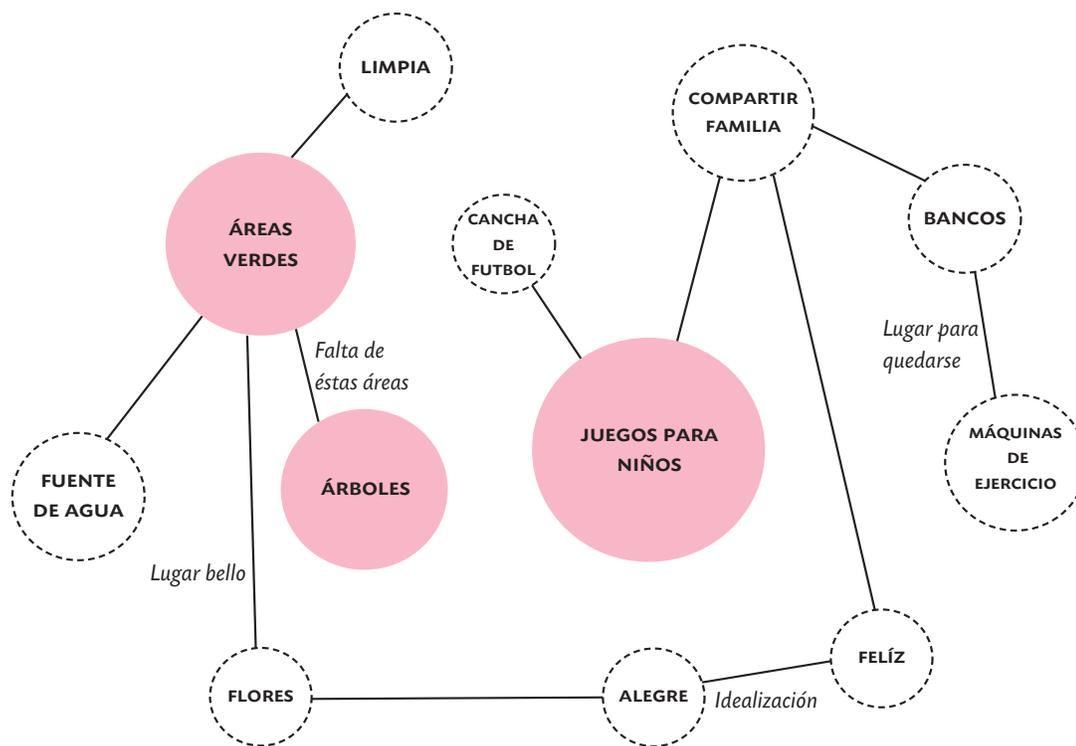
EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Arboles verdes, donde las flores, con niños siempre



32 ENCUESTAS



OTROS:

muchos niños, muchos amor, entreteniones, skate park, bike park, sol brillante, juegos educativos, grande, colores, lugar para caminar, estatua personaje del lugar, lugar techado, participación, espacios, tranquilo, árboles con frutos, iluminada.

En base a las respuestas obtenidas en las encuestas, se ve que el concepto más repetido es "juegos para niños". Con esto se puede interpretar que las plazas las asocian a lugares para niños:

"PARA MI NO. PERO DADO PARA LOS NIÑOS ES BIENVENIDO".

Sin embargo, en contraste a esto, también se encontraron respuestas en las que se entendía a la plaza como un lugar de encuentro para cualquiera, idealizándola como un lugar perfecto para compartir con la familia:

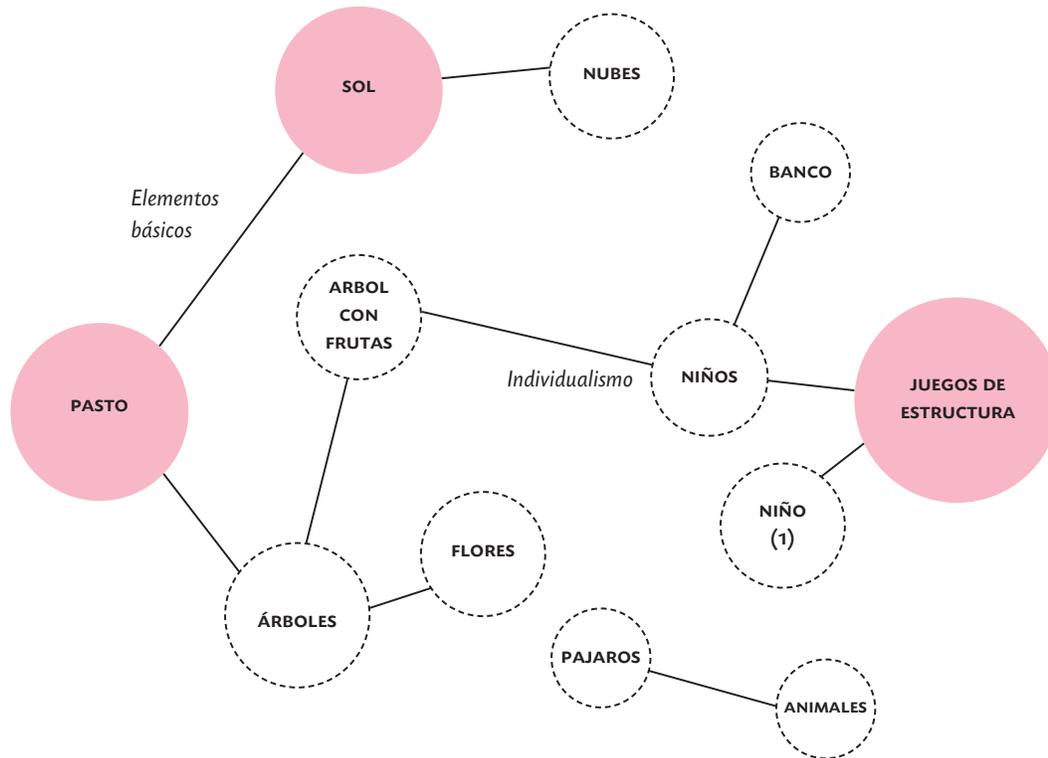
"DONDE LAS FAMILIAS COMPARTAN CON SUS NIÑOS Y SEAN SIEMPRE FELICES".

Sumando el deseo de bancas y maquinas de ejercicios se expande esta concepción de que la plaza puede ser un lugar que los integra y reúne a todos y no solo como un lugar de paso, como podría ser una senda o escalera, sino que para sentarse o hacer ejercicio, es decir, para instalarse.

Con el segundo concepto más repetido del deseo por "áreas verdes", se evidencia la necesidad que existe por estas áreas que son tan escasas en la zona, debido a la morfología del cerro y al hacinamiento de viviendas. Repitiéndose las flores y arboles como elementos claves de una plaza, de esta forma, la plaza se vuelve un lugar bello para estar, atractivo y recreacional.

Las respuestas siempre eran en torno a la familia, en ningún caso se refirieron a los vecinos, demostrando la carencia de lazos que existe en esta comunidad y la importancia que tiene al núcleo familiar.

24 DIBUJOS



OTROS:
juegos deportivos, juego en suelo, castillo, piscina, cancha de fútbol, laguna con patos, casas.

Para los niños el elemento más característico de una plaza son los juegos de estructura como el refalín, el columpio, entre otros. Junto a estos, en la mayoría de los dibujos aparecía el sol, pasto u arboles, para situar mejor el contexto que se estaba dibujando.

Muy pocos niños fueron más allá que la típica plaza que uno conoce, lo que demuestra que para ellos la actividad era para pasarla bien un rato, pero no ponían a trabajar su imaginación más allá de eso. Los elementos más originales fueron: un castillo y una laguna, pero el resto se quedaba en lo típico. Esta observación lleva a que la necesidad de los niños no va acompañada por una plaza de los sueños, sino que simplemente desean tener una plaza en la cual pueden ir a jugar.

Otro elemento que llama la atención tiene que ver con la presencia de personas en los dibujos. Solo 11 dibujos de 26 tenían personas, de los cuales solo 6 era más de uno. Esto también muestra la poca relación que existe en la comunidad ya que no está instalada la concepción de que ir a la plaza puede significar estar con más niños compartiendo.



Conclusiones:

En general se obtuvieron resultados en que las personas expresaron su deseo por una plaza y la características que debían tener. Si bien la mayoría de las respuestas no fueron cosas originales, ciertos elementos hicieron notar por un lado la falta de espacios de encuentro, para estar y recrearse, y por otro el déficit que existe entre los lazos vecinales.

Manifiesto

Luego de analizar cuantitativa y cualitativamente los resultados, había que construir y sintetizar el mensaje que estaba en los datos obtenidos. Para esto, se construyó un manifiesto para comunicar los deseos de la comunidad respecto a cómo les gustaría su plaza.

La edición de este manifiesto se realizó utilizando las propias palabras de los vecinos a través de textualidades, para que así los vecinos se identificaran con las frases y palabras e hicieran propio el manifiesto. Estas textualidades fueron elegidas estratégicamente intentando buscar las frases más representativas luego del análisis: deseos simples pero que puede obtener grandes beneficios.

La idea de utilizar textualidades tenía el objetivo de que los vecinos se reconocieran en las respuestas y se dieran cuenta que son ellos quienes se están manifestando. Además se buscaba generar complicidad de los deseos y que generen un sentimiento de pertenencia a través de esta colaboración en la construcción del mensaje.

***Me gustaría una plaza,
una plaza con mucho verde.***

***Que hayan arboles
para respirar aire libre y
descansar en su sombra.***

***Que hayan flores,
jardines de flores y colores.***

***Que hayan juegos,
Donde todos puedan jugar.***

***Que tenga un lugar para caminar
Entre el parque verde
y bajo el sol brillante***

***Que hayan frutos en los arboles
Para comerlos y compartir***

***Donde las padres
compartan con sus hijos
y sean siempre felices.***

***Me gustaría una plaza,
Una plaza con muchos niños
y mucho amor***

mucha área verde y juegos para los niños



Grutos en los Arboles
Para comerse los

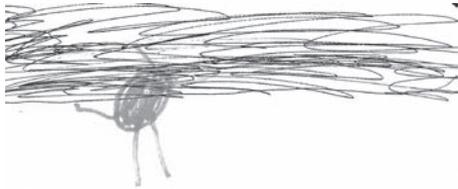
PASTITO arboles
Para la sombra

una
Cancha
de futbol

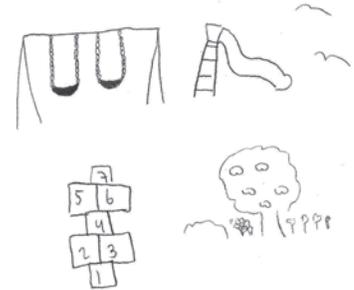


familias comportan
con sus niños
y SEMPRE siempre
muy felices

Con juegos para niños
y muchas áreas verdes
y magnias para
ejercicios

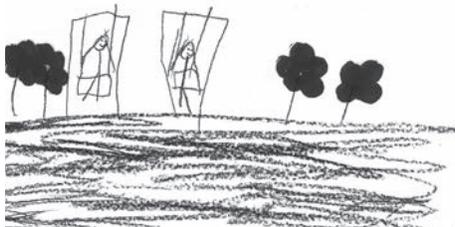


una plaza con
mas áreas verdes
y juegos



que todos los niños
y adultos puedan
jugar

Áreas verdes y
juegos



4

Compartir los descubrimientos:

Teniendo el manifiesto, se buscó la mejor forma de exponerlo. Para esto, se analizaron posibles soportes para la intervención, tomando en cuenta las características del Cerro 18.



Escaleras: éstas son un elemento que se encuentran en todo el cerro y por lo tanto son un soporte disponible en distintos puntos, además, su forma tridimensional, permite exploraciones formales diferentes y atractivas

Por las características del territorio, la escaleras son un lugar por el que las personas están obligadas a pasar, sin embargo el tráfico de una escalera en particular esta definido casi únicamente por quienes viven cerca de ellas y las necesitan utilizar.



Muros: por el desnivel del cerro, hay muchos muros de contención que se construyeron para soportar las casas, pero también sirven como un soporte que se puede intervenir ya que están presente por todo el recorrido que bordea la calle.



Calles, veredas y pasillo: el suelo es otro elemento que encontramos en todos lados, en el se mantiene el mayor flujo de personas y donde más se convocan los vecinos. Por la falta de áreas verdes que tienen y recordando la concepción de apropiación que tienen los vecinos del cerro 18, las calles, veredas y pasillos se convierten en el espacio común que tienen con sus vecinos, de encuentro y recreación.



Espacios verdes o plazas: podrían ser un lugar interesante de intervenir ya que tienen relación directa con el manifiesto, sin embargo estas áreas son escasas en el cerro y se encuentran en zonas poco visibles para la mayoría de los vecinos.

Finalmente se decidió trabajar con la calle, veredas y pasillo, principalmente por el tráfico de personas que atrae y por la connotación que tiene para los vecinos como espacio de encuentro y recreación, características propias que tiene una plaza, utilizando este argumento para hacer un llamado de atención para comprender la falta de mejores espacios.

PRIMERA PROPUESTA

Diseño

El diseño de la intervención consistió en separar las frases por párrafos y utilizando el suelo como soporte, se impregnaron las frases en las calles del Cerro 18. Se dispusieron en distintos puntos estratégicos en la zona del cerro, los cuales fueron elegidos por un lado para armar un recorrido por el barrio; y segundo, por ser espacios que representaran o hicieran contraste con las frases expuestas. Además, gracias a la redacción del manifiesto, cada frase funcionaba por si sola evitando confundir a las personas ni dejando ideas inconclusas o abiertas a malas interpretaciones.

La dinámica de separar el manifiesto tenía el objetivo de estar presente en varias zonas del cerro y no limitar a escribir el manifiesto en un solo lugar, es decir, tener más puntos de contacto con los vecinos y así llegar a más personas. Por otro lado, combatía la idea de los límites de cada vecino, demostrando que su comunidad no solo corresponde a la que ven con sus ojos y que los vecinos que viven un poco más allá, también comparte los mismos problemas.

Características formales

PROCESO

Para trabajar con la menor cantidad de materiales y recursos, se utilizó la técnica del estencil imprimiendo las frases en hojas tamaño a carta y recortando las letras manualmente.

MATERIALES

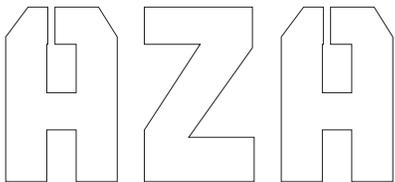
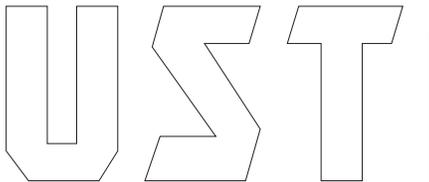
Pintura en spray
Hojas tamaño carta
Corta cartón y regla
Masking tape

COLOR

Se eligió el color blanco para hacer contraste con el color del cemento gris. No se utilizaron colores para darle prioridad al mensaje.

TEMPORALIDAD

La intervención no podía durar para siempre, por lo que se utilizó un spray común y corriente que se iría saliendo con el tiempo, durando al menos un mes y medio.



DIMENSIONES

Las frases tenían distintas dimensiones, pero debían medir como máximo un espacio de 1,80 metros de ancho por 0,50 metros de alto. Estas dimensiones fueron elegidas porque se consideró que eran lo suficientemente grandes y visibles, sin que invadieran a las personas, ya que no se sabía como iban a responder los vecinos ante la intervención.

Además, tomando en cuenta que iban a ser cortadas a mano, el trabajo que requería demandaba mucho tiempo.

TIPOGRAFÍA

Se utilizó Kroftsmann ya que es una tipografía de palo seco que no tiene curvas, lo que ayudó a cortar las letras con corta cartón sin problemas.

TIPOGRAFÍA KROFTSMANN



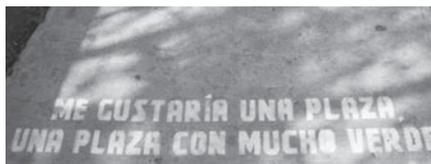
Implementación

1. Impresión de las frases en hojas tamaño carta, solo en contorno de las letras, evitando el gasto innecesario de tinta.
2. Corte de las frases manualmente con corta cartón y regla, unión de las hojas formando los estencil de cada frase.
3. Elección del espacio y soporte a intervenir, tomando en cuenta lo que dijera cada frase y siguiendo una lógica de recorrido.
4. Pintado con spray blanco sobre el cementos utilizando el estencil.

Difusión

Para atraer a los vecinos y explicar el concepto, se diseñó una postal que fue repartida por las casas y a los vecinos que se acercaban por curiosidad. Ésta contiene: un texto explicativo, un mapa donde se encuentran las frases y los contactos para que se sigan informando del proyecto.

Frases y contexto



1. Me gustaría una plaza,
una plaza con mucho verde.
Entrada de pasillo que permite el acceso a toda la parte inferior de la zona elegida.
Abarca un espacio bastante grande de cemento y tierra.



2. Que hayan arboles
para respirar aire libre y
descansar en su sombra.
Vereda a la entrada de una escalera.
Punto que le llega mucho sol.



3. Que hayan flores,
jardines de flores y colores.
Punto en que se encuentra una escalera con un pasillo. Ubicado cerca de una de las pocas zonas que tiene pasto.



4. Que hayan juegos,
donde todos puedan jugar.
Escalera que lleva a la plaza que construyo Plan 18. Se pude ver la plaza desde el lugar que esta la frase.



5. Que tenga un lugar para caminar
entre el parque verde
y bajo el sol brillante
Vereda expuesta al sol, que da a un estacionamiento, la calle y un bajo nivel en el que están los basureros. No se utiliza mucho esta esquina porque la gente esta acostumbrada a caminar por la calle.°



6. Que hayan frutos en los arboles
para comerlos y compartir
Calle más bien oscura pero de mucho transito tanto vehicular como peatonal, especialmente ahora ya que conecta el nuevo ascensor del Cerro 18, con la calle principal.



7. Donde las padres
compartan con sus hijos
y sean siempre felices.
Entrada de una escalera, que también lleva al almacén, por lo mismo es una zona de harto transito. En la familia dueña del almacén hay dos niños que suelen estar por ahí jugando.



8. Me gustaría una plaza,
una plaza con muchos niños
y mucho amor
Calle a la entrada de una escalera, bajo un sector de arboles no muy bien cuidados.







Conclusión

En general, en la preparación de los materiales y herramientas para realizar la intervención, ninguno de los pasos significó mucha dificultad. El punto más crítico fue el corte manual de las frases ya que tomó más tiempo de lo esperado, sin embargo, gracias a las tomas de estas decisiones, el proyecto resultó bastante económica, manteniendo así, la línea del colectivo.

Durante la implementación se pusieron a prueba los prejuicios que se tenían respecto a la intervención. Por un lado, las dimensiones de las frases respecto al impacto visual que generaban en su contexto, no era el esperado, minimizando la idea que fuese atractiva y llamativa. A pesar de que esta decisión se tomó en base a la incertidumbre de cómo reaccionarían los vecinos al estar pintando su veredas, la situación fue totalmente opuesta. Ningún vecino se sintió invadido o molesto por la intervención, por el contrario, algunos se acercaban interesados y les parecía una idea interesante.

La elección de los puntos intervenidos resultaron precisos, ya que se intentó generar un diálogo entre la frase y el contexto que se estaba interviniendo. Se priorizaron las veredas, ya que estas tenían mayores puntos de conexión y por lo tanto recibían un mayor flujo de personas.



SEGUNDO IMPACTO

OBJETIVOS:

A) Reflejar las ideas y pensamientos de los distintos escenarios sociales: este objetivo se logró al impregnar las frases creadas a través de las textualidades de las personas en las veredas y calles del Cerro 18, soporte previamente analizado.

B) Incentivar la apropiación de sus escenarios, a nivel de personas como territorial: este objetivo no se pudo validar en esta etapa ya que requería de la interpretación de las personas y de la reacción de estas ante la intervención.

SEGUNDO IMPACTO:

En esta etapa se desarrolló un parámetro de medición subjetivo respecto a los espectadores para determinar si la intervención tenían un impacto en la gente.

Durante la implementación de la intervención, se llamó la atención de algunas personas que se acercaron a preguntar que significaba y de donde provenían. Sin embargo, para saber lo que provocó en las personas cuando se vieron enfrentadas a las frases se tuvo que realizar una validación en terreno con el objetivo de recopilar impresiones de las personas y ver las reacciones de éstas ante la instalación y sus objetivos.

IMPACTO ALTO	PARTICIPA E INTERVIENE
IMPACTO MEDIO	OBSERVA Y COMENTA
IMPACTO BAJO	SOLO OBSERVA
IMPACTO NO LOGRADO	NO LO VE

Validación

IMPACTO BAJO: SOLO OBSERVA

Una semana después de la intervención y de haber repartido las postales por las casas, se fue al Cerro 18 y se consultó a treinta vecinos acerca de la impresión que tuvieron de las frases que estaban en el suelo.

Postales entregadas: 150

Entrevistados: 30

Número de personas total que leyeron las frases: 28

Cuántas frases leyeron:

1 a 2: 18

3 a 5: 7

6 a 8: 3

Número de personas que leyeron la postal: 17

Hicieron el recorrido: 3, 2 eran niños.

Conocían Plan 18: 13

Les gustó:

Sí: 13

Indiferentes: 15

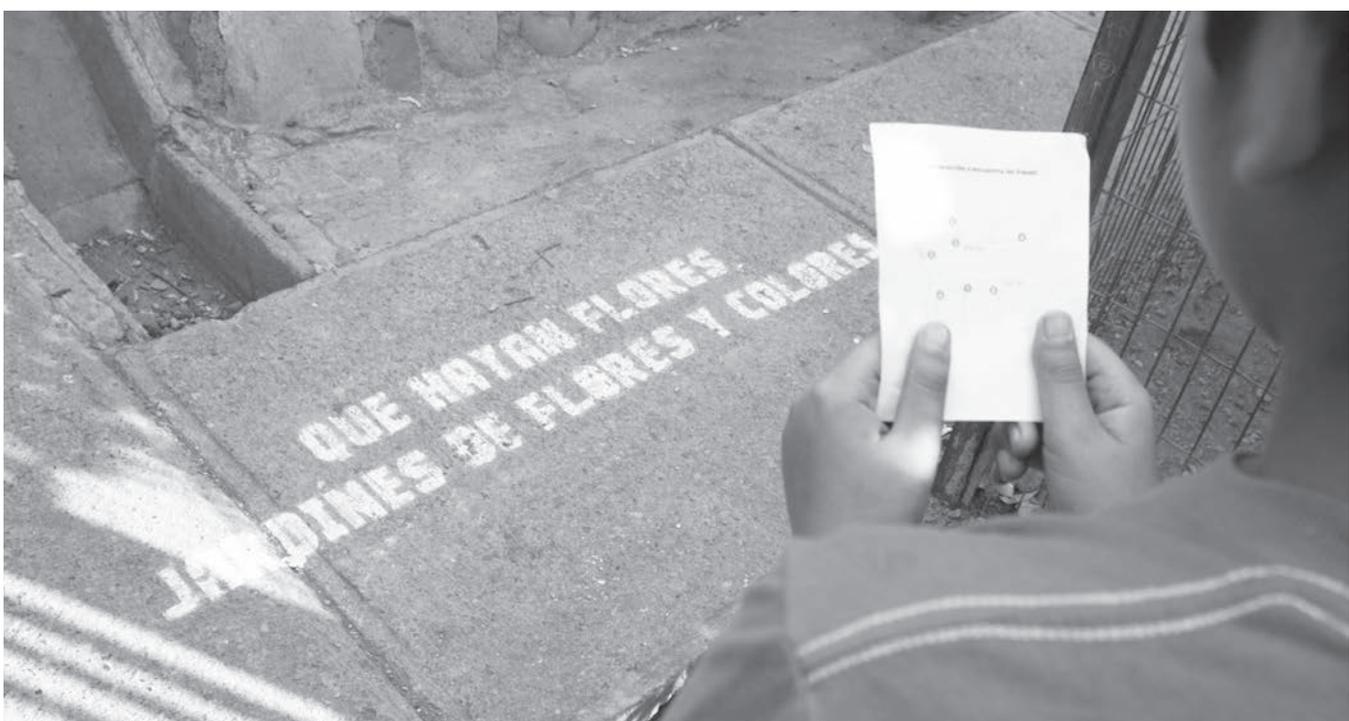
Frases intervenidas: 1

Lo primero que había que saber era si habían visto las frases, a lo que la mayoría dijo que sí y nombraban aquellas que habían visto. En general, se referían a una o dos frases, mencionando la ubicación en la que se encontraban. Por los comentarios de las personas y respecto a donde vivían, se pudo advertir/notar que las pocas frases que habían visto correspondían a aquellas que se encontraban en su recorrido habitual que los llevaba a sus casas. De esto se concluyó que las frases por sí solas no eran lo suficientemente llamativas como para que se acercaran especialmente como se habría esperado, teniendo además disponible un mapa con las ubicaciones. Sin embargo, los lugares elegidos fueron precisos para llegar al público, ya que eran espacios que interrumpían el camino de las personas, sin ser invasivos.

En el sector de la calle Dos Sur, la mayoría de los vecinos conocían Plan 18 y el trabajo que realizaban ahí, por lo tanto relacionaban la intervención con el trabajo que ellos hacían allá, valorando la actividad de forma positiva. En este caso esta relación fue muy positiva, ya que el proyecto de una plaza de Plan 18, por el que comenzó El barrio habla, está planteado en ese

sector. De esta forma, sí se cumple uno de los grandes desafíos del colectivo, que corresponde a llamar la atención de los vecinos para que luego se puedan comprometer en los proyectos locales, en este caso gestionados por Plan 18. Por otro lado, los del sector de la calle Uno Sur conocen menos el proyecto, y por lo tanto veían la intervención desde un punto de vista más artístico, sin entender su verdadero significado. En este sentido, se transforma en un desafío para Plan 18 hacerse más conocido en esta comunidad, y además demuestra la poca conexión que existe entre los vecinos, ya que, si bien están separados sólo por una calle, las realidades son muy distintas.

Respecto al objetivo de la apropiación de los espacios, hubo una de las frases que fue intervenida. Si bien la intervención no tenía demasiada relación con los propósitos de la actividad, el hecho de haber reaccionado ante ésta generó un diálogo. La frase intervenida correspondía a una de las más visibles, la número uno, ya que está al comienzo de la calle principal, por lo que el tráfico es mayor. (FOTO)



Uno de los temores que se tenía con la intervención, era la reacción negativa de parte de las personas, que se sintieran pasados a llevar o invadidos, pero el efecto fue todo lo contrario. Desde el minuto en que se implementó, la intervención tuvo una buena llegada con los vecinos, y cuando se les preguntó todos se referían a una bonita idea.

De las personas que leyeron la postal, sólo 5 hicieron el recorrido pero sí les parecía una buena idea respecto a lo que salía escrito. No hay que menospreciar el hecho de que la gente no haya hecho el recorrido, sino que hay que valorar que las personas se hayan dado su tiempo para leer la postal. Con esta acción, como feedback para el colectivo, se evidenció la importancia que tiene el explicar el proyecto y no dar por hecho que las personas van a tomar una postura respecto a una intervención, ya que entrar en la subjetividad de las personas es un desafío mayor.

Se puede ejemplificar el potencial de hacer un material informativo con el caso de un almacén que se encuentra arriba de la frase número siete, y en el que se dejaron algunas postales para repartir, a lo que cuando se volvió a preguntar, la almacenadora comentó que se habían llevado todas las postales, que le habían preguntado a ella de qué se trataba y que escuchó que comentaban lo interesante que era la intervención.

Algunos de los vecinos hicieron comentarios como “sigan haciendo estas cosas”. Por un lado responde al valor que le dan los vecinos por que se hagan cosas nuevas, sin embargo, su postura es de actor pasivo, otorgándole la responsabilidad a otros y no dándose cuenta que ellos son los que deben hacer los cambios. Éste se transforma en el principal desafío para el colectivo: el tema de la apropiación. Como bien se explicó en la contextualización del Cerro 18, en esta zona existe un tema muy importante acerca de la apropiación y pertenencia de los espacios. Para los vecinos, lo que no está en su territorio no le pertenece, y por lo tanto no se hace cargo de él.

Con esto se concluye que no bastó con que las frases fuesen construidas por las respuestas de las personas, pues este punto era el menos tomado en cuenta. El hecho de que hubiesen aparecido de un día para otro, los desligaba de cualquier co autoría.

A pesar de que la actividad sí tuvo un efecto en las personas que lo leyeron, no causaron el impacto que se esperaba. Por esto mismo, se decidió realizar una segunda intervención tomando la experiencia aprendida, considerando el tiempo y recursos que entrega el desarrollo del proyecto de título, como un espacio para generar la mayor cantidad de exploraciones que ayudarán a tomar mejores decisiones en el futuro.

Conceptos a considerar tanto en la propuesta del colectivo, como de las decisiones que se tomaron para futuras intervenciones:

Participación más activa

En la segunda etapa de El barrio habla, sí se produjo una instancia de participación activa, en la que los vecinos pudieron dar su opinión libremente. Sin embargo en la cuarta etapa, a pesar de que las frases fueron construidas por los propios habitantes, no lo tomaban como algo propio al no participar directamente con la intervención.

Mensaje directo

En esta intervención los mensajes fueron catalogados como algo “lindo”, sin transmitir el verdadero objetivo con el que se realizó. Para esto, el mensaje debía ser más directo, crítico y proponente, sin esperar una reflexión de parte del usuario, sino de buscar introducir un tema en sus pensamientos.

Hacerse cargo del espectador

Si bien el objetivo de El barrio habla es levantar información respecto un tema y luego visibilizarla, hay que hacerse cargo de generar cosas en el espectador, para hacer que éstos entiendan la importancia de su participación y puedan inquietarse.

Material informativo

En este primer caso, se esperaba que los espectadores interpretaran la intervención por su cuenta, sin embargo, esto no resultó ser así, por lo tanto no se debe pasar por alto la importancia que tiene el informar a los espectadores y guiar sus reflexiones y experiencia.

SEGUNDA PROPUESTA

Para la segunda intervención se decidió elegir una sola frase que representará la voz colectiva para luego plasmarla en el espacio público. En una primera instancia se pretendió construir una frase utilizando algunas textualidades, sin embargo se optó por seleccionar una de las respuestas de los vecinos, ya que representaba muy bien todo lo que se quería comunicar.

También, se decidió hacer un mural más llamativo e impactante y que fuese creado por los propios vecinos. Si bien con la primera intervención el suelo como soporte se había validado, esta vez se utilizó el muro para explorar otras formas.

El diseño del muro consistía en plasmar la frase elegida a través de una actividad participativa donde los vecinos fueran parte de la intervención. Para esto, se dividió en dos etapas:

1. Todos los vecinos fueron invitados a pintar el mural, podían escribir sus nombres, hacer un dibujo, etc., algo que los representara, para contruir el mural colectivo.
2. Se pinto de blanco el muro, dejando en color las letras que conformaban la frase.

Lo que se buscaba, era plasmar la identidad del Cerro 18 en un muro, invitando a las personas a poner de su parte, y entre todos, construir la frase. De esta forma, se genera una complicidad en la frase expuesta, además de que se realiza un trabajo colaborativo entre los vecinos, teniendo ahora, un mural creado por ellos mismos. Es decir, con esta actividad se mezcla el factor estético de embellecer el barrio, con el significado e historia que tiene el mural.

El mayor desafío consistía en que el espectador comprendiera la magnitud de lo que se estaba manifestando y comprendieran que la frase había sido extraída de un anhelo colectivo y no del creador de la actividad.

Características formales

PROCESO

La primera etapa se realizó con pintura líquida y latas de spray con estilo libre de las personas que participaron. La segunda, se utilizó nuevamente el estencil como recurso para marcar las letras y luego pintar con blanco.

MATERIALES

Pintura blanca, pintura de colores, pinceles, rodillos, mezclares, pinturas de colores en spray, hojas tamaño carta, masking tape.

TIPOGRAFÍA

al igual que en la primera intervención se utilizó Kroftsmann por la posibilidad de hacer los estencil de forma fácil.

**TIPOGRAFÍA
KROFTSMANN**

COLOR

Se eligió el color blanco porque por si solo era un color que se destacaba respecto al contexto del muro, y también para hacer contraste con los colores y formas que conformaban el dibujo.



Implementación

Etapa 1:

1. Pintado de primera capa color blanco
2. Pintado de dibujos, formas, palabras y frases de las personas que participan.

Etapa 2:

1. Impresión de las frases en hojas tamaño carta, solo en contorno de las letras, evitando el gasto innecesario de tinta.
2. Corte de las frases manualmente con tijeras, unión de las hojas formando los estencil la frase.
3. Marcado de las letras en el muro.
4. Pintado con pintura blanco, con pinceles y rodillo.

Difusión

Para explicar el concepto y demostrar que el mural no solo tenía el fin de embellecer, se agregó una lamina que explicaba de adonde provenía la frase, quien la había dicho y lo que representaba.

**“JUEGOS, ÁRBOLES, ÁREAS VERDES, DONDE LAS FAMILIAS
COMPARTAN CON SUS NIÑOS Y SEAN SIEMPRE FELICES”
ANDREA, VECINA CERRO 18.**

JUEGOS

Habla de la importancia que hayan juegos para los niños. Como se vio, la plaza es un lugar visto como un espacio para ellos.

ÁRBOLES Y ÁREAS VERDES

Se relaciona con la falta de estos espacios en el cerro y el deseo de que hubiesen más.

FAMILIAS

Por un lado habla de la importancia que es la familia en esta zona. Como ya se ha mencionado, los lazos vecinales no son muy fuertes y por lo tanto ven la plaza como un lugar de encuentro familiar y no vecinal.

SIEMPRE FELICES

Esta representa la idea del lugar perfecto, un lugar donde las personas pueda estar y pasarla bien sin complicaciones.

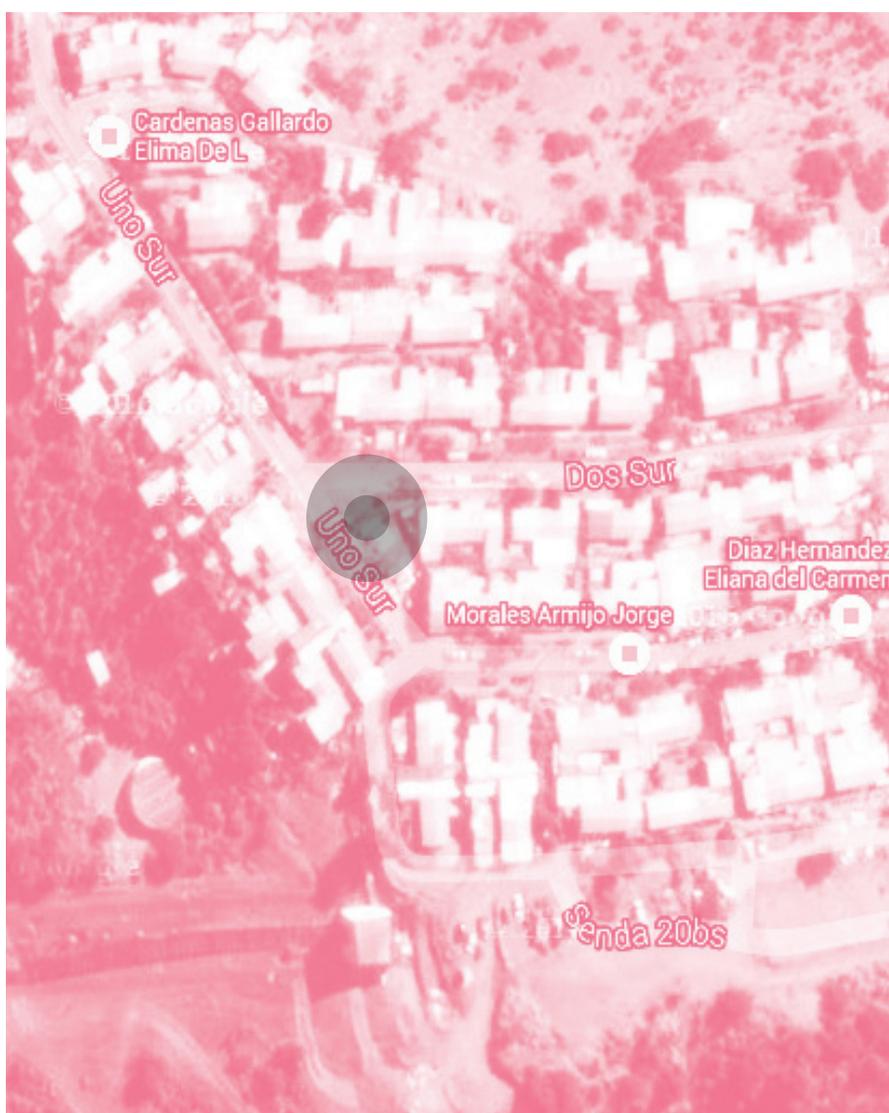
Comillas: para demostrar que era una cita textual.

Esta frase que fue escrita en un papel el día del evento, si haberla pensado mucho, inspira y refleja un sentimiento colectivo.

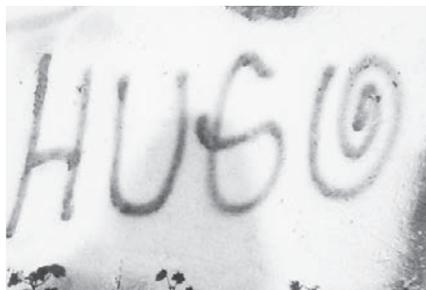
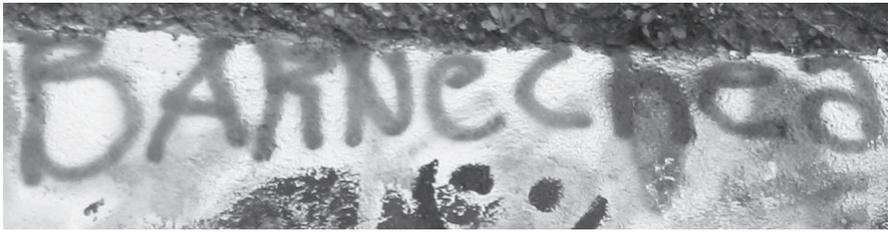


Lugar físico:

Se eligió una esquina que se encuentra en mitad de la zona trabajada, siendo uno de los lugares más transitados y visibles porque corresponde a un recorrido obligatorio para aquellos que viven ahí. Además existía un muro que se encontraba en perfectas condiciones para ser intervenidos por lo que la búsqueda del lugar no resultó difícil.







Conclusion

1. Primera etapa:

La actividad resultó mucho mejor de lo esperado ya que era inevitable que los vecinos que pasaban por ahí no se detuvieran a mirar, por el lugar escogido, las dimensiones del mural y por el grupo que ya se encontraba pintado. A los que se acercaban se les invitaba a participar, de estos la mayoría terminó haciendo un dibujo o poniendo su nombre, pero también hubieron varios que decían que no porque lo veían como una actividad para los niños. A pesar de esto, cuando se les invitaba a participar se veían agradecidos y les gustaba el echo de haber reunido a tanto niños que felices estaban pintando.

El mayor éxito fue con los niños, llegaron de varias partes y estaban felices de pintar. Fue complicado en un comienzo el hacerlos

compartir los pinceles y latas de spray, pero después entre ellos se iban intercambiando los materiales. Cuando terminó la primera actividad los niños preguntaban que vendría después, impacientes para que sea el día siguiente y seguir pintando.

Como el estilo de dibujo era libre, los vecinos de cualquier edad, podían dibujar lo que quisieran, por lo general los niños hicieron dibujos y los grandes escribían su nombre. Finalmente el muro fue construido colectivamente y por los propios vecinos.



2. Segunda etapa:

Se dejó el mural intervenido con dibujos por algunos días y luego se fue a terminar con la segunda etapa. Para ésta no se hizo un llamado a participar ya que se necesitaba de más organización y precisión para que el resultado quedara bien, sin embargo a los vecinos que se acercaron a mirar se les explicó lo que se estaba haciendo.

Finalmente, la frase quedó compuesta por todas las huellas e identidad de los vecinos del Cerro 18 que participaron en la etapa 1.



Visualización resultado final

SEGUNDO IMPACTO

OBJETIVOS:

A) Reflejar las ideas y pensamientos de los distintos escenarios sociales: este objetivo nuevamente se logró al utilizar una frase dicha por una vecina que representaba todo el pensamiento colectivo.

B) Incentivar la apropiación de sus escenarios, a nivel de personas como territorial: este objetivo si se pudo validar en la misma intervención ya que al hacerla participativa y colaborativa, fueron los propios vecinos que se apropiaron del muro y le dieron vida dejando su huella. Además, se reunieron niños de distintos lados que se vieron obligados a interactuar y compartir los materiales.

SEGUNDO IMPACTO:

IMPACTO ALTO: PARTICIPA E INTERVIENE

Aplicando la herramienta de medición que se diseñó para esta etapa, ésta actividad estaría en la categoría de impacto alto ya que logró hacer participar a las personas a través de la intervención y logró que las personas se pudieran apropiar de un lugar que ven cotidianamente y que ahora lo hicieron suyo.

Por otro lado, la elección del lugar y su dimensión permitió que la intervención fuese visible por un gran número de personas y que se detuvieran a mirar éste, tanto en la primera etapa como cuando ya estaba terminado.

El único impacto que queda por saber, es la reflexión de las personas respecto a la frase, más allá de verlo como una actividad para que los niños pinten.

4. CONCLUSIONES

Luego de realizar todas las etapas de El barrio habla, se pudo concluir que la metodología diseñada funciona bien y cumple con el principal propósito del colectivo, que es revelar y visibilizar una voz colectiva.

El haber hecho dos intervenciones ayudó también a comprender la importancia de la participación activa y el trabajo en conjunto en todas las etapas y no obviando que los espectadores interpretarán el mensaje, sino que conducir esa interpretación y reflexión lo máximo posible. De esta forma se logra la coautoría del trabajo realizado por el colectivo con la comunidad.

Por otro lado, el desarrollo de prueba y error ayudó a poder tener un resultado completo e integro, probando y experimentando distintas formas para poder trabajarlas en futuros proyectos.

Plan 18

El haber trabajado con ésta organización sirvió para poder construir el colectivo, ya que al ser una organización más bien nueva y pequeña, no exigían nada de vuelta, dando libertad para poder probar y tener su respaldo en cada una de las acciones.

Por otro lado, permitió contar con una comunidad establecida, con territorio delimitado en la que ellos ya estaban validados, permitiendo un contacto con la comunidad más cercano. Sin embargo también hubieron problemas debido a que no todos conocían la organización, especialmente los lugares que se alejaban de sus intervenciones, por lo tanto era más difícil llegar esos vecinos.

Por otro lado, la información recolectada resultó de gran ayuda para Plan 18, ya que les sirvió como difusión de sus proyectos demostrando a la comunidad la importancia que tiene para ellos la opinión e ideas que tiene para los proyectos que realizan. También, permitió tener datos concretos y reales sobre sus usuarios para así, poder tomar decisiones en base a evidencia.



1. ESTADO ACTUAL

Gracias a la constante reformulación de la propuesta de diseño, el producto final: Revelados, terminó siendo un proyecto con un perfil y metodología clara y probada. A pesar de esto, el colectivo seguirá en crecimiento y aprendiendo en base a las experiencias futuras, afinando cada vez más su metodología o en su defecto, validando ésta.

El primer paso a seguir será desarrollar nuevos proyectos aplicando toda la experiencia aprendida, buscando comunidades que tengan algo que revelar y en la que el colectivo pueda introducirse en sus escenarios y trabajar colaborativamente.

2. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN

Intervenciones

Si bien son el resultado de cada proyectos, al producirse en lugares abiertos están expuestos a la visibilidad de cualquiera, transformándose en un material potente de difusión.

Actividades

Al igual que las intervenciones, las actividades que se realizan para el levantamiento de información como parte del desarrollo de los proyectos, también son considerados escenarios en que el colectivo se da a conocer. Potenciando la actividad con recursos gráficos propios del colectivo.

Plataformas digitales

El sitio web y las redes sociales son los únicos elementos transversales a todos los proyecto, ya que en ellas se obtiene la información del colectivo como tal, mientras que las herramientas de participación, las intervenciones y las actividades, dependen de las características de cada proyecto. A través de su sitio y cuenta en Instagram muestran tanto los proyectos que el colectivo ha desarrollado, como el perfil y líneas de acción de éste.

Alianzas claves

se buscará generar alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas, con el objetivo de que éstas compartan y publiquen en sus redes y plataformas, el trabajo del colectivo. Esta estrategia sirve también para validar la contingencia del proyecto, su desarrollo y objetivos.

Material informativo

A raíz de la experiencia vivida, surgieron conclusiones y observaciones que revelaban la falta de comunicación entre el colectivo y los participantes del levantamiento de información y luego de la intervención. Para esto, se diseñará un material impreso que a través de los mínimos recursos logre transmitir el perfil del colectivo, su misión, visión y objetivos.

Este elemento se utilizará como apoyo a las actividades realizadas, para una mayor reflexión y toma de conciencia acerca del trabajo que se realiza. Y también servirá para distribuir a sus posibles alianzas o patrocinadores, transformándose en una especie de portafolio.

3. DISEÑO PLATAFORMAS DIGITALES

A) Sitio web: www.revelados.cl

El objetivo principal del sitio web es mostrar y difundir el trabajo del colectivo. Con el uso de fotografías y material audiovisual se busca atraer e interesar la mirada del espectador, mientras que la información y datos duros se trabajan de forma gráfica para no aburrir y lograr una comunicación más inmediata.

Por otro lado, con la información expuesta, se busca crear conciencia en el espectador sobre la relevancia del proyecto, invitando a formar parte de proyectos futuros y a generar diálogo respecto a los temas que se abarcan.

La navegación es simple y utiliza una plantilla de navegación conocida que no presenta mayores complicaciones. Cada sección tiene su página y se llega a ellos a través de un menú general.

Usuarios

Cualquier persona puede acceder a la plataforma web, sin embargo se destacan tres tipos de usuarios a los que se quiere llegar:

-Espectador pasivo: entra al sitio solo por navegar y conocer del proyecto.

-Espectador activo: queda interesados y genera diálogo con sus pares.

-Espectador proponente: se comunica con el colectivo para comentar sobre algún tema, hacer un crítica, felicitarlo o para crear una alianza y nuevos proyectos.

Secciones

El sitio web se divide en 4 secciones, las que tienen diferentes objetivos.

- Proyectos: mostrar y difundir los trabajos realizados. Cada proyecto tiene una página en la que se exponen fotografías y un video del proceso y resultado de la intervención, y también se explica la idea del proyecto y sus objetivos, principalmente.

- Noticias: publicación de hechos, proyectos o materiales pertinentes a las temáticas y objetivos del colectivo, con el objetivo de ampliar los conocimientos de los espectadores e invitar a explorar otras temáticas u proyectos que actualmente existen.

- Colectivo: se expone el perfil del colectivo, sus misión y visión y la metodología de trabajo, motivando a los espectadores a participar y proponer proyectos.

- Contacto: se encuentra una plantilla para que los espectadores se puedan comunicar con el colectivo directamente desde la página.

Elementos transversales

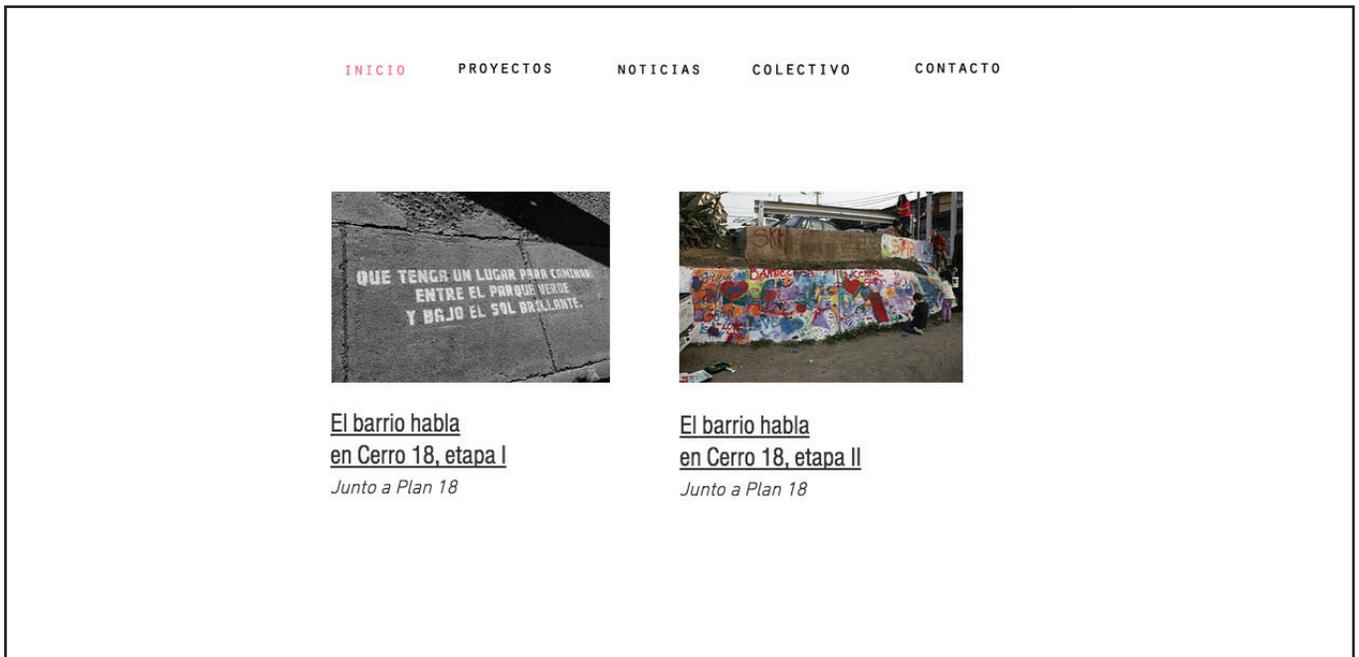
Además en todas las páginas encontramos el menú principal que ayuda en la navegación de las páginas y los botones de redes sociales que re direccionan a éstas.

*Actualmente el sitio web no tiene dominio propio, pero si esta disponible en el link:
<http://goo.gl/pjj7P7>*



Página de inicio de Revelados.

El sitio fue diseñado a través de la plataforma [www-wix.com](http://www.wix.com), por lo que algunas de las decisiones, como tipografías y diagramación, estaban condicionadas a las alternativas existentes.



Página de los proyectos

B) Redes sociales

El objetivo general de estar presente en Instagram es dar a conocer y generar una red de apoyo. La capacidad de difusión que tienen las redes sociales permiten al colectivo no solo informar a los que ya siguen sus cuentas, sino que expandirse a nuevos espectadores.

Mantiene activo al colectivo, ya que se debe estar constantemente publicando fotografías o videos para mantener a los usuarios comprometidos, informados y entusiasmando con el proyecto.

La elección de esta red social ante otras, corresponde a la posibilidad de obtener feedback real gracias a sus acciones y botones de: seguir, me gusta, comentar y compartir, ya que se puede cuantificar el impacto del colectivo y del proyecto.

Para mantener activa la cuenta, se deben contemplar una o dos publicaciones semanales mínimo, dependiendo de la cantidad de material gráfico que se tenga.

Usuarios

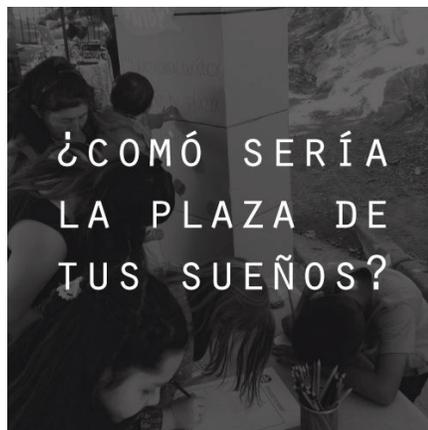
Al ser una cuenta pública, cualquiera que tenga la aplicación podrá acceder al perfil del colectivo, dar "me gusta" y comentar. Al igual que la plataforma web existen tres tipos de usuarios:

-Espectador pasivo: entra al perfil solo por navegar y conocer del proyecto, a veces incluso por error.

-Espectador activos: entra al perfil y los agrega a sus seguidores.

-Espectador proponente: comenta, le da "me gusta" a las publicaciones y/o etiqueta a sus amigos en ellas.

El perfil de Instagram es Colectivo Revelados.



4. FINANCIAMIENTO

Como motor inicial, se espera obtener financiamiento a través de la postulación de un FondArt. Con este, se podrían realizar más proyectos e ir generando una base de proyectos, en teoría, exitosos para luego ir en busca de alianzas o patrocinadores.

La alianzas serían entidades públicas o privadas, como organizaciones municipalidades, entre otros, que deberán estar dispuestos primero a generar proyectos en conjunto y segundo, a aportar en el financiamiento de éstos. Por otro lado, el patrocinio es un convenio que se realizaría entre el colectivo y un tercero que esté dispuesto a financiar un proyectos a cambio de la promoción o reconocimiento de su marca por parte del colectivo. Esta acción se realizaría en las etapas de levantamiento de información o intervención pública, ya que son los hitos que más generan visibilidad y pregnancia.

Postulación a Fondart

Con el propósito de seguir desarrollando y construyendo proyectos, se decidió postular a un Fondart Nacional. El más acorde correspondía al fondo de Diseño, éste tenía como objetivo entregar financiamiento para proyectos de investigación, creación y producción o solo producción, que contribuyeran al desarrollo de la disciplina de diseño.

En este caso, se postuló a la categoría de creación y producción, el cual se define como:

“Financiamiento total o parcial para proyectos que consideren las acciones que involucran el proceso creativo, tales como investigación para la creación, experimentación, conceptualización teórica y práctica, diseño y preparación, como también todos los elementos que impliquen la materialización de una obra o serie de obras.”

Esta decisión se debió a que el colectivo, por su poca trayectoria, puede seguir cambiando y experimentando nuevas formas, por lo que en este fondo se considera la etapa del proceso previo al proyecto. Al mismo tiempo, considera las etapas de investigación, uno de los procesos más importantes de Revelados en su etapa de reconocimiento de las comunidades y levantamiento de información.

5. MODELO DE NEGOCIOS

Si bien el modelo de negocios está diseñado para generar ingresos, se decidió implementarlo en este proyecto, ya que ayuda a comprender y sintetizar mejor la forma en que el colectivo de organiza, crea y captura la atención de sus usuarios, especificando nueve conceptos que son trabajados individualmente y también desde la relación entre ellos.

SOCIOS CLAVES Entidades públicas y privadas para la realización de proyectos en conjunto o para la difusión y publicación del trabajo del colectivo. Municipalidades para los permisos que se requieren según las instalaciones y actividades en el espacio público.	ACTIVIDADES CLAVES Se debe crear vínculos con las comunidades, realizar actividades para el levantamiento de información y el material que se utilizará en éstas. Diseñar e implementar las intervenciones en el espacio público. Mantener activas las redes sociales y la página web activa.	PROPUESTA DE VALOR Facilitar e incentivar la manifestación de los miembros de una comunidad acerca de temas específicos para descubrir voces y visibilizar éstas en los escenarios propios de su comunidad. A través de una metodología se aplican distintas formas para la recopilación de información, su edición y luego su puesta en escena.
RECURSOS CLAVES Se requiere primero que todo de capital social, tanto de los miembros de una comunidad, como del equipo de trabajo del colectivo. De las herramientas de participación, la página web y permisos municipales.		
ESTRUCTURA DE COSTES Costos fijos: página web Costos variables: Intervenciones y material gráfico impreso		

RELACIÓN CON CLIENTES

A través de un trato personalizado y ajustado según las características propias de cada comunidad y su contexto, se escucha a las comunidades para la obtención de información con métodos dinámicos e interactivos.

CANALES

Se llega a los usuarios a través de los elementos del colectivo: actividades, herramientas de participación, página web, Instagram e instalaciones en el espacio público.

SEGMENTO DE MERCADO

Usuario 1: Hombres y mujeres de cualquier edad pertenecientes a una misma comunidad que se puede reconocer e identificar en un escenario específico.

Usuario activo: genera y propone ideas, opiniones o proyectos.

Usuario pasivo: participa levemente, a veces se involucra en las actividades pero otras no.

Usuario 2: entidades públicas o privadas que trabajan en comunidades y están interesadas en realizar levantamiento de información en éstas respecto a alguna temática específica. Las entidades representan comunidades no tan grandes que se pueden abarcar y reunir con facilidad en algún espacio físico, son de bajo perfil y flexibles a adaptarse a la metodología del colectivo.

FUENTE DE INGRESOS

Los ingresos llegan a través de los fondos a los que se postula y gana, la alianza claves y patrocinio con marcas.

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

El proceso de investigación llevado a cabo durante la primera etapa acerca del trabajo en red, el poder local y la construcción de comunidades, dejó en evidencia la importancia de cada uno de estos conceptos, presentándolos como oportunidades para trabajar a favor de estos. En este proyecto de título se tuvo siempre como norte el objetivo de ser un aporte en la construcción de comunidades más empoderadas, aportando con un granito de arena a través de la disciplina del diseño.

El desarrollo de este proyecto se basó en la prueba y error. Debido a factores externos que se fueron presentando, el proyecto fue tomando distintos rumbos, terminando en lo que hoy conocemos. Esta constante reformulación se volvió una característica propia del proyecto, utilizando la exploración como carácter y tomando las dificultades como desafíos para seguir avanzando. Esta misma característica será la que guiará la identidad de colectivo en los próximos proyectos.

Una de las mayores dificultades, pero a la vez el mayor desafío, fue el trabajo con las comunidades. Muchas veces se vio entorpecido el trabajo debido a que la toma de decisiones y acciones dependían de terceros, y también por la difícil tarea de entrar en una comuni-

dad y generar algo a nivel de conciencia. Sin embargo, resultó muy gratificante ver cómo uno puede ir acercándose a las personas e ir descubriendo y conociéndolas, para así trabajar nuevas estrategias.

El propósito de revelar una voz colectiva, principal objetivo del colectivo, tiene que ver también en dar un rol al espectador de decidir qué hacer con la información transmitida. La forma en que desarrolló y se creó la metodología, buscaba además de obtener la información oculta, otorgarle un papel fundamental al espectador, que se sienta parte y que él mismo decida que hacer. Gracias a la última intervención también se vio la importancia de incorporar la identidad no solo en el mensaje, sino en la forma e implementación de la intervención. Por otro lado, el colectivo se transformó en un herramienta para la recolección de datos relevantes para ser utilizados por diferentes entidades que trabajan para la comunidad.

La utilización del espacio público fue un buen soporte para comunicar ya que dejó de ser solo en un espacio de paso, transformándose en espacios de encuentro y comunicación, con el objetivo de cambiar la percepción de las personas acerca del espacio público y de incentivarlos a encontrarse con su entorno,

teniendo como resultado una mejora en la comunicación de los vecinos.

Si bien el proyecto tuvo muchas falencias que se fueron trabajando para construir el colectivo, todavía quedan muchas aristas para seguir desarrollando y explotando el potencial del colectivo como herramienta de manifestación y comunicación. La metodología que se desarrolló permitió tener claro cómo se debía trabajar, los pasos a seguir, entre otros, para no mantener un línea y coherencia que se repetirá en los siguientes proyectos. Debido al tiempo, no se alcanzaron a realizar más intervenciones, sin embargo queda como punto de partida para seguir generando puntos de participación y diálogo entre los miembros de una comunidad.

A pesar de que la colectividad es uno de los pilares de este proyecto de título, resultó muy difícil poder comunicar y dar a entender que la construcción colectiva tiene mejores resultados, convirtiéndose en una constante frustración, sin embargo, esta frustración se fue transformando en un impulso por seguir adelante, alimentada con los buenos resultados obtenidos.

Desarrollo personal

Al ser la autora de este proyecto de título, también la autora y gestora del colectivo, el aprendizaje que se obtuvo fue tanto del punto de vista académico como de crecimiento personal. Si bien en un inicio no se esperaba un giro del proyecto así, las experiencias y eventualidades que fueron surgiendo hicieron que el camino del proyecto terminara en lo que hoy es Revelados.

“Como experiencia personal, agradezco que mi proyecto haya dado el giro que dio, ya que pude integrar dos grandes ámbitos que siempre me han llamado la atención, por un lado está la conciencia social y de cómo a través de mi disciplina podría aportar a la sociedad; y por otro el amor que tengo por la ciudad, lo urbano, y el poder utilizarla como soporte para manifestaciones que son creadas por las propias personas. Me parece la combinación perfecta para un proyecto personal. Si bien fue un proceso arduo, creo que fue una de las etapas en las que más he aprendido en el ámbito profesional como personal. Si bien a veces la frustración paralizaba también me llevó a darme cuenta de cuáles eran mis habilidades y capacidades y explotaras, al mismo tiempo que reconocer mis debilidades y deficiencias para seguir trabajándolas.

Otro de los aprendizajes que me trajo, fue durante el proceso de creación y la constante búsqueda de antecedentes y referentes, que me abrieron un ámbito donde el diseño puede intervenir y ser un gran aporte. Esto lo reafirmo ya que al comenzar la carrera de diseño, una de mis grandes inquietudes era el rol social que ésta tenía y que, si bien Revelados es solo un proyecto personal, en el proceso fui recolectando y reconociendo ideas y conceptos que guiaron el ámbito en el que me gustaría trabajar en un futuro.”

LISTADO DE REFERENCIAS

- Ander-Egg, E.** (1998). Metodología y practica del desarrollo de la comunidad. ¿Qué es el desarrollo de la comunidad?. Argentina: Lumen – Hvmánitas.
- Bazzaco, E. & Sepúlveda, S.** (2010). Barrio trabajando. Metodología de evaluación de la Participación Ciudadana en Proyectos de mejoramiento barrial. México: [s.n].
- Borup, T.** (2006). The creative community builder's handbook. How to transform communities using local assets, art, and culture. Saint Paul: Fieldstone Alliance
- Diers, J.** (2004). Neighbor Power. Building community the Seattle way. Seattle: University of Washington press.
- Duran, A. & Pablo, H.** (2013). Interacciones, conflictos, controversias y activadores de redes sociales. Diseña 5, 68-75.
- Firth, A.** (2010). Etnometodología. Discurso y Sociedad. Recuperado en: Etnometodología. Discurso y Sociedad.
- Garcés, M.** (1998). Historia de la comuna de Huechuraba. Memoria y oralidad popular urbana. Santiago: [s.n].
- Giuffre, K.** (2013). Communities and networks : using social network analysis to rethink urban and community studies. Cambridge : Polity.
- Marchioni, M.** (1989). Planificación social y organización de la comunidad. Alternativas avanzadas a la crisis. Madrid: Popular, S.A.
- Montero, M.** (2003). Teoría y practica de la psicología comunitaria. La tensión entre comunidad y sociedad. Buenos Aires, Argentina: Paidós SAICF.
- Pinto, J.** (2005). Cuando hicimos historia. La experiencia de la Unidad Popular. Santiago: Lom.
- Poggiese, H.** (1986). Asociaciones populares urbanas y participación. En Clichevsky, N., Cuenya, B. & Peñalva, S., Hábitat popular. Experiencias y alternativas en países de América Latina. Buenos Aires: CEUR.
- Requena, F.** (1996). Redes sociales y cuestionarios. CIS Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España: Centro de investigaciones sociales.
- Susse, I. (2001). La sociología urbana de Manuel Castells. Madrid: Alianza.
- Villasante, T.** (1994). Las ciudades hablan. Identidades y movimientos sociales en seis metrópolis latinoamericanas. Bogotá, Colombia: Nueva Sociedad.
- Wates, N.** (2014). The Community Planning Handbook: How people can shape their cities, towns and villages in any part of the world. (Segunda edición). [s.n]

ANÉXOS



RESPUESTAS LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Transcripción círculos de colores

1. Que todos puedan usarlas
2. Que tenga juegos para ir con mi mama
3. Iluminada
4. Mucha gente feliz
5. Que haya un lago con patos
6. Limpia
7. Que tenga arboles y flores
8. Que tenga juegos
9. Con juegos, áreas verdes y azules: como un lago. Arboles con frutas
10. Tendría juegos arboles, áreas verdes
11. Columpios

Algunos respuestas

que haya
un lago con patos.
JAVIERA
Salas.

Que
tenga
arboles y
flores

Mucha
gente
Feliz

Iluminada

Que todas
puedan
usarla

Limpia

Algunos encuestas

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

JUEGOS, JARDINES
CANCHA, MAQUINA
PARA EJERCICIOS

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

RACHEL ALLENDE

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

ENTRETENIDA
- ESPACIO
- JUEGO
- PARTICIPACION
- MUCHO VERDE
(ARBOLES) - PLANTAS

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

NEISON: 82647420

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

JUEGOS DE NIÑO
- JUEGOS DE DISTINTAS VARIABLES
- UNA PLAZA
- UN LUGAR PARA CONVIVIR
- UN LUGAR PARA ESTUDIAR
- UN LUGAR TECNICO, OMBRE
- UNA ASISTENTE

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Con juegos para niños
y muchas áreas verdes
y maquinas para
ejercicios

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

Katerine Rivas

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Zanquitos, mucha
alegría amable.

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

Bernita Fualó: 874411

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

Me gustaría una
plaza con mucha
área verde y juegos
para los niños, y
también con una fuente
de agua.

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

Marciano 99779746
Pastamante

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

me gustaria una plaza
con mucha area verde
muchos juegos y niños
con maquinas para
ejercicios

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

Luisa 96227532

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

AREA VERDE
JUEGOS PARA LOS
NIÑOS
MAQUINAS EJERCICIOS

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

LINDSY DAZ

EL BARRIO HABLA

¿Cómo te gustaría que fuese tu plaza?

con muchos juegos y
áreas verdes para que
se pueda disfrutar

¿Quieres participar? Deja tu nombre y teléfono

Transcripción encuestas

1. Con más áreas verdes, más juegos y que hayan frutos en los arboles para comérselos
2. Juegos, parque verde, canchas, maquina para ejercicios.
Rachael Aldereze
3. Me gustaría una plaza con mucha área verde y juegos para niños, y tal vez con una fuente de agua.
Mariana Bustamante. 99779746
4. Que tenga juegos para los niños, limpia y segura
5. Área verde, juegos para los niños, maquinas ejercicios.
Lindsay Diaz.
6. Tranquila, mucha alegría, amable.
7. Para mi no. Pero dado para los niños es bienvenido, gracias por todo. Con recursos todo se puede. Suerte en todo.
8. Entretenida. Espacios. Juegos. Participación. Mucho verde (arboles-plantas).
Nelson. 82677480
9. Que tenga maquinas de ejercicios y asientos.
Adrián Vera 991943262
10. Con más juegos, columpios, refalin y otras cosas y que si dejen jugar porque la otra vez no nos dejo.
Francisca 222162947
11. Una plaza con áreas verdes y juegos.
Maria Toro 90097388
12. Juegos de niño. Arboles de distintas variedades. Una pileta. Un lugar para camina. Una estatua de un personaje del lugar. Un lugar techado,
13. Juegos. Colores. Áreas verdes, mucho pasto
14. Grande. Limpia, con juego. Pastito, arboles para la sombra.
Pablo Rojas. 983050870
15. Que hubieran arboles para respirar aire libre, juegos para niños. Bancos para sentarse y jardines con flores.
Liliana Cayulao C. 979706644
16. Que tenga muchos juegos y áreas verdes
17. Áreas verdes y juegos.
Tania 2609784
18. Que tenga maquinas de ejercicios y asientos.
Cecilia Flores. 976177138
19. Con varias áreas verdes. Muchos juegos pero educativos, par que los niños al jugar también puedan aprender.
Tamara Aguiro. 84008301
20. Que todos los niños y adultos puedan jugar. No quiero.
Vicente...
21. Juegos. Sol brillante súper.
Trinidad
22. Con juegos para niños de 3 a 10 años, los que hay son para niños grandes y ellos ya no van a la plaza
23. Una cancha de futbol. Bike park. Skatepark
24. Con juegos y entretenciones
25. Con juegos para niños y mucha área verdes y maquinas para ejercicios.
Katerina Rivas
26. Con muchos juegos y áreas verdes para que se pueda disfrutar
27. Me gustaría una plaza con mucha área verde, muchos juegos y mucho niños y amor.
Denisse 9
28. Juegos, arboles, áreas verdes, donde las familias compartan con sus niños y sean siempre felices.
Andrea Cayulao. 95770796
29. Con muchos juegos y mucho carretes.
Consuelo. 68177809

Algunos dibujos

