



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela de Diseño Gráfico

proyecto para optar al título de diseñador gráfico

## Programa Piloto de Comunicación Visual para el Mejoramiento de la Gestión de las Organizaciones Sociales y Vecinales de Valparaíso

proyecto para optar al título de diseñador gráfico



**Alumno:**  
Enzo Toledo Gamboa

**Profesor Guía:**  
Alejandro Estrada

*Santiago, Julio 2004*



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela de Diseño Gráfico

proyecto para optar al título de diseñador gráfico

---

## Programa Piloto de Comunicación Visual para el Mejoramiento de la Gestión de las Organizaciones Sociales y Vecinales de Valparaíso

---

proyecto para optar al título de diseñador gráfico

**Alumno:**  
Enzo Toledo Gamboa

**Profesor Guía:**  
Alejandro Estrada

*Santiago, Julio 2004*

m e m o r i a d e T í t u l o



c a p í t u l o s | I n d i c e

• Dedicatoria y agradecimientos	08	2.5 Autogestión	19
• Prólogo	09	2.6 Participación Social	22
• Presentación	11	2.6.1 Definiciones	
<b>Capítulo I: Introducción y Formulación del Problema</b>	<b>12</b>	2.6.2 Tipos de Participación Social	
1.1 Introducción	13	2.6.3 Razones asociadas a la participación	23
1.2 Formulación del Problema	14	2.6.4 Consideraciones	
1.2.1 Planteamiento del Problema	14	2.6.5 Ámbitos y niveles de participación	24
1.2.2 Objetivo general	14	2.6.6 Contexto de la participación social en Chile	25
1.2.3 Objetivos específicos	14	2.7 Ciudadanía Virtual	
<b>Capítulo II: Conceptos Teóricos</b>		2.7.1 Internet, un objeto social	26
2.1 Concepto de Comunidad	15	2.7.2 Desarrollo y efectos de Internet a escala global	
2.1.1 Concepto de Comunidad		2.7.3 Naturaleza de las comunidades en Internet	27
2.1.2 Comunidad y Sociedad		2.7.4 Sociedad de la información, las redes ciudadanas	29
2.2 Problemas Sociales	16	2.7.5 Efectos sociales de las comunidades virtuales	30
2.2.1 Políticas Sociales			
2.3 Gestión Social	17		
2.3.1 Gestión social en el ámbito comunal			
2.4 Asociatividad	18		



**Capítulo III :Análisis temático /  
Antecedentes generales**

**3.1 Análisis contextual**

3.1.1 Marco Nacional	32
3.1.2 ¿Qué se entiende por Asociatividad?	34
3.1.3 Objetivos de las Organizaciones	37
3.1.4 ¿A quiénes beneficia la Asociatividad?	37
3.1.5 ¿Qué es lo que motiva la formulación de aspiraciones colectivas?	38
3.1.6 ¿Cuáles son los contenidos de las aspiraciones?	38
3.1.7 La Asociatividad ¿Define el éxito de las aspiraciones colectivas?	39
3.1.8 Internet como soporte de la Asociatividad a nivel Nacional	41
3.1.9 Nuestros programas e iniciativas de acceso	44
3.1.10 Con respecto a los contenidos para ciudadanos	42
3.1.11 ¿Cuál es el rol de la capacitación digital en Chile?	42
3.1.12 Sustentabilidad económica	43
3.1.13 Tipologías de acceso a Internet	43

**3.2 Valparaíso como contexto local y marco referencial**

3.2.1 Infocentro Mercado el Cardenal	46
--------------------------------------	----

**Capítulo IV: Propuesta Metodológica “Programa Piloto de Comunicación Visual para el mejoramiento de la Gestión de las Organizaciones Sociales y Vecinales de Valparaíso”**

<b>4.1 Planteamiento del Problema</b>	<b>48</b>
<b>4.2 Definición del programa</b>	<b>49</b>
4.2.1 Resumen del programa	49
4.2.2. Fundamentación	50
4.2.3 Descripción del programa	50
4.2.4 Soportes de desarrollo del programa	51
4.2.4.1 Internet / Portal ciudadano	51
4.2.4.2 Comunicación impresa (publicación mensual / difusión)	52
4.2.5 Estructura de gestión / unidad de gestión	52
4.2.5.1 Descripción unidad gestora	52
4.2.5.2 Alcances programa piloto	54
4.2.5.3 Alianzas estratégicas	55
<b>4.3 Objetivos</b>	
4.3.1 Objetivo Global	56
4.3.2 Objetivos específicos	56
<b>4.4 Escenario</b>	
4.4.1 Escenario sin programa	57
4.4.2 Escenario con programa	57
<b>4.5 Análisis Estratégico</b>	<b>58</b>
4.5.1 Factores internos	58
4.5.2 Factores externos	59



<i>4.6 Definición funcional y conceptual de los soportes del programa.</i>			
4.6.1 <i>Internet / Portal Ciudadano</i>	60	5.1.4 <i>Objetivos específicos</i>	73
4.6.1.1 <i>Resumen</i>	60	5.1.5 <i>Oportunidades de comunicación</i>	73
4.6.1.2 <i>Fundamentación</i>	61	5.1.6 <i>Conceptos y fundamentos</i>	74
4.6.1.3 <i>Descripción Conceptual</i>	62	5.1.7 <i>Grupo objetivo</i>	74
4.6.1.4 <i>Descripción Estructural</i>	63	5.1.8 <i>Posicionamiento</i>	75
4.6.1.5 <i>Objetivo general</i>	68	5.2 <i>Estrategia Creativa</i>	76
4.6.1.6 <i>Objetivos específicos</i>	68	5.2.1 <i>Eje Conceptual</i>	76
4.6.1.7 <i>Relación escenario / soporte</i>	68	5.2.2 <i>Personalidad de marca</i>	76
4.6.2 <i>Comunicación Impresa / Publicación Periódica</i>		5.2.3 <i>Actitudes pertinentes</i>	76
4.6.2.1 <i>Resumen</i>	69	5.2.4 <i>Respuestas esperadas</i>	77
4.6.2.2 <i>Fundamentación</i>	69	5.2.5 <i>Concepto Central Creativo</i>	77
4.6.2.3 <i>Descripción conceptual</i>		5.2.6 <i>Slogan</i>	78
<i>/ Idea Fuerza</i>	69	5.3 <i>Estrategia de Medios</i>	78
4.6.2.4 <i>Descripción Funcional</i>	70	5.3.1 <i>Descripción</i>	78
4.6.2.5 <i>Objetivo general del Soporte</i>	71	5.3.2 <i>Objetivo General</i>	78
4.6.2.6 <i>Objetivos específicos</i>	71	5.3.3 <i>Objetivos Cualitativos</i>	78
4.6.2.7 <i>Relación escenario/soporte</i>	71	5.3.4 <i>Objetivos Cuantitativos</i>	79
<b>Capítulo V: Fase Proyectual / Planificación Proyectual</b>	<b>72</b>	5.3.5 <i>Elección de Medios</i>	79
5.1 <i>Estrategia de Comunicación</i>	73	5.3.4 <i>Diseño de Medios</i>	79
5.1.1 <i>Planteamiento del problema de comunicación</i>	73	5.4 <i>Definición Variables Proyectuales</i>	80
5.1.2 <i>Detección de la necesidad de comunicación</i>	73	5.4.1 <i>Caracterización del Usuario</i>	80
5.1.3 <i>Objetivo global de comunicación</i>	73	5.4.2 <i>Variables Lingüísticas</i>	80
		5.4.3 <i>Análisis y Delimitación de variables visuales y conceptuales ligadas al problema</i>	81
		5.4.3.1 <i>Código Gráfico</i>	
		5.4.3.2 <i>Desarrollo Caracteres Tipológicos</i>	82



5.4.4 Definición Variables visuales a desarrollar en piezas gráficas	83	6.2.2.1 Publicación mensual "La Plazuela"	112
		- Logotipo	112
		- Formato	113
		- Diagramación	113
		- Producción	115
<b>Capítulo VI: Diseño Final Descripción</b>	<b>84</b>	6.2.3 Difusión	116
6.1 Aspectos corporativos	85	6.2.3.1 Afiche único / Descripción	116
6.1.1 Color	85	6.2.3.2 Folleto informativo	119
6.1.2 Tipografía	86	6.2.3.3 Folleto educativo	121
6.1.3 Marca	87	6.2.3.4 Banners	123
6.1.4 Variables Contextuales	91		
6.2 Diseño Soportes Finales	95	6.3 Implementación Operacional	124
6.2.1 Soporte Web / Portal ciudadano	95		
6.2.1.1 Pantalla Tipo	96	<b>Capítulo VII: Conclusiones y Anexos Bibliográficos</b>	<b>126</b>
6.2.1.2 Iconografía	102		
6.2.1.3 Descripción Formal /Funcional	103	Conclusiones	127
6.2.1.4 Zonas de Interacción	105	Citas	129
6.2.1.5 Arbol de Navegación	111	Bibliografía	130
6.2.2 Impresos	112		



s i n c e r o s

## Agradecimientos

Dedico este trabajo y todo el tiempo dedicado especialmente a mi niña, Nadia, por su soporte y cariño incondicional; y a mis padres, Magda y Roberto, por darle sentido a la palabra familia...los quiero mucho!

Asimismo, quiero agradecer profundamente el aporte de todas aquellas personas que cooperaron en que este proyecto se haya llevado a cabo. A Revista Plusgráfica y mis amigos de trabajo, Jorge Soto, Gloria Maturana y toda la familia Soto Carmona (Paloma, Camila, Tía Chila, Rorro, Lala), por toda la comprensión y apoyo. A mis amigos de siempre, Alvaro Venegas, Claudio Rigol, Claudio Orellana, Igor Leiva, Nicolás Ferraro, Víctor Millán, Marcia Alarcón y Carlos Fuentes, por su aporte desinteresado. A todos aquellos amigos, compañeros de carrera y colegas que he hecho durante estos años de travesía, los que aportaron con o sin querer con un grano de conocimiento y crítica a mi proyecto de título. A mi familia entera, por el constante soporte, especialmente a mi tía, Rita Gamboa, por su tiempo y dedicación continua; al Mauri y toda mi familia Rojas Peña por la preocupación continua y todas las horas de alegría. A los profesores, Alejandro Estrada, Alejandro Rodríguez, Juan Calderón y Mauricio Vico, por guiar las bases de este proyecto durante los años que duró. A mi Facultad y su pirca, por darme la oportunidad de conocer a grandes grandes personas; al Colegio Cecal de Valparaíso y todos aquellas personas de las organizaciones que visité que me brindaron su tiempo y experiencias. A Valparaíso, su gente, y colores, por servirme de inspiración en ésta y otras aventuras. Finalmente agradezco a mi abuela Rosa, que desde muy lejos guió mis largas noches de trabajo y dedicación en este proyecto.

***Muchas Gracias!***

**Enzo Toledo Gamboa**

**Junio 2004**



## a m o d o d e P r o l o g o

Hoy, en que avanzamos a pasos agigantados por los territorios de la modernidad, se hace necesario que la Sociedad se encamine con precaución por senderos que en la mayoría de los casos desconocemos. Por tanto, debemos necesariamente apropiarnos de las herramientas adecuadas. Por un lado, tenemos, las herramientas materiales, “tecnologías” cuyo desarrollo y proceso es cada vez más rápido, ya que es sabido que las tecnologías y las técnicas viajan a un ritmo acelerado y sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX. Por otro lado, se encuentran las herramientas intelectuales “el conocimiento”, que también se desarrollan, pero a un ritmo más lento; es difícil que la Sociedad avance en cuanto a su mentalidad al mismo tiempo que las tecnologías, ya sea por el tema de la masificación de éstas o porque la población presenta dificultades, tanto para comprarlas o para utilizarlas.

No obstante, concuerdo en que la Sociedad atraviesa en nuestro tiempo por una revolución científico tecnológica, que tiene fuertes repercusiones políticas, sociales y culturales de largo alcance que es importante y necesario visualizar.

La era digital, no solo trata de un proceso al que concurre un desarrollo incesante de nuevas tecnologías, sino que también, incluye la comunicación y la información, articulando la Sociedad

en todos los aspectos, ya sea en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, masificando los parámetros cruciales de la Sociedad, por ejemplo: La división y organización del trabajo, La socialización primaria y la Educación, la Estructura de la familia y de la Comunidad, el Funcionamiento de las empresas y los mercados, las formas de participación política y sociales e incluso, incluye nuevas formas de representaciones en el mundo. Hoy podemos, y nadie pone en duda eso, comunicarnos interactivamente por correo electrónico (mail, chat, foros, etc.) de manera instantánea con personas u organizaciones ubicadas en cualquier parte del mundo, disponemos de información inmediata acerca de todo el planeta a través de Internet. Sin embargo, hay una gran desigualdad, en la posibilidad que existe entre las personas para acceder a estas herramientas. A este problema se le ha denominado “brecha digital” la que consiste en la separación que hay entre personas, comunidades y países, que utilizan las nuevas tecnologías como una parte de su vida diaria y aquellos que no tienen acceso a las mismas, o que no saben utilizarlas. Este problema no está asociado únicamente con la tecnología, también incluye, factores socioeconómicos, donde los problemas de infraestructura, recursos y los grandes déficit



en educación, son parte importante de ellas. Es aquí, donde considero importante y destacable el proyecto *“Programa Piloto de Comunicación Visual para el Mejoramiento de la Gestión de las organizaciones Sociales y Vecinales de Valparaíso”* de Enzo Toledo Gamboa; pues, considero relevante que un estudiante de Diseño Gráfico se plantee un trabajo que no sólo incluya el desarrollo y la utilización de nuevas tecnologías en su área, sino que también, se plantee como tema la masificación y acercamiento directo de esas tecnologías a la Comunidad y a la gente, rompiendo, con esa brecha que se da al interior de la sociedad, donde se cubre el vacío que separa a los ciudadanos que manejan computadores y de los que no lo hacen, de los alfabetos digitales y los analfabetos digitales. Por lo tanto, la creación de su herramienta web es un aporte necesario para a aquellos marginados de la sociedad, los que se encuentran en el lado de menos posibilidades de romper con dicha brecha. Este proyecto, rompe también con la idea de centralizar las nuevas tecnologías, ya que Enzo, plantea su proyecto en una Provincia, pero, destinado a sectores donde estas herramientas demoran años en llegar, es evidente que la función que pretende el trabajo no es solo acercamiento a la tecnología, sino también el uso de ella, y porque no decirlo, establecer un autoaprendizaje, por ejemplo, todos los espacios que existen en la herramienta web para resolver temas como el uso de vocabulario tecnológico y la propuesta de articularse con organizaciones como la CECAL, que debieran interrelacionarse con las organizaciones poblacionales, ayudando también a romper con el distanciamiento.

Sin lugar a dudas, encuentro de mayor importancia, todas las posibilidades que plantea Enzo para interconectar diferentes instancias, dentro de la Comunidad, ya sean Juntas de Vecinos, Clubes deportivos, de Adultos mayores, grupos de jóvenes musicales y artístico de distintos ámbitos, a través de su proyecto, ya que se hace necesario que las sociedades se modernicen no solo en las herramientas tecnológicas, sino que también en las herramientas intelectuales, pues, es la Humanidad la que debe importar por sobre todo proceso, es en ella, donde repercuten todos los ámbitos de esta llamada revolución digital y no debemos olvidar, que la clave para romper con las brechas que ella encierra es la Educación, donde se han hecho importantes esfuerzos y se han obtenido algunos logros en este sentido, pero todavía queda mucho por avanzar, solo enunciaré un pequeño ejemplo: La mitad de la población mundial no ha efectuado nunca una llamada telefónica y en Chile, un 85% de sus habitantes no posee Internet.

Concluyo, valorando la propuesta de Enzo Toledo en dos cosas: el acercamiento de las nuevas tecnologías a los sectores poblacionales y la capacidad de solidaridad y cooperación que se pueden entablar a través de su herramienta web, dejando como principal protagonista de esta revolución digital al ser humano.

**Claudio Orellana Astudillo**  
**Profesor de Historia**  
**UMCE**



a m o d o d e

## Presentación

Antes de correr, comenzamos a caminar, es más, primero gateamos. Enzo es un comunicador gráfico natural, "nació gateando", su gran don es saber dibujar, condición que él potencia pues le gusta y lo hace bien. Con los años, entra a la Escuela de Diseño de la Universidad de Chile, donde comienza a caminar.

Llegó a mi taller a realizar su práctica hace un par de años y se quedó hasta hoy; de gran responsabilidad y con ganas de aprender, practicar y crear. Hemos aprendido juntos...viene de una buena Escuela.

Nicanor Parra dice que un provinciano no termina nunca de llegar a la capital, aunque lleve muchos años aquí. Lo que parece cierto en Enzo, pues para su último paso como estudiante de diseño elige a su terruño querido: Valparaíso. Destaca su búsqueda de realizar un aporte social a su gente, reflejadas a través de las organizaciones sociales que incorpora en su proyecto.

Visualmente, selecciona un diseño de claras reminiscencias a los años 70 con su gráfica muralista, de gruesos trazos, colores puros y planos. Gráfica histórica que quedó en su retina y memoria. Incorpora así en su proyecto, imágenes y personajes

de fácil visualización y características únicas, refleja un Valparaíso pintoresco, lleno de colores y rincones por recorrer.

Además, destaca su intención unir dos soportes: por un lado el convencional (papel) y por el otro, el digital (Web). De ésta dualidad, crea un punto de comunicación, una herramienta, una forma activa y participativa, que busca otorgar soluciones reales de una comunidad que lo necesita.

Como buen comunicador gráfico se compenetra en el mundo de las técnicas y soportes gráficos. Éstos últimos nos obligan a poner al día constantemente nuestro conocimiento, dado su vertiginoso desarrollo; de lo contrario, profesionalmente sucumbiremos en un mundo aceleradamente competitivo. Bien por este Diseñador que "comunica comunicación" y que ya se viene incorporando con muy buenos aportes.

**Jorge Soto Veragua**  
**Diseñador Gráfico U. de Chile**  
**Director Revista PlusGráfica**



# c a p í t u l o | I n t r o d u c c i ó n

## *1.1 Introducción*

## *1.2 Formulación del Problema*

*1.2.1 Planteamiento del Problema*

*1.2.2 Objetivo General*

*1.2.3 Objetivos Específicos*



# capítulo I Introducción

El presente proyecto, se origina sobre la base de una carencia Social; de acción y participación vecinal, consecuencia de la escases de oportunidades otorgadas por el Estado y, a la vez, una ausencia o inestable organización ciudadana en lo referente a la gestión y autosolución de problemas locales. A raíz de este fenómeno Nacional, se ha tomado una muestra localizada territorialmente en la Ciudad de Valparaíso, y es así como surge el “Programa Piloto de Comunicación Visual para el mejoramiento de la Gestión de las Organizaciones Sociales y Vecinales de Valparaíso”, como respuesta a esta problemática; Con el objetivo de crear una herramienta social que sirva de nexo articulador entre vecinos y gestión social, asimismo, entre Comunidad y participación social.

Esta herramienta propuesta, más que un instrumento tecnológico, trata de un instrumento comunicacional, mediante el diseño de un sitio web y una revista, orientadas principalmente al dirigente social, y a través de éste último, potenciar e integrar al resto de la Comunidad. Jóvenes, ancianos, profesores, dueñas de casa, obreros, artesanos, en fin, todos los ciudadanos de Valparaíso, que hasta el momento se han visto marginados del aprendizaje y la entrada a este mundo de las comunicaciones.

Esta herramienta, a modo de plan piloto, propone ser desarrollada y adoptada en cuatro Juntas de Vecinos ubicadas en; “C° Placeres, C° Cordillera, Playa Ancha y C° Ramaditas”, las cuáles se encuentran en proceso de gestión y desarrollo de infocentros (centros de acceso a Internet de tipo comunitario).

Con respecto al concepto de la herramienta, ésta propone

ser un “lugar donde confluyan todas las ideas”; por medio del intercambio de información, capacitación y educación principalmente, se orienta y potencian lazos cooperativos y participativos entre las organizaciones sociales de la Ciudad.

El presente proyecto tiene cuatro etapas, primeramente un desarrollo teórico y conceptual para introducir al lector en temáticas como Sociedad y Comunidad, Problema y Gestión Social, entre otros conceptos asociados al programa propuesto. Así mismo, se presenta una introducción a la problemática del soporte troncal a utilizar (web), desde una perspectiva de impacto social y relación con la problemática de las comunidades virtuales.

Una segunda etapa será el Análisis temático, donde se aborda la composición de las organizaciones sociales, su estructura, funciones y relación con los soportes tecnológicos.

Cierra este capítulo, una especificación de la temática abordada, utilizando a Valparaíso como contexto local y marco referencial.

Una tercera etapa, consta de la propuesta metodológica, donde se definen las líneas de acción del programa a seguir, tanto en su estructura interna a nivel propositivo, como en lo conceptual.

La etapa final, presenta la solución proyectual a nivel conceptual y formal, vale decir, el diseño final de los soportes visuales desarrollados para el programa.

Vaya entonces, una invitación al lector a analizar este documento el cuál busca contribuir al desarrollo de una conciencia de identidad Nacional más participativa, democrática y proactiva.



## c a p í t u l o | P r o b l e m a

### **1.2.1 Planteamiento del Problema**

Actualmente, no existen canales oficiales de comunicación entre las diversas organizaciones sociales vecinales de la ciudad de Valparaíso, lo que impide el crecimiento constante e igualitario de las mismas, como así también el intercambio de ideas y experiencias positivas, acrecentando el sentimiento de inequidad social, lo que finalmente influye en la motivación del ciudadano en participar en proyectos que busquen mejorar su entorno y calidad de vida.

### **1.2.2 Objetivo del Programa**

Desarrollar un programa de comunicación que ayude a potenciar los lazos comunicativos y gestión ciudadana entre las organizaciones sociales de Valparaíso.

### **1.2.3 Objetivos Específicos del Programa**

- Crear puentes de comunicación e información oficiales entre las distintas organizaciones sociales incorporadas al programa.
- Fomentar la participación social y la libre expresión ciudadana.
- Ayudar al desarrollo de un trabajo coordinado y sostenido entre las distintas asociaciones incorporadas al programa.
- Reforzar, fomentar y coordinar la acción ciudadana en áreas del desarrollo social como por ejemplo la cultura, deporte y la educación.
- Acercar el desarrollo tecnológico y los nuevos medios de comunicación a la gente.



# capítulo I Conceptos Teóricos

● 2.1 Concepto de Comunidad

● 2.2 Problemas Sociales

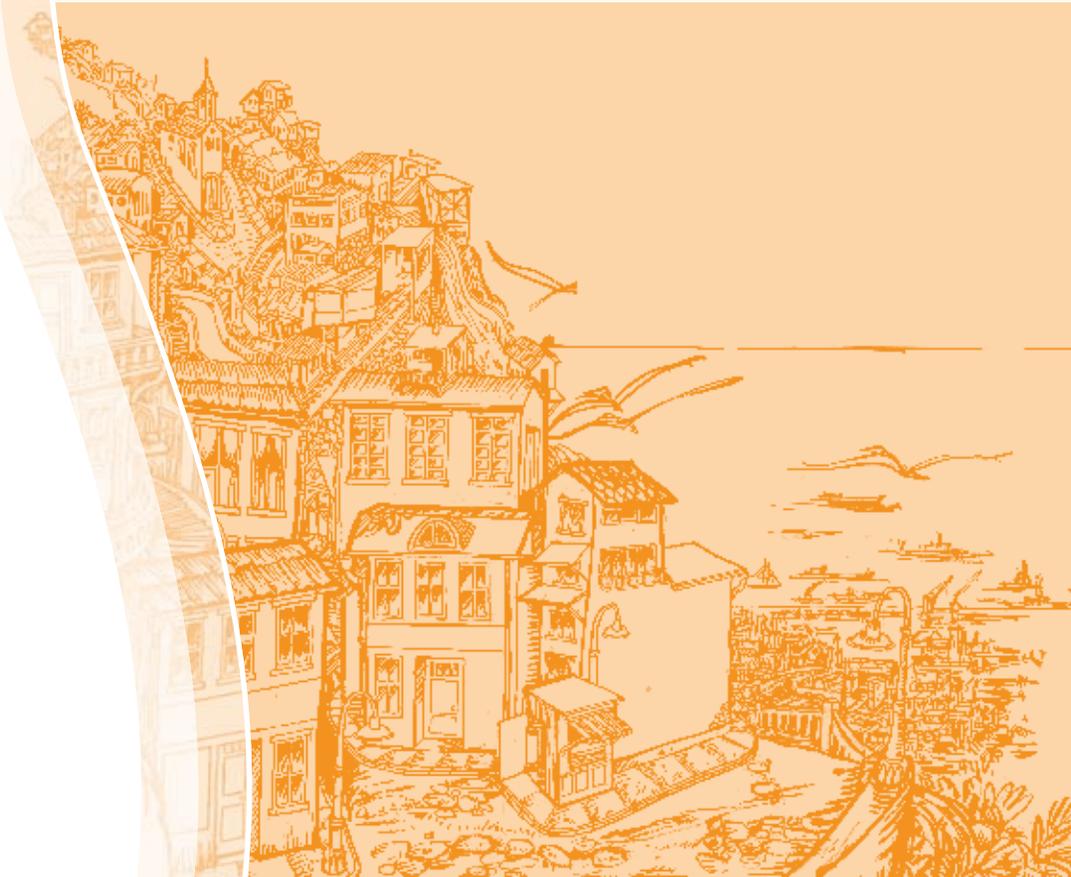
● 2.3 Gestión Social

● 2.4 Asociatividad

● 2.5 Autogestión

● 2.6 Participación Social

● 2.7 Ciudadanía Virtual



A continuación se expondrán las definiciones de los conceptos básicos con que se elaboró el proyecto, a manera de ampliar el marco de referencia respecto de la temática del mismo.

## **2.1. Comunidad**

### **2.1.1 Concepto de Comunidad**

El término Comunidad denota en primera instancia, la Cualidad de común (que, no siendo privativamente de ninguno, pertenece o se extiende a varios). Según el diccionario de la Real Academia Española, Comunidad es: Conjunto de las personas de un pueblo, región o nación. f. Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes. f. Junta o congregación de personas que viven unidas bajo ciertas constituciones y reglas, como los conventos, colegios, etc.

Se rescatan de estas definiciones algunas características básicas de una Comunidad, por ejemplo la localización geográfica determinada y su componentes social y grupal.

Según Hillery(1), quién realizó un estudio de las diferentes concepciones de Comunidad, existen 3 factores coincidentes entre ellas, que son: Una localidad compartida; relaciones y lazos comunes e Interacción social. Rescatando estos factores básicos, Bernard(2) diferencia entre comunidad y la comunidad. En esta última predomina el elemento de localidad geográfica compartida, en el primero (comunidad) destacarían los factores de relaciones y

localidad compartidas. El concepto de Comunidad incluye lazos emocionales, intimidad personal, compromiso moral, cohesión social y continuidad temporal, según el autor.

A la vez, Klein (1968)(3), en su definición de Comunidad, subraya los factores psicológicos, pero excluye los relacionados con la localidad, asumiendo que la vecindad geográfica no produce por sí misma comunidad, sino que se precisan otro tipo de dinámicas o lazos sociales – culturales.

Warren (1965 y 1972)(4) subraya también la influencia de la convivencia territorial sobre las personas. La Comunidad es para él, “la combinación de unidades sociales que desempeñan las funciones sociales principales con relevancia local”. Esas funciones se agrupan en categorías, destacándose la Producción, distribución y consumo de bienes; la Socialización; el Control social; la Participación social y el Apoyo mutuo institucional como no institucional (familia, amigos, vecinos). Warren(5) cita tres dimensiones para el desempeño de estas funciones y que ayudan a diferenciar las comunidades. Estas son: el grado de autonomía de la Comunidad; coincidencia de áreas de servicio e instituciones; y sentido de pertenencia.

### **2.1.2 Comunidad y Sociedad**

Es necesario señalar las semejanzas y diferencias entre Comunidad y Sociedad, para comprender mejor a ambas: para la Real Academia Española, Sociedad se define como: f. Ámbito no



público, sociedad de los ciudadanos y sus relaciones y actividades privadas. f. Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

Nivel de agrupación social. La Comunidad representa un nivel intermedio, mientras que la Sociedad ocupa el nivel máximo. La Comunidad es parte del todo que es la Sociedad.

Tipo de agrupación y motivación subyacente. Existen dos tipos de agrupaciones, las comunitarias y las sociales, mientras que la finalidad de la primera es la reconstrucción y recreación de Comunidad, las sociales tienden a ser instrumentales, estando al servicio de la sociedad, más que a los integrantes de la Comunidad.

En cuanto a la finalidad de la Comunidad se destaca la posibilidad y potencialidad del trabajo comunitario, asumiéndose como algo relativamente natural y no organizado institucionalmente.

En resumen se establecen diferencias y relaciones básicas entre Comunidad y sociedad en tres criterios: Localidad: más central y básica en la Comunidad y no solo territorio, como la sociedad; Concreción Institucional: la comunidad es la expresión concreta para el individuo y las instituciones sociales son abstractas; y finalmente, la Mediación: la Comunidad es el mecanismo mediador entre individuos y sociedad.

## 2.2 Problema Social

El desempleo, la carencia de vivienda, la falta de espacios y actividades para ocupar el tiempo libre, son algunas situaciones que deterioran la calidad de vida de algunos sectores de la población. Estas condiciones se generan por un sistema social y económico injusto, en el cual todas las personas no cuentan con las mismas oportunidades. A estas situaciones se le denominan problemas sociales: carencias o aspiraciones en quienes las viven, que afectan y dificultan su desarrollo en diferentes ámbitos e inciden en la opinión pública, donde algunas ideas se hacen más visibles que otras. Quienes viven esas necesidades tienen conciencia de ello y al mismo tiempo, son significativas para la comunidad. Característica principal del problema social es su multiplicidad, pues, afecta diferentes ámbitos de las personas y va cambiando de acuerdo al contexto social, cultural y económico.

### 2.2.1 Políticas Sociales

Un actor importantísimo dentro de la gestión social es el Gobierno a través de la implementación de *Políticas Sociales*. Estas son una herramienta del gobierno que contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas o comunidades, forman parte de las políticas públicas y de la gestión social de un país.

Ahora bien, para que una Política social sea aplicada en el país, es necesario que se lleven a cabo una serie de acciones y procedimientos. En el proceso de elaboración, implementación y evaluación de las políticas sociales participan distintos actores de la sociedad: la comunidad organizada, el poder ejecutivo, legislativo, y organizaciones no gubernamentales o instituciones de apoyo.



## 2.3 Gestión Social

Conjunto de acciones realizadas por organizaciones sociales, instituciones de apoyo, organismos gubernamentales, orientadas a solucionar los problemas sociales. Es un proceso:

**a. Intencionado:** a partir del sentimiento de insatisfacción ante una realidad, nace la inquietud y determinación por realizar acciones para transformarla.

**b. Planificado:** es un proceso ordenado, de conocimiento y de reflexión que implica tomar decisiones para actuar coherentemente frente a un problema.

**c. Que se traduce en un conjunto de acciones individuales y/o grupales,** es decir, es la concurrencia de múltiples experiencias sociales.

**d. Reúne el quehacer y aporte de distintos actores sociales:** Como la Comunidad, a través de experiencias creativas y solidarias; el Gobierno, por medio de las políticas sociales; el empresariado con inversión social (creación de fuentes de empleo, etc.) y Organismos e instituciones de apoyo, con aporte educativo, técnico y solidario.

**e. Efectos colectivos:** resultantes apuntan a la comunidad en conjunto.

**f. Destinado a producir un cambio:** contribuye al mejoramiento de las condiciones de vida de un pueblo.

### 2.3.1 Gestión Social en el ámbito comunal

El espacio donde la gestión social adquiere mayor relevancia es el espacio territorial o local, representado por la comuna. Hoy en día, dentro del ámbito comunal, la responsabilidad es asumida por dos actores: el Municipio y La Comunidad Organizada (dirigentes). El Municipio debe: fomentar la solución de los problemas sociales comunales y asegurar la participación de la Comunidad organizada en la solución de sus propios problemas sociales. Tras la modernización, la gestión del Municipio debe dejar de ser asistencialista, para convertirse en un Municipio gestor, propositivo y eficiente a la vez.

Por otro lado, las organizaciones sociales han tenido un papel activo en la gestión social, a través de la promoción e implementación de una variada gama de experiencias, que buscan alcanzar mejores condiciones de vida para sus integrantes y para la comunidad a la que pertenecen.

En estos procesos organizativos los **dirigentes** son actores indispensables. La población y la comuna, son el ámbito de acción del dirigente social. En sus labores habituales realiza tanto un trabajo directo con su organización de pertenencia, como también establecer relaciones y contactarse con otras instituciones, organismos o con la autoridad Municipal. Es justamente en este escenario, en esta red de relaciones, de necesidad de colaboración en el cual toma cuerpo y se hace realidad la gestión social desde y hacia la comuna. De esta forma, y partiendo del conocimiento de otras iniciativas (apoyo externo, capacitación, programas sociales estatales), la Comunidad organizada y sus dirigentes cuentan con algunas herramientas para transformar la Comunidad en un ente propositivo.



Estos valores, formas de intervención y herramientas, constituyen recursos reales que permiten potenciar un proceso de gestión social más participativo y real.

Es necesario, a manera de redondear el presente tema, enumerar una serie de consideraciones referentes a la gestión social y a sus actores principales. De ese modo, el Municipio debe desburocratizar la organización del mismo, a manera de agilizar la toma de decisiones, capacitar al personal en el uso de las nuevas tecnologías que favorezcan la eficiencia en la acción, generar planes a mediano plazo, fomentar el trabajo en equipo y la coordinación interna, desarrollar programas sociales que favorezcan la participación activa de la comunidad en la planificación, y poner los temas de la comuna en carpeta del Gobierno.

Es decir, el Municipio, debe asumir su rol de **motor central**, orientador y facilitador del proceso de gestión social en la comuna.

Para finalizar hay que señalar que el **dirigente** y **las organizaciones comunitarias** deben asumir su rol de actores principales, generador de propuestas y motivadores de la participación ciudadana en cuanto a los problemas y necesidades directas de su entorno, ya sea inmediato o local, Canalizar los recursos humanos, técnicos y valóricos de la comunidad, facilitando la gestión social; Rescatar experiencias exitosas de la Comunidad y evaluar sus posibilidades de replica; Propiciar condiciones que potencien un encuentro entre iniciativas comunitarias y las acciones gubernamentales.



## 2.4 Asociatividad

Se define como la organización voluntaria y no remunerada de individuos o grupos que establecen un vínculo explícito, con el fin de conseguir un objetivo común, junto a otras características básicas como el autogobierno o autodefinición de acciones y objetivos y la exigencia de fines lícitos.

A la vez se puede subdividir en temas: Asociatividad económica, relacionadas a actividades productivas; Asociatividad Salud – Vivienda – Educación; Asociatividad Vecinal; Asociatividad recreativo – cultural; y Asociatividad política.

Por otra parte se pueden agrupar las formas asociativas de acuerdo a niveles de acción, Primer nivel, participación individual y sin representar a otra organización (ej. Sindicato); Segundo nivel buscan representar intereses de un grupo de formas asociativas de base (ej. Federación de estudiantes de una universidad); y, de tercer nivel buscan coordinar a todas las organizaciones de una misma área de acción (ej.: Confederación de la Producción y del Comercio).



## 2.5 La Autogestión

Es una gestión de la comunidad, que ocurre como resultado de transformar la espiral descendente de la pobreza en espirales ascendentes de desarrollo. La fuente de la autogestión comunitaria es el cambio de una visión fatalista de la pobreza, (como una suma de carencias), a una visión esperanzadora, como generadora del impulso necesario para el desarrollo.

La terminología **“Auto”** es un prefijo que significa *“uno mismo”*, o *“por sí mismo”* y **Gestión** se define como administrar o también como hacer diligencias para conseguir algo, como puede ser un producto, bien o servicio. Pero autogestionario no significa autosuficiente. La idea de autogestión persigue el poder para decidir por sí mismo sobre las decisiones que le afectan.

Con lo expuesto, **Autogestión** es un proceso mediante el cual se desarrolla la capacidad individual o de un grupo para identificar los intereses o necesidades básicas que le son propias y que a través de una organización permita defenderlos expresándolos con efectividad en la práctica cotidiana, basándose en una conducción autónoma y en una coordinación con los intereses y acciones de otros grupos. Autogestión lleva implícito la planificación, democracia participativa y desarrollo sustentable(6).

La autogestión comunitaria es una herramienta eficaz probada que exalta la utilización de los mejores valores del individuo y de los grupos, situándolos en mejor posición para enfrentar y resolver sus problemas comunes.

Entendemos como autogestión todas las alternativas de auto organización social y comunitaria donde la comunidad misma, ya sea sindical, cooperativa, campesina, de mujeres, jubilados, marginados y de cualquier otro sector social oprimido en nuestra

sociedad, tome en sus propias manos la tarea de resolver sus necesidades. Para ello se tienen una serie de principios prácticos que encierran el funcionamiento básico de una sociedad autogestionaria:

- **Democracia Directa:** Los interesados toman sus decisiones, no lo delegan a otros. Prepondera el consenso como forma predominante en la toma de acuerdos, y solo en casos extremos recurren a la votación, evitando el “mayoriteo” y permitiendo, en lo posible, posiciones propias a las minorías.
- **Acción Directa:** Los interesados toman sus decisiones sin intermediarios y son también ellos mismos los que gestionan sus propios acuerdos, también sin intermediarios.
- **Apoyo mutuo:** Desarrollar el concepto de solidaridad como principio ético de funcionamiento en todas las instancias en las que participemos y asesoremos empezando por nosotros mismos.
- **Formación:** El estudio y la actualización permanente nos permitirá manejar un mayor número de alternativas a valorar en la toma de decisiones.

Estos cuatro principios básicos de la práctica autogestionaria, que adaptados a las circunstancias particulares de cada caso, son aplicables en cualquier organización, desde el pequeño grupo, la comunidad y la sociedad misma. Ningún principio se ubica sobre los demás, y no son sacrificables unos en función de otros, son cuatro y se toman juntos.

La autogestión, es un proyecto a largo plazo, quedando claro que los medios tienen que estar de acuerdo con los fines, por ello ninguna lucha puede tener éxito si no es consciente y si no persigue un fin concreto y definido.

La autogestión cuenta para su implementación en la comunidad con la **Planificación alternativa**, aspecto práctico del trabajo



comunitario. La autogestión comunitaria, como práctica social, es un sistema de planificación alternativo que opera en la propia comunidad, poniendo en práctica actividades conjuntas en torno a intereses compartidos, implica conocer la realidad, desear un cambio positivo, idear un futuro mejor; fijar las acciones necesarias para alcanzar esas metas definiendo el camino que facilita lo deseado para construir la organización adecuada que haga realidad esta meta. El sistema de planificación alternativo es un instrumento ajustable y flexible oponiéndose a las actitudes sociales nefastas, como el fatalismo, la resignación y la improvisación. La planificación alternativa ha demostrado ser una eficaz herramienta educativa, comunicativa, organizativa que puede transformarse en un instrumento técnico - político en poder de las comunidades.

Como **Herramienta educativa:** Construye capacidades, soluciona problemas comunes, requiere conocimiento aplicado. Todos tenemos una cantidad mayor o menor de conocimiento cuando éste no es suficiente para construir una escena más cercana al ideal, hay que adquirir nuevas destrezas y habilidades, con el

método de aprender haciendo. Como **Herramienta comunicativa** logra fuerza colectiva mediante una comunicación alternativa y eficaz. Esta debe impulsar la autonomía en las decisiones, tener las mismas ideas, anhelos y valores que la Comunidad. Esta comunicación debe ser una expresión válida desde el punto de vista de sus integrantes, desde la protesta callejera hasta las formas más variadas de arte popular, no debe poner límites a la creatividad ni a la audacia para manejar medios tecnológicos cada vez mayor.

Como **Herramienta organizativa** se encuentra la **Solidaridad**, debe ser un ejemplo de esto la tradición andina de la "minga" donde los miembros de una Comunidad aportan su rol específico para satisfacer una necesidad colectiva o individual y de la suma de todos los aportes resulta la solidez del trabajo y la conquista de sus beneficios, señalando que nadie sobrevive solo y que la solidaridad permite alcanzar los objetivos propuestos.

Como **Herramienta organizativa** está la **Organización Comunitaria** y cuando la comunidad está organizada, es más difícil vencer al grupo, que vencer al individuo, es por ello que el



ser humano se organiza por instinto, protesta o mejorar el nivel de vida y si la organización es deficiente se sienten inseguros, ya que no sabe dónde encaja. Organizarse es formar un todo con partes que dependen y se relacionan entre sí, formando una estructura definida y eficiente. Entonces, la organización, es la división de las acciones, deberes y funciones especializadas, donde un grupo se organiza para que las comunicaciones, las personas y los objetos fluyan de adentro hacia fuera, partiendo de las pequeñas acciones o pequeños avances que se van logrando, esto impulsa los propósitos del grupo.

La prueba máxima para el grupo es su viabilidad que se encuentra en la capacidad para florecer y prosperar logrando un producto aceptable, sin estas acciones los grupos sobreviven.

Y finalmente, como **Herramienta de poder la Participación**: La palabra participación tiene dos significados principales, el primero es “*Dar parte*”, es decir comunicar o notificar, desde este punto de vista, la participación sólo es posible con el libre acceso a la información de lo que ocurre alrededor, que de una forma u otra afecta nuestra vida. El otro significado que se utiliza más, es “*Tener parte en una cosa*”, es decir, compartir, contribuir, donde cada integrante de la comunidad es una parte del todo y como tal interviene, comparte y contribuye. Así, la palabra implica al mismo tiempo el derecho a tomar parte, por ejemplo en las decisiones, así como el deber de contribuir, es decir tomar la responsabilidad por el grupo si estos están de acuerdo. Cada miembro de la comunidad, desde lo específico de su edad, sexo o actividad tiene un papel que cumplir y debe realizar su aporte para el beneficio común.



## 2.6 Paticipación Social

### 2.6.1 Definiciones

No existe uniformidad en las definiciones del concepto de participación, pues se entiende según el contexto en el que se desarrolla, que corresponde a intereses personales o colectivos; al nivel intermedio, en el que la participación tiene por objeto las políticas sociales de alcance sectorial o regional; y el político, en donde la participación compromete el destino de toda la colectividad.

A manera de poder reconocer elementos y criterios ligados al concepto revisaremos 2 definiciones para el término, las cuales distinguen distintos ámbitos, según sea el caso:

- a. Para **Mideplan**, la participación es *“la capacidad de transmitir información a su Gobierno, de decidir lo que el gobierno debe hacer y controlar que esas decisiones se implementen adecuadamente”*. (7)
- b. Para **Patricio Aylwin**, la participación es *“un proceso en el cual las organizaciones sociales adquieren conciencia de sus necesidades, buscan y proponen alternativas de soluciones comprometiéndose con ellas”*(8)

A partir de estas definiciones se establecen rasgos de concordancia y diremos que **Participación Social** es aquella referida a la capacidad de grupos organizados de influir responsable y determinadamente en las acciones y decisiones que afectan su vida cotidiana y su entorno más inmediato. De esta manera, aparece muy vinculada al concepto de fortalecimiento de la sociedad civil.

### 2.6.2 Tipos de Participación social

#### A. Ciudadanía Directa

Corresponde a la ejercida por los individuos en su calidad de ciudadanos y se divide según la acción que ésta representa, puede ser representativa o de delegación (voto), consultiva o de opinión o cívica o de conducta ciudadana cotidiana.

#### B. Movimientos Sociales

Es la participación ligada a actores sociales, grupos de opinión o influencia, que pueden ser: Temáticos o Locales

#### C. Voluntariados

Participación que responde a la definición de carácter voluntario y espontáneo, que se caracteriza por estar orientados al servicio público y de acción social.

#### D. Proyectos o Acciones concretas de Desarrollo

Corresponde a la participación inducida desde el Estado y que, a través de fondos de concurso público, alienta a las organizaciones de ciudadanos o a grupos focales a presentar proyectos de desarrollo.

#### E. Organizacional

Se refiere a la participación que se da mediante el funcionamiento y acción de organizaciones permanentes, que pueden ser de tipo político, sectorial, de alcance más restringido, y territorial.



### 2.6.3 Razones asociadas a la participación

La economía y la sociología dan claves para hallar las motivaciones que impulsan a las personas a participar en organizaciones. Esta participación no puede ser explicada solamente por sus beneficios colectivos. Se debe, entonces, pesquisar la existencia de otros beneficios asociados a la participación. Estos son los llamados “*beneficios selectivos*”, ya que se encuentran limitados a las personas que efectivamente participaron y pueden rehusarse a los no participantes. Existe la noción de que actualmente la participación social ha disminuido, pues los beneficios selectivos ofrecidos por ser miembros o directivos de una organización social local han perdido valor, ya que hoy existen otras fuentes de gratificación accesibles. Por ello, sólo participarían quiénes en función de su edad o situación social, no están en condiciones de obtener beneficios en forma individual.

Desde el enfoque más sociológico, la explicación de la participación social se centra en la noción de solidaridad implícita en el acto de compartir y actualizar un determinado código moral. La participación se explica en función del compartir e intentar difundir determinadas pautas valóricas dentro de las cuales están la amistad, solidaridad y compañerismo entre los miembros de la organización.



### 2.6.4 Consideraciones

Al hablar de participación social, aludimos como se ha visto a la acción en el medio público de individuos, grupos o comunidades, acción que tiene un carácter voluntario de compromiso y cooperación con otros, en función de intereses que son compartidos. Todo individuo, por naturaleza un ser social, convive con otros, es parte de una comunidad, de una familia, de alguna institución; sin embargo, parece ser que esta participación no basta para aludir profundamente a aquello que nos referimos cuando hablamos de participación social. A su vez, el gobierno, consciente de la importancia que tiene la participación para el intercambio social y el funcionamiento democrático, apunta sus esfuerzos en fomento de la participación, a través del fortalecimiento de las políticas sociales y del aparato del Estado en su totalidad.



Para que las personas puedan participar se precisa la existencia de oportunidades de participación y por otro lado, el aprovechamiento que la población hace de ellas. El grado de participación directa de la población va en directa relación con el desarrollo propio de la sociedad en la cual se ve inmersa y promueve procesos de interacción social y la desconcentración de conflictos.

Ahora bien, en el fomento de la participación es en donde adquiere relevancia que, aunque inherente a la vida en sociedad, requiere de algún grado de organización.

Finalmente la relación del Estado con la comunidad, organizada en colectivos o grupos, favorece a las organizaciones formales, la formalización de los grupos se vuelve entonces el camino para acceder a las políticas sociales del gobierno, muchos grupos por lo mismo, quedan marginados de este proceso de fortalecimiento social y consecución de objetivos en función de intereses compartidos.



### 2.6.5 Ámbitos y niveles de participación

Generalmente, Participar es entendido como *tomar parte en las actividades y decisiones de un colectivo* (comunidad, sociedad o grupo humano). Sin embargo, la diversidad de situaciones o conductas que podrían estar incluidas en este “tomar parte” tienden a dejar sin sentido a la definición conceptual. Por ello, sólo nos acercamos a la delimitación y comprensión del término cuando establecemos en su interior algunas distinciones.

El contexto en que nos situaremos de ahora en adelante será el espacio de lo local, al cual definiremos como el soporte territorial de las organizaciones y como un objeto construido que es resultado de la acción de procesos y actores sociales.



### 2.6.6 Contexto de la Participación Social en Chile

Según Any Rivera(9) entre la década del '60 y comienzos del '70 era el eje articulador de la acción social. A partir de 1973 el sistema político cambia drásticamente, situación que contrasta con los actores políticos del momento. Posteriormente, a partir de la década del '80 reaparecen algunas formas de acción social, como las organizaciones de trabajadores, etc., tomando fundamentalmente una acción defensiva frente al Estado ante su retirada de las problemáticas sociales.

A fines de los '80, los actores sociales participaban masivamente frente al proceso que estaba viviendo el país. De ahí en adelante se produjo un quiebre, principalmente por que la población se siente decepcionada y comienza a creer que su opinión no es válida en tanto no incida o traduzca en cambios reales. Esta situación derivó en un alto grado de desconfianza frente a los organismos regionales comunales. Esto, finalmente se tradujo en una disminución de la fuerza de las organizaciones y movimientos sociales en la toma de decisiones, y una caída en la participación social popular. A partir de éstos índices, los gobiernos democráticos deciden enfatizar el

impulso de la regionalización y la descentralización. En este sentido, se traslada poder desde el Estado o de la sociedad hacia los niveles locales y regionales. Finalmente, la definición de las políticas sociales se aleja de la realidad de la población en cuanto se aplican criterios extremadamente técnicos y se decide sobre identidades virtuales y no reales. El modelo de modernización social actual propone una solución técnica al problema de la pobreza, sin embargo, este modelo ha sufrido serios fracasos puesto que no considera como una herramienta la autogestión de los pobres en la solución de sus problemas.

En nuestro país, lo que se tiene como acción actual y futura es consolidar una sociedad de oportunidades, en la cual el rol del Estado sea fomentarlas, arbitrar las políticas para que ellas se distribuyan social y territorialmente, y habilitar a los ciudadanos para que las puedan aprovechar.

Es así como la participación, la conquista de la ciudadanía y la profundización de la democracia se encuentran en un mismo proceso: el traspaso de poder a la población. Es por ello que es ésta quien debe asumir su poder de creación y organización para tomar las oportunidades, crecer y construir su propio futuro.



## 2.7 Ciudadanía virtual

### 2.7.1 Internet, un objeto social

Básicamente se define con la afirmación “red de redes”, descripción que la presenta como una configuración necesaria respecto de los usos y efectos que provoca.

*“Se trata de una red de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos.. es un medio de comunicación, de interacción y de organización social”*(10)

Una primera afirmación clave para entender Internet es que no es tecnología, sino una forma de organizar una actividad. Tal aspecto permite reconocer cómo el uso de la red trae aparejado cambio de diversos alcances y escalas que imponen la necesidad de enfrentar temas y problemas nuevos con análisis también nuevos. Solo así podremos abordar este aspecto del fenómeno (el despliegue de una particular organización del conocimiento y la tecnología), sin quedar atrapados en los brillos su soporte (el artefacto tecnológico).

Esto permite entender cómo la red ingresa al campo de la política(11) y de qué manera modela usos y prácticas que “formatean” aspectos esenciales de lo social.

### 2.7.2 El Desarrollo y efectos de Internet a escala global

La presencia de Internet no es uniforme en el ámbito geográfico. Los usuarios en febrero del 2000 eran más de 276 millones. De éstos menos de mitad están en USA o Canadá, en tanto Europa alcanza a 72 millones y en Asia se verifica el menor número en términos porcentuales, llegando apenas a 55 millones. Podemos señalar entre sus efectos;

### A. Efectos de Internet en la Cultura

Influye en la cultura según se use “con” sentido potenciador de la globalización cultural. En este sentido, es imprescindible señalar las condiciones básicas de alfabetización, la comprensión de lo que es un computador, el sentido de esta tecnología, adentrarse en esta nueva dimensión espacio-temporal que significa navegar en Internet, aproximarse a los fenómenos que surgen con su uso y contrastar los mitos asociados a la red.

Sobre la cobertura, progresión y debate de los códigos y usos culturales que está significando Internet, emerge también como un aspecto el referido a la capacidad de innovación que pueden desarrollar diversos actores sociales al ingresar y hacerse parte de este nuevo tipo de relación.

### B. Efectos en el campo de la política

No se debe ver el tema reduciéndolo sólo a lo que concierne a la gestión pública, es decir, no basta con un discurso que responda a los intereses de cualquier gobierno para dar cuenta de la dimensión política de la red.

Hay que reconocer qué red y gobierno dan lugar a un contraste que juega con conceptos diferentes al concebir el centro del poder. Es más, la idea de un e-gobierno, o gobierno virtual, es puesta en entredicho por el carácter descentralizado de Internet.

Es necesario discutir sobre las acciones que se realizan desde el gobierno para producir desarrollos que satisfagan una ética, todo esto con participación activa de los usuarios. Esto dependerá de la capacidad de generar instancias sinérgicas que estimulen progresos en la dirección de instalar usos de Internet como una materia de la agenda pública u ciudadana. La primera instancia



se ha dado a microempresarios y centros educacionales, quienes han tenido la labor de extender el acceso de este nuevo código a otros grupos sociales. Esto ha significado un impulso para nuevas formas de organización y participación ciudadanas, dándoles un nuevo significado según el contexto y aumentando los índices de participación actuales.

De lo señalado, se deduce que se ha instaurado un terreno fértil para nuevos usos de internet como herramienta de desarrollo en los nuevos desafíos y exigencias de la sociedad actual.

### **C. Efectos en el campo social**

Que existan comunidades virtuales en ningún caso significa que la participación organizada de la web reemplace a la participación en sí misma, por el contrario, ha de ser una expresión de la participación mediada, que sirva de vínculo virtual capaz de llevar la experiencia de participación real más allá de la comunidad regional, contactando a similares que están iniciándose en la globalización cultural.

La rapidez de la información, la facilidad para tratar diversos asuntos y el uso del tiempo que rompe con lo tradicional, son cualidades de Internet que facilitan la participación social en la generación de comunidades virtuales.

El pensamiento moderno modificó las ideas de estamento, igualdad, historia y destino de los hombres. Esto significa que el estado se constituirá en una esfera de instituciones y edificaciones jurídicas, dando significancia a la sociedad civil como el lugar social donde cada uno lucha por su historia.

Al surgir nuevas formas de organización social, se debe redefinir el concepto de sociedad civil, comprenderla desde un nuevo código que es Internet, y para ello existirían claves(12).

### **2.7.3 Naturaleza de las comunidades en Internet**

Los grupos virtuales son comunidades, es decir, generan sociabilidad, promueven relaciones y espacios de intercambio. Pero hay una diferencia (ontológica) entre estas relaciones virtuales de las físicas, diferencias que se derivan de su propia naturaleza.

Son comunidades basadas en intereses y afinidades posiblemente diferentes de las comunidades físicas. Por un lado Internet es un espacio social que permite conectar encuentros superando los límites físicos cotidianos. El hogar y la oficina quedan solo como lugares de referencias en la creación de estas redes de afinidad.

Las comunidades virtuales son modos de potenciar los llamados lazos o relaciones débiles, lo que da lugar a que especialistas afirmen que más que eso, expresan una cierta privatización de la sociabilidad. En muchos casos el uso de Internet se presenta como una forma privilegiada de organización y acción, teniendo rasgos característicos que le dan esa relevancia:

**1. Crisis de organización tradicional estructurada del tipo agrupación vecinal**, de perfil político. Simultáneamente aparecen nuevas asociaciones con objetivos concretos: defender el barrio, proteger los derechos del niño, etc. Es decir, hay un salto cualitativo en las organizaciones que dan forma a movimientos sociales en red, constituidos en torno a valores y proyectos concretos. Internet permite coordinaciones flexibles y adecuadas a un tipo de temporalidad distinto. Al contrario, la motivación de las organizaciones tradicionales es un proyecto de alcance, muchas veces societal, donde las acciones concretas solo tienen sentido en pos de objetivos de mayor proyección; en cambio, las nuevas asociaciones son más inestables, coyunturales, menos condensadas y más proclives a proyectos segmentados.

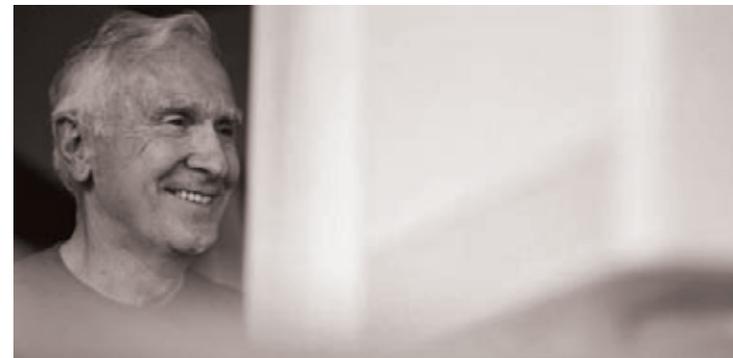


**2. La orientación de la acción de estos nuevos movimientos sociales son valores o códigos culturales.** El sentido principal depende de la capacidad de comunicar y reclutar recursos y apoyos de todo orden.

**3. El poder funciona a escala global** y la gente tiene sus vivencias, construye sus valores, sus trincheras de resistencia y de alternativa cultural en redes locales. En otras palabras: conexión global de movimientos y vivencias locales.

Lo señalado puede orientar la comprensión de la naturaleza de estas comunidades, que al participar en la red promueven unos determinados tipos de acción y de relación que se conectan con el proceso de resignificación de la ciudadanía que algunos denominan virtual o electrónica.

T. Leterre señala que tal distinción no asume el propio lenguaje existente en la red. Es decir, la idea de enlace, aventura, surfear o la de navegar llevan en sí una ausencia a la idea de pertenencia o de selección. *“Hablar de elite o ciudadanía es deformar el problema, fijando en categorías sociales y asignando a un lugar fijo la libertad de movimiento que constituye la riqueza de internet”*(13).



Si es el concepto de red, una cualidad lineal, de unión entre dos puntos, dejamos fuera el factor que la hace específica: una descentralización radical, que tiende a superar la inercia del enlace. Enlace, como lo que permitiría mirar hacia el reenvío *“potencial”* que el usuario pretenda lograr, y por lo tanto, como lo sugiere T. Leterre: *“el enlace no enlaza ni relaciona, sino que conduce, libera (de la localización de esa información)”*(14).

Lo novedoso de Internet es que los hombres, al comunicarse a través de computadores, multiplican su poder de información; por lo tanto, los computadores tan sólo son las herramientas de un proceso, como lo sostiene Leterre: *“ni ciudadano, ni elite, sino que animal comunicante; la definición más simple que puede darse del navegar en la red.”*

Se puede sostener que las denominadas redes ciudadanas hablan de un proceso de constitución de actores orientados al uso de la red, con el objetivo de producir efectos políticos y denotar modos nuevos de relación al interior de comunidades de personas. Es decir, bajo el pretexto del despliegue de intereses compartidos producen los efectos de una comunidad que



coordina las acciones de quienes pertenecen a ella. Cualquiera sea la constitución, Internet enfrenta temas reales que tienen que ver con comunidades y personas preexistentes; De aquí nace la interrogante sobre si se puede cualificar la posibilidad de producir un sentido compartido de la vida, ampliamente humana.

#### **2.7.4 Sociedad de la información: las redes ciudadanas**

Por otra parte, A. Serra, sostiene que las nuevas formas de sociabilidad en Internet son antecedentes de un nuevo tipo de relación social, señala que la *“tecnología industrial tiene un efecto directo en el conjunto de la sociedad. Ella produce también el nacimiento de nuevas sociedades de la era Internet”*. Las redes ciudadanas serían por lo tanto, el elemento característico de este fenómeno asociativo de la era digital.

Redes ciudadanas, para precisar, son según Serra *“como un nuevo tipo de organización social destinada a promover el derecho de la información, en el ámbito local”*. Pueden adquirir la forma de free-net, telecentros o, en otras son espacios para el tema juvenil, tercera edad, la mujer o temas de administración local.

El objetivo de las redes ciudadanas va más allá de la información local, definiéndose como una forma de establecerse dentro del contexto de lo local, con el fin de incidir en temas significativos

y con la pretensión de actuar políticamente para el logro de tales pretensiones. Evolucionan relacionadas con los cambios que produce el uso de la tecnología sobre el contexto social, otorgando visibilidad a la sociedad de la información experimental *“y son por lo tanto, un avance de lo que más adelante afectará al conjunto del tejido social existente”*.

Las redes ciudadanas son una combinación de nuevas instituciones con emplazamientos físicos y virtuales dedicados a promover la era digital en el conjunto del cuerpo social. Rheingold define a las comunidades que utilizan internet como *“conformaciones sociales que emergen de la red cuando un número relativamente elevado de personas mantiene estas discusiones durante un tiempo prolongado y conforman redes de amigos personales y profesionales en el ciberespacio”*(15) o como *“un conjunto de relaciones sociales unidas por un interés común o circunstancias compartidas.”*



### 2.7.5 Efectos sociales de las comunidades virtuales

Las comunidades virtuales ayudan a las personas a crear varias clases de productos y bienes colectivos: capital social en la red, capital de conocimiento y comunión; por capital social nos referimos a la red de contactos de los participantes, en tanto que el capital de conocimiento es el modo de derecho en que los sistemas on-line pueden incrementar y difundir informaciones y opiniones.

Se distinguen diferentes tipos de redes sociales:



1. Los participantes de comunidades virtuales que quieren relacionarse a escala global con personas afines para obtener compañerismo, erotismo, espacios lúdicos, informaciones y apoyo social desde sus casas o terminales de computación.

2. Empleados jerarquizados que desean formas de trabajo cooperativo apoyados por computadoras.

3. Organizaciones que perciben los beneficios de coordinar complejas estructuras laborales y al mismo tiempo reducir los costos de administración y los tiempos del proceso de producción.

4. Organizaciones comunitarias e intermedias que obtienen información, dan a conocer su trabajo, adquieren fuerza social y se transforman en interlocutores del poder local por medio de las redes informáticas.

Las organizaciones ciudadanas logran cohesión, difusión de su trabajo y fuerza de presión ante sus interlocutores cuando enfrentan un problema común, coordinan y utilizan sus recursos colectivos para proponer soluciones y convencer a los grupos o autoridades.

La utilización de las nuevas tecnologías, con el fin de activar la participación ciudadana en los procesos políticos, tanto en el ámbito local como global, debe tener siempre en cuenta los posibles obstáculos que la realización de los proyectos o el tipo de asociatividad promovida, puedan producir al desplegarse en la red de redes.



c a p í t u l o | | | | | **A n á l i s i s T e m á t i c o**

**3.1 Análisis Contextual**

**3.1.1 Marco Nacional**

Chile ha entrado en una nueva fase de su desarrollo. No es posible un retorno al pasado ni existe un modelo único para el futuro. En la medida en que cambia la sociedad Chilena van cambiando sus objetivos y horizontes. La amplitud y velocidad de los procesos requieren de un esfuerzo permanente de reflexión y de acción para conducir el desarrollo de Chile por los cauces apropiados. Es lo que propone la perspectiva del Desarrollo Humano sustentable cuando hace hincapié en la persona como sujeto y beneficiario del desarrollo. Las personas serán sujetos efectivos del desarrollo cuando gobiernen los cambios. Y podrán modelar dichos procesos en la medida en que las iniciativas individuales puedan apoyarse en las capacidades sociales del conjunto.

Para ello, las iniciativas del gobierno están orientadas en conseguir un crecimiento económico rápido y sostenido, y lograr una sólida integración nacional que, junto con fortalecer la identidad cultural y unidad territorial, permita el desarrollo de la ciudadanía en igualdad de condiciones y en toda su diversidad

Dentro de las iniciativas de importancia se pueden mencionar la reforma educacional, los esfuerzos en el ámbito artístico cultural, como así también un proyecto de mayor envergadura, que abarca un sinnúmero de aristas, que busca tener frutos hacia el bicentenario de nuestro país. De aquí surgen actividades que buscan impulsar el desarrollo nacional a partir del crecimiento local, al nivel de regiones y ciudades, a manera de fomentar la descentralización y el desarrollo equitativo de todas las zonas del país. No deja de ser importante; como factor de desarrollo, la capacidad de las regiones de articularse internamente y asumir un rol activo en el ámbito nacional.

En este contexto, de proyección nacional, es innegable la necesidad de hacer partícipes del proyecto a todos y cada uno de los sectores productivos, como así también a la



ciudadanía toda, a forma de acrecentar la unión y la acción ciudadana. Para alcanzar este objetivo es necesario hacer de la población un “activo” dentro del proceso, que lo sienta como algo propio y de importancia, de manera que se involucre a sí mismo y ayude a motivar a sus pares en todas las actividades que se le propongan, generando soluciones a sus propios problemas. Por esto, la respuesta a los desafíos actuales que se le imponen al estado chileno surgirá de la suma de fuerzas de orden institucional / estatal y aquellas de orden social / civil. Para esto, es imprescindible la construcción de estructuras de interconexión, información y cooperación entre el estado y la sociedad civil, a manera de mejorar la relación entre todos los actores en este proceso.

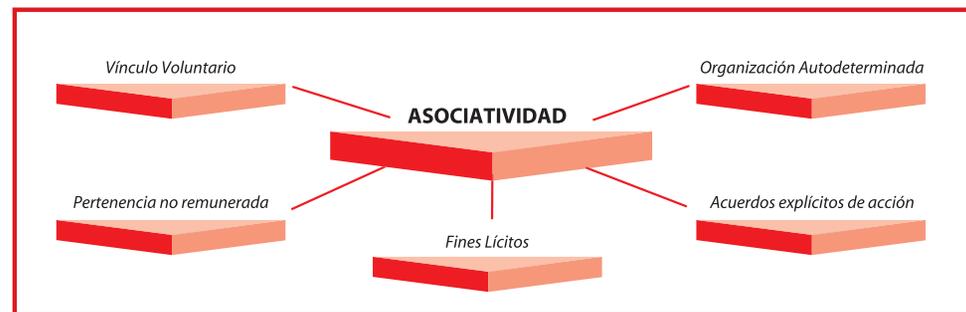
En este mismo sentido podemos señalar que existe una tendencia persistente en la Sociedad Chilena a asociarse y organizarse para resolver problemas que no pueden abordarse en forma individual y para demandar al Estado acciones que apoyen esas soluciones por la vía de financiamientos o la ejecución de programas. Con las transformaciones ocurridas en los últimos 25 años esa tendencia ha permanecido, particularmente en los sectores populares. Estos no han encontrado en el mercado mecanismos suficientes de satisfacción de algunas necesidades básicas y continúan considerando que el Estado (“las autoridades”) debe cumplir un

rol relevante de apoyo a sus necesidades e iniciativas. Debido a lo anterior, buscan en forma activa una relación con sus actores y políticas.

Estas tendencias asociativas han sufrido cambios a lo largo del tiempo, principalmente por dos hechos: por un lado han surgido nuevos sectores y por lo tanto nuevas pautas asociativas marcadas por la diferenciación y afirmación de identidad o bien de carácter netamente temporal e instrumental. (Ej. ; nuevos sectores medios, Trabajadores temporeros agrícolas y jóvenes urbanos marginales).

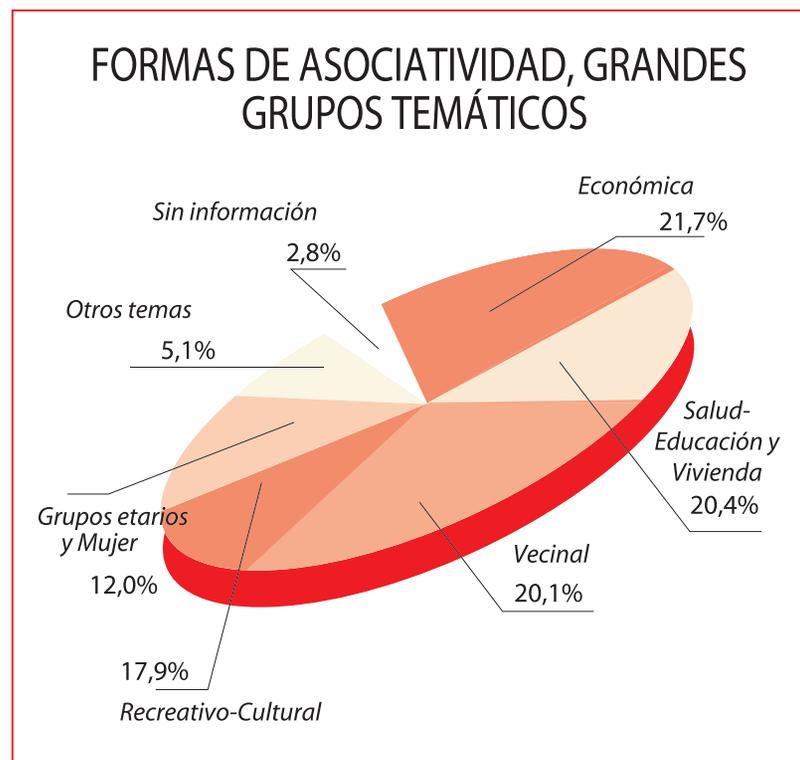
El segundo hecho es la redefinición de los alcances de asociatividad en los sectores donde sigue siendo una actividad relevante, surgiendo el municipio como contexto de acción, del cuál se espera la resolución de problemas y necesidades. Por otro lado, las mismas formas de asociación cambian, predominando los grupos pequeños, definidos por necesidades específicas y de alcance microlocal; las vinculaciones son generalmente entre grupos similares y muy débiles entre actores diferentes de una misma localidad; las convocatorias a la Comunidad son esporádicas y se mueven entre la lógica del “evento” y de la obtención de cosas muy concretas y específicas. La tarea organizativa tiende a concentrarse en un grupo pequeño de personas, que participan en diversas instancias: son aquellas que logran permanecer en el tiempo, por

**CONCEPTOS QUE DEFINEN  
EL VÍNCULO ASOCIATIVO,  
PNUD 2000.**



sobre las situaciones de cambio que afectan a la mayor parte de la Comunidad.

La asociatividad local predominante parece vinculada de diferentes formas a la acción estatal, en particular el municipio y los programas sociales. El financiamiento de los grupos proviene de modo significativo de fuentes estatales y la dinámica de los grupos fluctúa según las oportunidades de acceso a programas y recursos estatales. De tal modo que las iniciativas que el Estado toma y las modalidades que utiliza son importantes en la evolución y características de la realidad asociativa.



FUENTE, MAPA NACIONAL DE ASOCIATIVIDAD, PNUD 2000

### 3.1.2 Hablando de asociatividad ¿Qué se entiende por asociatividad?

Se entenderá por asociatividad a las organizaciones voluntarias y no remuneradas de individuos o grupos que establecen un vínculo explícito, con el fin de conseguir un objetivo común.

En el año 2000 se contabilizaban 87.046 organizaciones a lo largo del país. Cifra que da cuenta de una realidad muy diversa y de enorme riqueza temática, pues se registran 30 temas que generan asociatividad y están agrupados en 5 categorías, excluyendo a la religiosa (de la cuál hay escasa información sistematizada), las temáticas serían (16):

- 21 % *Económicas*
- 20,4% *Salud, Educación y Vivienda*
- 20,1% *Vecinal*
- 17,9% *Recreativa-Cultural*
- 2,0% *Grupos étnicos y de mujeres*
- 5,1% *Otros temas*
- 2,8% *Sin información*

**1. Asociatividad económica:** estas dicen relación con actividades productivas, presencia en el mercado de trabajo, desarrollo de profesiones u oficios y acceso al consumo. Ej. Colegios profesionales y asociaciones de artesanos y oficios, sindicatos, asociaciones de funcionarios de todo tipo, federaciones, confederaciones, entre otras. De consumo, se pueden señalar por ejemplo las asociaciones de propietarios, cajas y cooperativas de ahorro, entre otras.

**2. Asociatividad de salud, Vivienda y Educación:** En salud podemos mencionar fundaciones; corporaciones; ONGs; Grupos



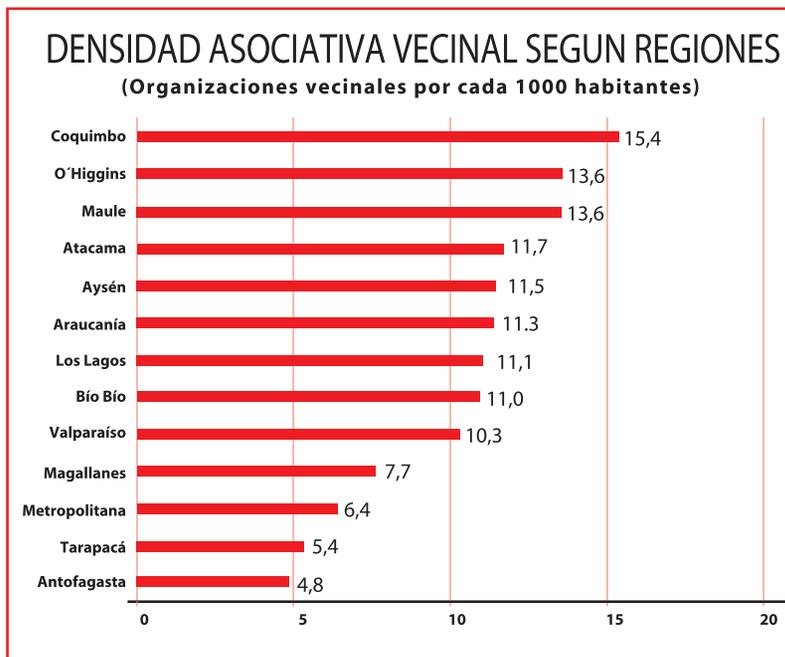
de autoayuda (Ej. Alcohólicos anónimos); Amigos de hospitales; clubes de enfermos, entre otras. En vivienda encontramos la necesidad de acceder a una vivienda la cuál ha generado diversas respuestas asociativas por parte de la población. Existen los comités de allegados; cooperativismo y otras asociaciones dedicadas a la vivienda desde un punto de vista promocional y de fomento.

**3. Un subtema es la Asociación vecinal.** Esta clasificación abarca a aquellas organizaciones que tienen su ámbito de acción preferentemente orientados a los desafíos que surgen del espacio compartido. Su acción colectiva expresa la aspiración de construir “un mejor lugar para vivir”; tanto en lo físico (acceso a servicios básicos o equipamiento comunitario) como en lo social (relaciones de vecindad, delincuencia). La asociación vecinal se desglosa en: Juntas de vecinos; Comités de pavimentación; Bomberos; Comités de seguridad ciudadana; Organizaciones de desarrollo local; y Organizaciones vecinales de otros tipos.

Según la Ley, las **organizaciones comunitarias** en general constituyen una “expresión de la participación y solidaridad de la comunidad local” y las juntas de vecinos son su expresión territorial.

En el mismo ámbito comunitario, destacan las diversas instancias de coordinación de instituciones y actores, las llamadas “Coordinadoras del desarrollo local” (fomentadas en su momento por entidades públicas como el FOSIS), (17) son también expresiones de un estilo de gestión de los proyectos sociales en la cuál la asociatividad juega un rol central.

**4. Asociatividad Recreativa- cultural:** Se incluyen aquí aquellas organizaciones referidas al uso del tiempo libre y al desarrollo de formas de expresión artística y cultural, como por ejemplo; clubes deportivos, clubes de diversos tipos de hobbies o aficiones (aeromodelismo, de



FUENTE, MAPA NACIONAL DE ASOCIATIVIDAD, PNUD 2000

ORGANIZACIONES VECINALES	NÚMERO
Juntas de Vecinos	11.420
Comites de Pavimentación	3.063
Bomberos	1.150
Comites de Seguridad	367
Organizaciones de Desarrollo Local	243
Organizaciones Vecinales de Otro Tipo	519

FUENTE, MAPA NACIONAL DE ASOCIATIVIDAD, PNUD 2000



baile). Es un área de gran dinamismo, especialmente en la juventud, que no siempre se introduce en instancias formales, por lo tanto, no suelen ser registrados (ej.: coleccionistas de boletos de micro, aficionados a la animación japonesa o juegos de rol, entre otros); Centros culturales; corporaciones; fundaciones que fomentan iniciativas en torno a la cultura, tanto en el ámbito de las bellas artes como en el de la cultura popular. Agrupaciones artísticas de música; compañías de teatro, etc.

**5. Asociatividad de grupos etéreos y de mujeres:** La asociatividad de las mujeres registra en Chile 4530 Organizaciones, de ellas 2539 son Centros de Madre; 1120 Talleres laborales y 585 asociaciones de otros tipos (organizaciones de defensa de derechos, centros de estudios, ONGs, fundaciones y corporaciones.

**6. Asociatividad de los adultos mayores:** Los clubes de Adultos mayores son los más representativos de este tipo de asociación. En Chile ascienden a 3470 y la creación de estos clubes ha sido fomentada desde 1995 por el sector público.

**7. Asociatividad de los Jóvenes:** En este ámbito, existen 1613 organizaciones cuyo tema central son los jóvenes. De ellos 726 son centros juveniles y 796 son grupos scout. Es preciso considerar que las organizaciones de jóvenes se caracterizan por su falta de institucionalización y su no-pertenencia a redes asociativas estables y sistematizados; ejemplos: grupos de graffiti, grupos dedicados a la música, al trabajo con niños, al trabajo pastoral, cultural, Etc.

**8. Asociatividad Indígena:** Existen 1800 organizaciones referidas a este tema. De ellas 1412 son Comunidades, 268 asociaciones, 12 fundaciones, corporaciones u ONGs y 108 corresponden a un grupo

heterogéneo de agrupaciones (grupos culturales, agrupaciones de jóvenes, Etc.). Las organizaciones dedicadas al rescate o preservación de su identidad, se desarrollan, en particular, en los centros urbanos. Abarcan tanto la reivindicación cultural, política o económica, como el estudio o transmisión de esa identidad.

**6. Asociatividad Política:** En el panorama asociativo en Chile, no aparece con especial fuerza el tema político. Solo se manifiesta a través de los 14 registros correspondientes a centros de estudios dedicados a actuar como núcleos de reflexión o de apoyo legislativo de los Partidos Políticos.



FUENTE, MAPA NACIONAL DE ASOCIATIVIDAD, PNUD 2000



### 3.1.3 Objetivos de las Organizaciones

Este punto busca destacar las características más relevantes de cada forma asociativa. No se trata de clasificaciones exhaustivas y excluyentes, es decir, una misma organización puede compartir más de una de las características reseñadas. Así es en la mayoría de los casos. Los objetivos son (19):

- **Potenciación estratégica 25%**
- **Sociabilidad 22,1%**
- **Adelanto/mejora calidad de vida 18,2%**
- **Fomento/promoción 13,7%**
- **Apoyo mutuo 5,8%**
- **Administración/gestión 4,1**
- **Sin información 3,3%**
- **Asistencia 2,9%**
- **Expresividad artístico/espiritual 2,8%**
- **Información/difusión/formación 0,8%**
- **Estudios/investigación 0,7%**
- **Reconocimiento social/ Defensa de derechos 0,3%**
- **Otros 0,2%**

Me referiré al objetivo de mayor peso que es el de **Potenciación estratégica**. Por ésta se entiende el aprovechamiento de las capacidades del colectivo con miras a mejorar una posición de negociación frente a grupos o personas; o bien, como una manera de aprovechar mejor las oportunidades y enfrentar las amenazas del entorno en el cuál la organización se desenvuelve. Se trata de una orientación estratégica "*Hacia afuera*". Esta orientación abarca preferentemente la asociatividad de tipo Económica y de Vivienda.

### 3.1.4 ¿A quiénes beneficia la asociatividad?

Las personas se agrupan para obtener resultados que no podrían lograr de forma individual. Sin embargo, esos objetivos no se refieren solo a beneficios personales. Existen también formas de asociación altruista, cuyo quehacer u objetivo principal es ayudar a otros (generando gratificación personal en quiénes ayudan). Por cierto, también pueden encontrarse formas especiales que combinan ambos elementos.

La asociatividad se distribuye según quiénes son los beneficiarios de su acción(19), es así como el;

- **57% Propio beneficio de los participantes**
- **31% De Orientación Mixta**, donde se incluyen las Juntas de Vecinos, Centros de Padres, Grupos artísticos, entre otros. Estos buscan beneficios propios y al mismo tiempo contribuyen al desarrollo de la Sociedad.
- **8% Al Beneficio de Terceras personas**, como por ejemplo las Entidades de Bomberos voluntarios, Fundaciones de beneficencia, de Educación, Cruz Roja, Damas de "colores", ONGs, Clubes de Leones y Rotarios, entre otros.



### 3.1.5 Pero, más allá de los beneficios, ¿Qué es lo que motiva la formulación de aspiraciones colectivas?

Los sueños no son inventos individuales; nacen de la conversación, del contacto con otras experiencias, del estímulo que brinda el entorno. Al conversar se va creando una relación de confianza y elaborando un lenguaje que permite dar nombre a los afectos y deseos. Implica un espacio de encuentro con el “otro” y compartir una noción de futuro que da sentido a los sueños. Pero el factor decisivo parece ser otro; la elaboración de aspiraciones suele estar asociada a la percepción de que ellas son factibles. Es, a partir de los cambios logrados en su vida cotidiana, que las personas se atreven a soñar. Dicho en otras palabras: la gente piensa en el futuro cuando cree que puede incidir sobre él. La motivación predominante que motiva la asociatividad es la expresión y la recreación. Motivación que puede estar orientada a los propios miembros del grupo o bien, como proyección del mismo hacia otros. Un segundo móvil de importancia es la “solución de problemas concretos” que marca una orientación más instrumental de la acción. Ligada a ella, pero en estrecha relación a los programas de instituciones públicas, está la motivación a postular u obtener beneficios. El cuarto objetivo, ampliamente presente, se refiere al apoyo solidario que los grupos prestan a los miembros más necesitados de la comunidad o del propio grupo. Finalmente, surge una motivación, también del tipo expresivo, pero de orden más tradicional, que se refleja en las manifestaciones, celebraciones, conmemorales y fiesta similares.

De lo anterior, la pregunta *¿Porqué se juntan las personas?* No tiene una respuesta unívoca, sino múltiple. Se destacan con claridad las motivaciones “expresivas” instrumental, solidaria y “ritualista”.

### 3.1.6 ¿Cuáles son los contenidos de las aspiraciones?

En general, responden a carencias. La gente aspira lo que echa de menos. Pero no se trata de un listado de problemas aislados (empleo, delincuencia, salud). Las personas tienen un sueño de país. Sus aspiraciones conforman una constelación coherente que da cuenta de una visión de sociedad.

En primer lugar, cabe destacar el **anhelo de una sociedad más igualitaria**. Éste tiene una connotación material; se demanda un mayor bienestar y una mejor distribución de la riqueza. Pero el sueño de una sociedad más igualitaria remite, asimismo, a la calidad de las relaciones humanas, a un trato justo y respetuoso. Ligada a lo anterior está, en segundo lugar, **la aspiración de robustecer lo común**. Cuando la “unidad” de la sociedad chilena deja de ser algo evidente, la pregunta por “lo común” se hace más acuciante. El sueño de una mayor y mejor convivencia social tiende a estar asociado a la demanda de un espacio compartido. La preocupación por un barrio seguro, el fortalecimiento del vecindario y el deseo de poder encontrarse con personas de las más diversas condiciones son temas reiterados. Formulados en términos generales, se trata de un deseo de reapropiación del espacio público.



Un tercer ámbito destacado de aspiraciones, es **la valoración de la diversidad social**. El sueño de igualdad no anula la diversidad. Por el contrario. Es lo que permitiría que las distintas facetas de la sociedad chilena pudieran expresarse. En cuarto lugar y resumiendo lo anterior, es notoria la aspiración a una “*sociedad más humana*”. Ella alude a aspectos de la vida diaria (más “tiempo propio”, mejores relaciones interpersonales), pero también a la política como una actividad que debería ser respetable y acogedora de la participación.

En síntesis, los chilenos suelen valorar los sueños y tener ideas precisas acerca de las formas de convivencia social que desean. Tal vez diferentes a la época anterior, más dada a los grandes relatos, hoy en día las aspiraciones parecen estar más vinculadas a la experiencia cotidiana de la gente. Ello les otorga mayor realismo; las personas se atreven a soñar cuando vislumbran cierto grado de viabilidad. En consecuencia, las aspiraciones tienden a estar teñidas del optimismo o pesimismo con el cual las personas visualizan el futuro de su propia vida y la del país.



### 3.1.7 Entonces, ¿la asociatividad define el éxito de las aspiraciones colectivas?

La asociatividad no depende solo del desarrollo de vínculos interpersonales. Lo que ocurra en el entorno institucional, cultural, político y económico, es decisivo y el Estado juega un rol central. El Estado posee los instrumentos del reconocimiento formal y el apoyo económico que requieren las organizaciones para funcionar.. Un ejemplo de este rol estatal es el FOSIS, creado en 1990, el cuál opera básicamente mediante líneas de financiamiento concursable por las organizaciones sociales, las que pretenden promover en forma simultánea descentralización de la acción social pública, focalización en sectores pobres y su involucramiento activo en la superación de la pobreza. Con ello se logra una importante redefinición de la imagen asistencialista del mundo popular y se le reconoce un conjunto de potencialidades propias. El FOSIS pretende articular capacidades públicas y potencialidades sociales.

Desde esta perspectiva, la gente valora en forma positiva la acción del FOSIS. Saben que su acción no logra relacionarse con la solución de problemas más estructurales y se percibe lo limitado de su impacto social. Cuestionan el hecho de que el sector público no logra suscitar respuestas sectoriales y, a la vez, integradas. La valoración radica más bien en que entrega un “*saber hacer*”



(proyectos) a las organizaciones y a sus dirigentes, permitiendo una mejor resolución de problemas puntuales. Es decir, se valora los proyectos en cuanto operan como correas de transmisión de recursos y reconocimiento que permiten una relativa activación de las organizaciones locales y de sus dirigentes.(20) Punto muy importante, pues la mayor dificultad para la asociatividad y la acción organizada, sería una falta de “Cultura cívica” por parte de los pobladores.

El FOSIS se hace concreto como entorno de la asociatividad local a partir del proyecto y sus actores. El actor clave para la construcción del proyecto es el dirigente. Él es quien establece los contactos y patrocinios institucionales, elabora los documentos y organiza el calendario de trabajo. Los dirigentes reconstruyen, así, una identidad de gestores que ellos valoran.

El FOSIS, mediante sus proyectos participativos, define en la práctica la imagen y sentido de la función del dirigente.

Los proyectos parecen ser más exitosos si son más flexibles (convocatorias abiertas, inclusivas e integradoras) y si son más pertinentes (se apoyan y negocian en las capacidades propias). La forma en que se definen los proyectos y acciones tienden a promover vínculos específicos entre las instituciones y los dirigentes. Parece existir un impacto positivo cuando los proyectos contemplan vínculos múltiples (racionales, afectivos, tradicionales y por afinidad). Cuando el vínculo existente contiene relaciones tradicionales referidos a valores, tiende a ser más constantes, ya que las tareas puntuales se subordinan a un sentido no puramente contingente.

Visto desde la experiencia local, el aparato público y privado pareciera hacerse presente a través de la “cultura de proyecto”. Esto tendría ventajas y desventajas. Saber hacer un proyecto es saber diagnosticar, establecer objetivos y evaluar la magnitud de recursos

necesarios para solucionar el problema. En este aprendizaje se ha generado una significativa capacidad de gestión. Importante es, también que el trabajo por proyectos ha potenciado la acción de los dirigentes en el sentido de “mediadores” entre capacidades de las bases y oportunidades brindadas por la institucionalidad pública. Pero, asimismo, los grupos que conocen el funcionamiento de este esquema de trabajo tienden a ser los mismos y al mismo tiempo, tiende a producirse una sobrespecialización de los dirigentes que puede limitar la rotación en la conducción de las organizaciones.

No se sabe si el problema es de oferta o de demanda. El hecho es que “las bases” abandonan a los dirigentes una vez conseguidos los recursos, porque los dirigentes “están para eso” o porque no saben como concursar por ellos mismos.

La acción pública, ejemplificada en el trabajo del FOSIS muestra la centralidad del “efecto de segundo orden” que ella produce. Esto es, no solo un impacto de las condiciones materiales de los beneficiarios para la superación de su pobreza, sino en especial a nivel de sus relaciones sociales y de sus vínculos con la institucionalidad. El impacto a ese nivel parece ser ambivalente. Por una parte, favorece a la organización y a sus dirigentes a la vez que hace del Estado una fuente de oportunidades locales. Pero, por otra, tiende a favorecer diligencias y vínculos que no alimentan necesariamente el desarrollo de una “Cultura Cívica”.

En Chile, al igual que en gran parte del mundo, el proceso de acortamiento de la brecha digital no se ha desarrollado de manera explosiva ni urgente. Bien se entiende su importancia económica-productiva, no ha existido un sentido ético de urgencia para establecer condiciones de acceso y uso de las TiCs(21) que permitan a todos compartir los beneficios de su desarrollo y minimizar los riesgos existentes.(22)



### **3.1.8 Internet como soporte de la asociatividad a nivel Nacional**

En Chile, Internet favorece, bajo ciertas condiciones, el capital social y el ejercicio ciudadano. Capital social puede definirse como un conjunto de normas y redes de compromiso cívico (Putnam 2000) y se materializa en lazos de confianza y cooperación que establecen los individuos entre sí y con las instituciones. Por otra parte acción ciudadana se entiende como un principio ligado más a la vida cotidiana que a la formalidad del concepto. Opera como un convertidor que traduce las aspiraciones de las personas y sus recursos asociativos en acción política (PNUD 2000). Este enfoque se enmarca en un contexto donde la ciudadanía se aprecia distanciada de sistema público y la pérdida de significados de las instituciones que la configuran. En este escenario, Internet es un factor tecnológico que incide e impacta en las dinámicas sociales y políticas de diversa escala.

Es importante señalar, que la tecnología por sí misma no es buena ni mala, así como tampoco genera inmediatamente participación ciudadana ni superación de la pobreza. Tampoco puede decirse que Internet sea una herramienta intrínsecamente democrática, más bien se trata de una construcción social, que como toda obra humana contiene al mismo tiempo, promesas y amenazas. De existir una relación virtuosa entre desarrollo humano y tecnologías, esta debe construirse acercando la tecnología y comunicaciones a la ciudadanía, no solo en términos de acceso a conectividad e infraestructura, sino que también y en especial, como un nuevo espacio de desarrollo y participación social.

Chile en este ámbito, posee una posición expectante. Junto a su reconocido éxito económico, está desplegando importantes esfuerzos por una mayor equidad. A pesar de ello, todavía existen

elementos pendientes (servicios básicos todavía precarios e insuficientes). En esta línea se podría decir que el acceso a las TICs(23) es un lujo injustificado para los pobres, quienes primero deben cubrir sus necesidades básicas. Sin embargo, desde una perspectiva de mediano a largo plazo, es precisamente entre estos donde más se necesita fortalecer el capital humano y promover el uso adecuado de tecnologías que permitan instalar habilidades para la superación de la pobreza.

### **3.1.9 Nuestros programas e iniciativas de acceso**

La política pública de acceso a las tecnologías y comunicaciones se ha implementado a través de cuatro programas nacionales: Proyecto Enlace; Fondo de desarrollo de las telecomunicaciones; Programa de infocentros y la Red de Bibliotecas públicas para el Nuevo Milenio. Con respecto a las iniciativas, podemos referirnos a la existencia de iniciativas organizadas en torno a objetivos (acceso a Internet o entrega de contenidos) y origen o propiedad (impulsadas por el sector público o privado), se producen cuatro



tipos de iniciativas al cruzarlas; No son excluyentes unos de otro, pues existen iniciativas que entre sus propósitos están entregar acceso a Internet y contenidos, por ejemplo Enlaces, un programa de acceso y promoción de contenidos para un público objetivo. Muchas de ellas se han desarrollado gracias a las alianzas de sectores privados, públicos y civil.

### 3.1.10 Con respecto a los Contenidos para ciudadanos

Al evaluar los contenidos para ciudadanos existen 3 tipos fundamentales a considerar: Información, Comunicaciones y Servicios, por los cuáles han pasado la mayoría de las iniciativas.

- **Información:** Esta dimensión corresponde a la primera generación de sitios (principalmente información corporativa)
- **Comunicación:** una segunda generación enfatizó la comunicación bidireccional.
- **Servicios:** El sitio puede entregar servicios transaccionales en línea.

### 3.1.11 Y ¿cuál es el rol de la Capacitación digital en Chile?

Es una herramienta clave en la implementación y crecimiento en un centro de acceso a Internet. Permite la capacitación de usuarios en diferentes niveles y áreas, partiendo de lo más básico a lo más complejo, a través de una curva de aprendizaje. Un buen modelo debiera incluir capacitación para administradores y/o operadores del centro de acceso, también para monitores (facilitadores voluntarios o remunerados) y usuarios en general o por grupos segmentados. Este modelo posibilita la captación y fidelización de usuarios que llegan al telecentro, al encontrar en este una herramienta de aprendizaje en un ambiente de comunidad.

Los diferentes tipos de acceso requieren diferentes niveles de capacitación, pudiendo tratarse de educación formal o informal, externa o interna, presencial o remota. Aquellos centros que tienen algún tipo de asistencia a los usuarios nuevos, pero sin un plan de capacitación, no favorecen el desarrollo de habilidades y, mucho menos, la multiplicación de usuarios.



### 3.1.12 ¿A que nos referimos con Sustentabilidad económica?

Nos referimos a la posibilidad de que el centro se sostenga en el tiempo, ya a través de la venta de bienes y servicios y servicios o de la generación de alianzas y captura de donaciones. En general, las iniciativas son subvencionadas durante la implementación de los proyectos, a través de donaciones o capitales aportados por privados o sector público. Sin embargo, más allá de los costos de inversión de un centro, están los costos para su operación. Cuando la sustentabilidad de una iniciativa de esta naturaleza está de por medio, se hace indispensable considerar el pago por algunos servicios.

### 3.1.13 Tipologías de acceso a Internet

Existen tres tipos de acceso; de consumo rápido; de acceso segmentado y de acceso comunitario.

Me referiré a la tercera pues, es mi público objetivo. En el acceso

de tipo comunitario el público objetivo son aquellas personas y organizaciones sin posibilidades de acceder a las tecnologías por la vía de mercado, el trabajo o el hogar. Se localizan en lugares marginales. El acceso comunitario corresponde al tipo de telecentros. No posee una segmentación en el acceso, aunque si en los usos sociales. Pueden existir programas de capacitación focalizados en segmentos etéreos, étnicos o sociales. Ofrece contenidos de pertinencia para los públicos o localidades donde se inserta y procura la apropiación y generación de contenidos por los propios usuarios.

El acceso comunitario vive permanentemente el dilema de la sustentabilidad. Dado que se trata de iniciativas netamente sociales, el cobro por servicios se convierte a la vez, en desafío y limitación. En general, han privilegiado la estrategia de donaciones y alianzas.

El acceso comunitario vía infocentro es multipropósito. Pueden ser utilizados para requerimientos de información, educación, entretenimiento y comunicación. Por lo tanto, son lugares de acceso, pero también de aprendizaje grupal y permanente.

TIPOS DE USO del TELECENTRO POR GRUPOS			
Niños	Jóvenes	Microempresas	Dirigentes sociales
Juegos	Chat	Capacitación	Capacitación
Tareas Escolares	Bajar MP3	Cotizaciones	Consultas a instituciones de Gobierno y ONG
Entretención (Pokemon y Dragon Ball Z)	Entretención	Contactos	Redacción de Documentos
	Tareas Escolares	Redacción de Documentos	Postulación a fondos concursables
	Juegos	Declaración de impuestos	
	Desarrollo de Páginas Web		

FUENTE, "INTERNET EN CHILE, OPORTUNIDAD PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA", PNUD 2002



### 3.2 Valparaíso, Como Contexto Local y Marco Referencial

**Valparaíso**, capital de la quinta región de nuestro país, como así también de la provincia del mismo nombre. Administrativamente la región de Valparaíso está compuesta por siete provincias y treinta y siete comunas. Las Provincias de la región son Petorca, Los Andes, San Felipe de Aconcagua, Quillota, Valparaíso, San Antonio e Isla de Pascua.

La ciudad, considerada una de las más importantes por su valor histórico, como así también por su concentración poblacional, actividades locales y belleza propia, vive momentos de importancia para lo que es su futuro desarrollo. Por un lado, tenemos un Valparaíso sumido en gran cantidad de proyectos de importancia nacional, como por ejemplo, el ser nombrada “capital cultural de Chile” por el presidente Lagos y asimismo, la nominación del Puerto como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” frente a la UNESCO. Ambas situaciones conllevan a una nueva política de desarrollo regional por parte de las autoridades, la cual espera dar sus frutos en el corto y mediano plazo.

Es por ello, que para dar curso a este nuevo proyecto de ciudad se hace imperioso hacer partícipe a todos y cada uno de los habitantes, tarea nada de fácil teniendo en consideración los niveles de desilusión ciudadana; pues, la región vive una situación letárgica económicamente hablando, tomando en consideración los altos niveles de cesantía y desocupación (uno de los más altos a escala nacional, llegando a un número aproximado de 57.000 desocupados en el ámbito comunal, ha aumentado el inconformismo y desilusión en vastos sectores de la población, lo que influye negativamente cualquier expectativa o actividad a escala local.

De esta manera, se necesita de formas creativas de activación de la acción social, y de aquellas formas de participación y trabajo de los pobladores, que inciden de una forma u otra en el desarrollo de su entorno inmediato, de la ciudad y a su vez del país. Según la encuesta CASEN (Mideplan 2000), el porcentaje comunal de **participación de la población en organizaciones sociales** de diversa índole alcanza al **38,1%**. Esta cifra no es menos importante, pues nos muestra el número aproximado de personas que tienen algún nivel de relación (de manera activa dirigencial o bien pasiva)



con alguna organización social o vecinal, pues por cada Unidad Vecinal en Valparaíso existen 1,1 Juntas de Vecinos. Asimismo, El Mapa Nacional de Asociatividad(24) señala que a nivel regional existen aproximadamente un total de 8456 organizaciones sociales en la región de Valparaíso, de las cuales **1572** corresponden al tema comunitario, 933 al tema deportivo, 290 al tema Sociabilidad y Recreación, por nombrar algunas. Estos breves números nos indican que a escala regional y local principalmente existe un número importante de personas interesadas en la participación social, entendida como motor de solución a los problemas inmediatos de comunidades o grupos.

En Valparaíso el acceso a la información y comunicaciones es del tipo **infocentro**, existiendo en la actualidad cinco infocentros: Infocentro Serrano, Infocentro Esmeralda, Infocentro Cardonal, Infocentro Edificio Consistorial, Infocentro Serrano, Infocentro Esmeralda, Infocentro Cardonal, Infocentro Edificio Consistorial e Infocentro Placilla.

Con respecto a los Fondos Concursables podemos señalar que La Municipalidad de Valparaíso a través de la Oficina de Desarrollo Económico presentó en el mes de Octubre de 2001, los antecedentes para participar en el fondo concursable del BID, administrado por Sercotec **“Implementación de Infocentros para la Pequeña y Mediana Empresa”**. Una vez hechos todos los análisis por parte de Sercotec y de haber evaluado todos los ítem de comparación, se eligió un proyecto ganador de los fondos solicitados, el cuál fue aprobado junto con la Municipalidad de Petorca, la Gobernación de San Antonio y la Gobernación de Quillota, siendo el de mayor cuantía solicitada y aprobada. Este proyecto ganador pone a disposición de los habitantes de Valparaíso una Red de 5 Infocentros ubicados de una forma territorial equitativa a través de la ciudad, equipados con

modernos equipos computacionales y conexión a Internet de alta velocidad que permitirán tanto a personas naturales como a micro y pequeños empresarios acceder a la Red en busca de información que permita mejorar e incorporar tecnología, información y nuevos procesos, para los empresarios y acceder a las diferentes bondades de la red, como acceso a bolsas de trabajo, grupos de interés, acceso a medios de comunicación e información a las personas que utilicen la infraestructura disponible.

Este proyecto es parte de un plan que busca disminuir la brecha digital y que incorpora una segunda fase denominada **“Infocentros Barriales”**, donde se inaugurarán Infocentros en diferentes Barrios de Valparaíso, a manera de extender el uso de Internet entre la ciudadanía. Para la realización de esta Red de cinco infocentros se cuenta con una inversión de **M\$ 77.001**, realizada entre el municipio y Sercotec. Se espera que en una segunda fase se pueda crear e instalar infocentros en los barrios de la comuna, de tal forma de generar unidades productivas en sus propios sectores. Con ello se podrá realizar un aporte global

## ASOCIATIVIDAD REGION VALPARAÍSO POR TEMAS

ASOCIATIVIDAD (TIPO)	ORGANIZACIONES
<b>Vecinales</b>	1816
<b>Salud / Educación / Vivienda</b>	1873
<b>Vecinal</b>	1572
<b>Sociabilidad/ Cultura</b>	1709
<b>Grupos etarios y mujer</b>	925
<b>Otros temas</b>	346
<b>Sin Información</b>	215
<b>TOTAL</b>	8456

FUENTE, MAPA NACIONAL DE ASOCIATIVIDAD, PNUD 2000



al desarrollo y crecimiento de Placilla y Valparaíso. A través de este proyecto las Mypes podrán disminuir los costos de promoción de sus productos a través del acceso gratuito a Internet y a la vez, podrán acudir a diversos organismos que mantienen presencia en ella, como son la Banca y organismos de Cooperación Técnica. También se espera que utilicen las herramientas que brinda Internet para mejorar sus sistemas productivos como bases de datos, bibliotecas virtuales, declaración de impuestos, entre otras bondades del sistema; Generar nuevas empresas relacionadas al mundo de Internet y la tecnología y potenciar la venta de sus productos a través de la creación de páginas Web y de e-mails gratuitos a través de la Red Sercotec.

Actualmente se han inaugurado tres de los cinco Infocentros presupuestados para esta Red, localizándose el primero de ellos en la Oficina de Desarrollo Económico del Municipio, el segundo se encuentra ubicado en el sector de Placilla, en su Comité de Desarrollo y el tercero, inaugurado el 31 de julio de 2002 se encuentra estratégicamente situado en el Mercado Cardonal de la ciudad, lugar que posee una gran concurrencia y que cuenta con más de 150 socios, de éste nos referiremos para ejemplificar.

### **3.2.1 infocentro: Mercado El Cardenal**

Cuenta con 6 equipos de alta tecnología, conectados a Internet banda ancha y una impresora, (proporcionadas en forma gratuita por Telefónica Empresas). La iniciativa permitirá a los comerciantes y empresarios del sector conectarse a una gran variedad de posibilidades. El Infocentro tiene como objetivo principal brindar a las Mypes, y a la comunidad en general, un servicio de conectividad y acceso a la red de Internet, incrementar las coberturas de

infocentros en la comuna y generar un modelo asociativo de gestión sobre la red de infocentros.

Cabe destacar que el uso de Internet para el público en Valparaíso, ayudará a disminuir la brecha digital existente hoy en día y además será una poderosa herramienta de desarrollo, tanto en el ámbito educacional como asimismo una forma de conectividad ciudadana.

Estos son solo algunos de los servicios que ofrecen los infocentros existentes en Valparaíso: la Búsqueda y recuperación de información por Internet; Capacitación a los usuarios para el uso de los equipos y la red; Asistencia y orientación con respecto a diversas organizaciones independientes (Seremis, Servicios Públicos, Organismos Técnicos, entre otros); Envío y lectura de e-mails; Desarrollo de páginas Web; Acceso a servicios de redes empresariales; Búsqueda de empleo en la red; Comercio electrónico.

De esta forma, y a través de la incorporación de las diversas empresas tecnológicas que se han instalado en la comuna, se espera situar a Valparaíso, ya no sólo como un Polo de Desarrollo Tecnológico, sino como la Capital Tecnológica de Chile.



● 4.1 Planteamiento del Problema

● 4.2 Definición del Programa

● 4.3 Objetivos

● 4.4 Escenario

● 4.5 Análisis Estratégico

● 4.6 Definición funcional y conceptual de los soportes del programa



## Programa Piloto de Comunicación Visual para el Mejoramiento de la gestión de Las Organizaciones Sociales y Vecinales de Valparaíso

### 4.1 Planteamiento del Problema

Actualmente, no existen canales oficiales de comunicación entre las diversas organizaciones sociales vecinales de la ciudad de Valparaíso, lo que impide el crecimiento constante e igualitario de las mismas, como así también el intercambio de ideas y experiencias positivas, acrecentando el sentimiento de inequidad social, lo que finalmente influye en la motivación del ciudadano en participar en proyectos que busquen mejorar su entorno y calidad de vida.

El proyecto tiene como fin aminorar esta carencia, mediante la creación de herramientas y canales de comunicación oficiales entre los mismos, que posibiliten el desarrollo de un trabajo coordinado y sostenido de la comunidad a nivel vecinal y a su vez local.



## 4.2 Definición del Programa

### 4.2.1 Resumen del Programa

Este proyecto se desarrolla principalmente dentro del ámbito social – vecinal. Consiste en la elaboración y diseño de un programa de comunicación visual, el cual tiene como fin potenciar y coordinar la actividad vecinal, reforzando los lazos de colaboración entre habitantes de la ciudad, mediante el desarrollo de herramientas de comunicación que permitan el intercambio de ideas y experiencias, y asimismo, sirvan de muestra de la actividad social, cultural y deportiva desarrollada por éstas y otras organizaciones comunitarias. De esta forma se busca integrar a los habitantes en el desarrollo de una nueva conciencia local y nacional, mucho más participativa y a la vez motivante y dinámica.



El programa se ha estructurado de tal forma que se diferencian dos grandes soportes de desarrollo :

#### I. Internet / Portal Ciudadano

- Diseño conceptual y visual de un Portal ciudadano; sitio en la red que de cuenta de las actividades y proyectos que la población realiza a nivel vecinal y comunitario.; asimismo dar espacio a temas de importancia local, cultural, social, deportivo, etc.

#### II. Comunicación Impresa / Publicación Mensual / Difusión

- Diseño conceptual y visual de una publicación periódica ligada al proyecto de portal ciudadano, que de cuenta de los acontecimientos de mayor relevancia a nivel local, una versión impresa del portal ciudadano.
- Desarrollo estrategias de difusión y apoyo al programa central.

En general lo que busca el programa es la creación de una red de comunicación ciudadana oficial, del cual el habitante se sienta actor primario, de manera que se incentive la participación del mismo en el proyecto.



### 4.2.2. Fundamentación

El argumento central de la propuesta tiene que ver con la incorporación de la sociedad civil como un elemento activo en la generación de desarrollo, mediante la participación y la gestión ciudadana. En este sentido, la finalidad del proyecto es estimular el establecimiento de vínculos y lazos de cooperación entre habitantes de la ciudad, mediante el uso de métodos comunicativos e iniciativas innovadoras, integrando a los habitantes en el desarrollo de una nueva conciencia local y nacional.

Entonces, el programa propuesto resulta de importancia principalmente porque:

- a. Crea un canal de expresión y comunicación oficial, que mejora la capacidad de diálogo y respuesta de los ciudadanos frente a los problemas y necesidades directas de su comunidad.
- b. Promueve procesos participativos, lo que finalmente incide en el mejoramiento de la gestión de las autoridades locales, a nivel vecinal y comunal.
- c. Desarrolla un marco de cooperación entre los habitantes y organizaciones sociales de una misma ciudad, lo que finalmente mejora el sentimiento de equidad social.
- d. Acerca la tecnología y los nuevos medios a la población en general, sobretudo en aquellos sectores con problemáticas sociales derivadas de la pobreza y la marginalidad.



### 4.2.3. Descripción del Programa

El presente programa se enmarca dentro del área de la gestión social - vecinal principalmente, ya que se detectó la necesidad de canalizar la actividad ciudadana a través de un medio oficial y participativo, que permita el desarrollo e intercambio de iniciativas novedosas llevadas adelante por los habitantes. Para ello, es necesario entender al habitante como un motor, como un elemento activo en la generación de desarrollo y proyección de nuevas propuestas. Un ejemplo de ello es el proyecto Enlaces, el cual en su concepción ve que los nuevos medios informáticos son solo instrumentos de apoyo a experiencias educativas protagonizadas por personas.

El programa propuesto se centra principalmente en la creación de una red de comunicación a nivel local, que incentive la participación y gestión ciudadana en proyectos que mejoren su entorno inmediato (barrio) como así también su ciudad, y que a la vez sirva como una ventana de la actividad local al país y al mundo.

Ahora bien, para el desarrollo de un programa de esta envergadura se necesita de la colaboración de todos los sectores de desarrollo local, desde los entes gubernamentales como la Municipalidad, hasta las Juntas de vecinos, con fin de incorporar a todos estos activos en la implementación y crecimiento del programa.



## 4.2.4 Soportes de Desarrollo del Programa

### 4.2.4.1 Internet / Portal Ciudadano

A partir del análisis del problema (inexistencia de canales oficiales de comunicación entre las organizaciones sociales en la ciudad de Valparaíso), se ha establecido la creación de una herramienta de comunicación que permita la interrelación entre dichos organismos, potenciando el intercambio de información, datos y experiencias en favor de un mejor desarrollo a nivel vecinal y local. En este sentido, se hace necesario que esta herramienta sea de orden público, y a su vez, construída con el aporte de aquellos individuos inmersos en el problema planteado, o sea, dirigentes y pobladores. Es por ello, y a partir de esta premisa, que se ha establecido como soporte troncal de este programa de comunicación, Internet, por las posibilidades que esta entrega en la construcción y actualización de contenidos, su carácter masivo y público, y las posibilidades de expansión a un costo relativamente bajo. Además, nos otorga la posibilidad de la inmediatez en la información, hecho que en el tema de la gestión ciudadana no deja de ser de importancia.

Entonces, el primer soporte del programa consta del diseño conceptual y visual de un Portal ciudadano, sitio en la red que de cuenta de las actividades y proyectos que la población realiza a nivel cultural, social, deportivo, etc., asimismo dar espacio a temas de importancia local, vecinal y personal. La idea es transformar a este portal en el canal oficial de comunicación entre las



organizaciones sociales de la ciudad, un lugar de encuentro para las iniciativas, consultas, opiniones y denuncias respecto de la realidad inmediata de cada poblador, o sea su vecindario.

Por otro lado, de importancia resulta el hecho de que a la gente le agrada ver resultados prácticos y reales de su participación; en ese sentido, la posibilidad de “vitrina” que ofrece el Portal Ciudadano hace que la participación y la acción directa de la población sea más motivante, de cierta forma es una forma de reconocimiento de la labor de gestión y de trabajo organizado de la comunidad.

El programa tiene como fortaleza el poder ser aplicado en cualquier comuna, por lo que su desarrollo a gran escala construiría una red comunitaria a nivel regional, y por que no decirlo, nacional.

A modo de potenciar un programa de esta índole, sería beneficioso el asociarse directamente con otras iniciativas de importancia que se lleven a cabo a nivel vecinal/ local, como por ejemplo talleres artísticos y deportivos, o bien cursos de educación y capacitación laboral (Ej: CECAL). De esta forma, el Portal sirve de vitrina para este tipo de actividades, a modo de ser reproducidas en otras comunidades de la ciudad que no cuenten con este tipo de programas de apoyo social.



#### 4.2.4.2 Impresos / Publicación Periódica / Difusión

Como todo proyecto de comunicación, se hace necesario incorporar al medio troncal otras variables que posibiliten un mejor desarrollo de la propuesta principal, en virtud de los objetivos planteados con anterioridad. En este sentido, y tomando en cuenta el problema al que se hace referencia, se desarrollarán algunas piezas de diseño, que tendrán por función:

- Apoyar la labor del programa (y los organismos inscritos en él), sobre todo en las temáticas más macro, que involucren a la ciudad en general y por ende a sus habitantes.
- Informar a los usuarios del programa, respecto de las potencialidades del mismo, y a su vez, de los derechos y responsabilidades que ellos deben tener como actores principales del programa.
- Difundir el programa piloto planteado más allá del marco específico que el mismo abarca (4 Juntas vecinales), o sea a nivel más local y entre todo tipo de organización social.

En este sentido, se han establecido dos variantes frente a este soporte, relativas a las tareas a desarrollar en función de lo anteriormente planteado:

- **Diseño conceptual y visual de una publicación periódica** ligada al proyecto de portal ciudadano, que de cuenta de los acontecimientos de mayor relevancia a nivel local, una versión impresa del portal ciudadano, que permitirá que aquellas organizaciones no inscritas puedan ver los alcances de este programa piloto y las posibilidades que les puede otorgar a su trabajo de gestión vecinal.
- **Desarrollo estrategias de difusión y apoyo al programa central.**



#### 4.2.5 Estructura de Gestión / Unidad de Gestión

##### 4.2.5.1 Descripción Unidad Gestora

Existen en la actualidad, en la comuna de Valparaíso un número superior a 200 Juntas de Vecinos, todas ellas coordinadas por una organización autónoma llamada Unión Comunal de Juntas de Vecinos. A esto, hay que sumar un número importante de organizaciones funcionales como Centros de Madres, Clubes Deportivos, Centros Juveniles, y comunidades de todo tipo., las cuales si bien guardan relación estrecha en cuanto a su fin social, carecen de organización entre ellas, lo que finalmente influye directamente sobre la motivación del poblador a participar en actividades que buscan mejorar su entorno y a la vez calidad de vida.

Para el desarrollo de un Programa Piloto de Comunicación como el que se propone es necesario crear cuerpos u organismos capaces de coordinar, normar y trabajar conjuntamente con los distintos actores involucrados, que en este caso, corresponden principalmente a las Juntas Vecinales y otras organizaciones comunales, vecinales, sociales, colegios y diversos establecimientos de orden educacional y cultural.



Es por este motivo, y tomando en cuenta el alcance y objetivos del programa se ha establecido la creación de una Unidad de Gestión, organismo encargado de guiar el normal desarrollo e implementación del proyecto en los diversas Juntas inscritas en el Programa. En esta primera etapa piloto tendrá entre sus responsabilidades:

- a. Coordinar el desarrollo del programa, mediante el establecimiento de una rutina de comunicación consecuente dentro y entre los grupos inscritos en el programa y sus aliados estratégicos (Cecal / Unión Comunal de Juntas de Vecinos)
- b. Velar por el funcionamiento sin problemas del Portal Ciudadano
- c. Establecer contactos y alianzas con empresas, organizaciones sociales, etc.
- d. Establecer estrategias de crecimiento, difusión y apoyo
- e. Capacitar a los grupos de trabajo en el manejo del equipo, como así también en el desarrollo de propuestas administrativas de auto sustentamiento, control y seguridad, basados en su propia realidad.
- f. Desarrollar una forma de gestión dinámica, que posibilite la expresión y cooperación ciudadana. Para ello es necesario establecer lazos más directos y menos burócratas, como así también plazos límites, a manera de poder coordinar todas las aristas del programa.

La Unidad de Gestión como Departamento Autónomo tiene que poseer un equipo humano capaz de llevar a cabo la gestión humana, económica y técnica ligada al proyecto. Su constitución básica responde a la necesidad de un equipo multidisciplinario, desarrollado en base a las tareas a desarrollar:

• **Director de proyecto:** responsable de llevar a cabo la actividad en su globalidad, de coordinar y aunar el trabajo de las demás áreas; además de ser el contacto con los organismos gubernamentales, municipales y sociales. A su vez encargado de la elaboración de estrategias de auto sustentación de la actividad, como así también aportes, auspicios externos y postulación a fondos concursables. Encargado además del control de las finanzas de la actividad.

• **Área apoyo logístico** y técnico: encargados de la solución de problemas derivados a nivel operativo básico además de la mantención preventiva de los equipos y capacitación en estos temas a grupos de trabajo. Conformado por 2 personas.

• **Área creativa y periodística:** encargada de recabar material informativo para el sitio y la publicación, además de la actualización y optimización del sitio (Portal Ciudadano) y la elaboración de estrategias de difusión del programa. La responsabilidad queda a cargo de 2 diseñadores y 1 periodista, encargado de cubrir las actividades de relevancia local, como también preparar las notas para el portal y la publicación.

En sí, la Unidad Gestora es el conductor del programa global, encargada del normal funcionamiento a nivel macro principalmente. El establecimiento de este vehículo o motor de gestión se hace necesario al tomar en cuenta la realidad comunal y de las juntas inscritas al programa, y a su vez, del alcance del mismo. La idea es optimizar el desarrollo y crecimiento de la propuesta tanto internamente, con el establecimiento de estrategias que mejoren cualitativamente y cuantitativamente a la iniciativa en curso; o bien externamente, con la gestión de más alianzas estratégicas, comerciales y de mutua cooperación que aseguren el sustento y el apoyo necesario al programa.



#### 4.2.5.2 Alcances Programa Piloto

Por motivos de costos de Infraestructura y objetivos del proyecto, se hace necesario la elección de un tipo de organización de orden social para el inicio del programa piloto. En este sentido, se ha seleccionado como base de partida a las **Juntas de Vecinos**, las cuales constituyen el articulador natural de la gestión social en sectores territorialmente acotados dentro de la comuna. Su objetivo general es promover el desarrollo de la comunidad, defender y velar por los intereses de los habitantes y colaborar con las autoridades locales en la gestión comunitaria. Entre sus funciones se cuenta el impulsar la creación y expresión artística, cultural y deportiva, además de crear espacios de recreación y encuentro de la comunidad vecinal. El motivo de esta elección tiene que ver con conceptos netamente prácticos, como por ejemplo:

- a. La **Junta de Vecinos** constituye la organización social territorial por excelencia
- b. Este tipo de organizaciones fueron creadas para descentralizar los asuntos locales y estimular la participación ciudadana
- c. La organización a nivel macro y micro de este tipo de organizaciones permite el desarrollo del proyecto de mejor forma.
- d. La infraestructura que presenta un gran número de ellas (sedes), que incluso sirven como centro de reunión para otro tipo de organizaciones sociales funcionales.
- e. Este tipo de organizaciones actualmente vive un proceso de crisis, siendo uno de los motivos la falta de proyectos que involucren la participación más directa de la gente



Estratégicamente se han elegido cuatro sedes vecinales, correspondientes a las Juntas de Vecinos **Nº44, Playa Ancha; Nº107, Cerro Cordillera, Nº 201, Sector Laguna, Cerro Placeres y Nº 99, Cerro Ramaditas**. Dicha elección se llevó a cabo tomando en cuenta los siguientes factores:

- **Infraestructura:** para el desarrollo más “aterrizado” del programa piloto, se hizo necesario seleccionar organismos que posean el emplazamiento físico (sede) y las condiciones de seguridad que el mismo otorgara, pensando que es necesario que el proyecto no se vea truncado por pérdidas de orden material y técnico.
- **Visión de Desarrollo:** tomando en cuenta las dificultades técnicas que implica la elección del soporte troncal del programa (Internet), se seleccionó las organizaciones anteriormente mencionadas por encontrarse en pleno proceso de desarrollo de proyectos de implementación técnica computacional. Éstos últimos vía fondos concursables, como lo son Programa Fosis, BiblioRedes, Programa Equipamiento Comunitario y otras iniciativas cooperativas gubernamentales.
- **Personal comprometido:** pensando en los alcances del programa, se hace necesario incorporar organismos que posean dirigentes comprometidos con el desarrollo de su barrio y ciudad, en el sentido que sean capaces de visualizar las potencialidades de la propuesta y sean capaces de entregar parte de su tiempo en el desarrollo de la iniciativa, de forma sistemática y proactiva.



• **Proyectos y problemáticas de interés:** es necesario incorporar organismos locales que posean capacidad de gestión, o sea, que estén desarrollando proyectos vecinales interesantes, o bien que ataquen una problemática de orden común localmente hablando. Esto principalmente porque el programa busca incorporar posteriormente a más organismos, y es necesario incentivarlos, con propuestas llamativas o bien que se sientan identificados con las problemáticas expuestas en el sitio.

Para finalizar, se ha establecido un tiempo mínimo de proyección del proyecto, el cual es de 3 años, a manera de poder ampliar la red a más puntos de la ciudad, además de visualizar la concreción de los objetivos trazados. En este sentido, se debe decir que un proyecto de las características como el expuesto necesita de un tiempo de desarrollo considerable, pues no es de impacto inmediato ya que necesita del apoyo de organizaciones externas y principalmente un acercamiento real con la gente.

#### 4.2.5.3 Alianzas Estratégicas

Otro tema importante de mencionar en la estructura de gestión es que para llevar a cabo de mejor forma el proyecto y pensando principalmente en la estructura de gestión a desarrollar, se han establecido “alianzas estratégicas” con organismos ligados a estas Juntas Vecinales incorporadas al programa. En este sentido, diferenciaremos dos líneas básicas de acción:

**Patrocinio y Apoyo:** Primero, es necesario desarrollar alianzas con organismos que puedan ayudar a profundizar los alcances del

programa a nivel lógico. En este sentido, es posible mancomunar esfuerzos con instituciones funcionales y territoriales a manera de potenciarse recíprocamente en el desarrollo de las temáticas propias de cada programa. Así, por ejemplo, tenemos la *Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Valparaíso*, organismo director a nivel local de las Juntas vecinales, cuyas atribuciones generales tienen que ver con la organización y articulación del trabajo de dichos organismos. En este sentido, es relevante desarrollar una estructura de gestión cooperativa ligada al problema y los organismos implicados a manera de poder comprometer de forma paulatina a más Juntas Vecinales al Programa.

Por otra parte, también a modo de “alianza estratégica” es necesario incorporar la ayuda de un organismo “alimentador”, capaz de servir de sostén educativo en la introducción del programa en sectores donde el soporte tecnológico no es manejado. Dicha alianza se puede llevar a cabo con la **Comunidad CECAL (Centro de Capacitación Laboral)**, organismo gubernamental dedicado principalmente al desarrollo de proyectos sociales de educación y capacitación principalmente. En esta vertiente, uno de los objetivos en el corto plazo de CECAL es incorporar entre sus contenidos la inserción de técnicas de uso y manejo de herramientas digitales a nivel básico y medio, lo que se traduce en una oportunidad de capacitación de las comunidades inscritas en el control de la herramienta propuesta (sitio web).

**Infraestructura y Auspicios:** Parte de la problemática que nos impone un programa de éstas naturalezas tiene que ver con sus costos de infraestructura principalmente. Asimismo, el aparato gubernamental ha entendido que para superar la problemática de la “brecha digital” existente en nuestro país se deben llevar a





cabo iniciativas de apoyo tecnológico a las comunidades como es el caso del Proyecto Infocentros que se desarrolla actualmente en Chile. De ahí, de esta preocupación, se han descolgado un sinnúmero de posibilidades para que los organismos sociales de cualquier índole puedan contar con tecnología de punta a nivel de equipamiento, la cual pueda ser ofrecida a la comunidad circundante, entendiéndola como una herramienta capaz de promover importantes cambios sociales.

En este sentido, hoy en día existe una variada ofertas de fondos e iniciativas concursables de donde un programa como el que se propone, puede obtener auspicios en equipamiento computacional y de conexión a la red. Entre ellos destacan *Biblioredes*, *Proyecto Fosis* y *Programa de Equipamiento Comunitario*, *Programa Ciudadanía*, *Participación y Políticas Públicas* (dirigido por nuestra Universidad y auspiciado por Fundación Ford). Entonces, de importancia resultaría que la Unidad de Gestión del Proyecto, como ente articulador, desarrollase alianzas con dichas iniciativas para poder asistir de mejor forma la gestión de las comunidades que deseen conseguir los equipos necesarios para integrarse de manera real al programa.

## 4.3 Objetivos

### 4.3.1 Objetivo General del Programa

Desarrollar un programa de comunicación que ayude a potenciar los lazos comunicativos y gestión ciudadana entre las organizaciones sociales de Valparaíso.

### 4.3.2 Objetivos Específicos del Programa

- Crear puentes de comunicación e información oficiales entre las distintas organizaciones sociales incorporadas al programa.
- Fomentar la participación social y la libre expresión ciudadana.
- Ayudar al desarrollo de un trabajo coordinado y sostenido entre las distintas asociaciones incorporadas al programa.
- Reforzar, fomentar y coordinar la acción ciudadana en áreas del desarrollo social como por ejemplo la cultura, deporte y la educación.
- Acercar el desarrollo tecnológico y los nuevos medios de comunicación a la gente.



## 4.4 ESCENARIO

### 4.4.1 Escenario Sin Programa

Valparaíso necesita integrar a los habitantes en el desarrollo de una nueva conciencia local y nacional, teniendo en cuenta las miras a nivel de gobierno respecto de la ciudad para el bicentenario, como así también su nominación como ciudad patrimonial frente a la UNESCO.

En este sentido, no existen canales oficiales de comunicación ciudadana que den importancia a la gestión local o vecinal, lo que aumenta el desconocimiento de las actividades de importancia social desarrolladas en la ciudad, como así también se incrementa la desmotivación a la participación y a la acción. Por otro lado los habitantes desconocen lo que está pasando en el “cerro de al lado”, por lo que iniciativas que podrían ser beneficiosas para un gran número de gente se diluyen fácilmente por la falta de comunicación entre barrios vecinos. Es mucho más fácil conocer aspectos negativos entre barrios o cerros vecinos que los proyectos o iniciativas de importancia, esto aumenta el nivel de desapego y colaboración entre habitantes de la misma ciudad.



### 4.4.2 Escenario Con Programa

La base o fuerza del programa reside en su carácter participativo y ampliamente localista. Con la implementación del programa se ayuda a la integración entre los distintos barrios, cerros y habitantes de la ciudad, además de fortalecer el sentido de pertenencia o arraigo con la misma. Así también tendremos un habitante que puede comparar lo que está pasando en su barrio en comparación a sus símiles, o sea, conoce más de la realidad local en su globalidad con las experiencias vecinas, pudiendo aprender de ellas rescatando aspectos de importancia. Por otro lado se incrementa el sentimiento de cooperación local, como así también de cierta forma se crea una “voz ciudadana”, en donde el habitante puede dar a conocer su pensamiento, los problemas de su entorno, etc.

Con el programa se logra relacionar ámbitos tales como la acción comunitaria, la gestión social y la alfabetización tecnológica, convirtiéndose en una forma viable de acercar nuevos medios y tecnologías a la gente.



## 4.5 Análisis Estratégico

### 4.5.1 Factores Internos

#### Fortalezas

- Se potencia la comunicación, ampliando el rango de información general y de conocimiento de la realidad local, aumentando la participación ciudadana.
- Es una forma novedosa de incorporar factores de relevancia nacional, como lo es la gestión vecinal comunitaria, la participación y el desarrollo social.
- La innovación es más social que tecnológica, se incorpora al individuo y a sus organizaciones al desarrollo del entorno inmediato (vecindario) y de su ciudad.
- La naturaleza del programa permite su aplicación más allá del territorio escogido (Valparaíso), lo que posibilita el establecimiento (a largo plazo) de lazos de cooperación a nivel regional y nacional.
- Se acercan los nuevos medios y tecnologías a la gente de manera más directa y empática, concibiéndolos como instrumentos de apoyo para el desarrollo de la comunidad.
- Se permite además que la administración local (Municipalidad) cuente con información actualizada y fidedigna de las propuestas y proyectos surgidos de la actividad vecinal.
- Se potencian las alianzas estratégicas entre organizaciones, mediante el fomento del traspaso de información y experiencias.
- Se reduce la distorsión informacional producida comúnmente por las cadenas informales de información ("boca a boca")



#### Debilidades

- Deficiencias a nivel técnico y de infraestructura, lo que repercute principalmente en el costo de la propuesta, la que se debe adecuar a la realidad local.
- Falta de recursos humanos debidamente capacitados para la experiencia.
- Falta de un estudio de receptividad de la propuesta.
- Gran cantidad de organizaciones de desarrollo social a nivel vecinal; además de una clara desorganización entre estas y dentro de las mismas, lo que entorpece el trabajo de coordinación en el proyecto.
- La deficiente infraestructura tecnológica (redes, cableado) en sectores periféricos de la ciudad.

## 4.5 Análisis Estratégico

### 4.5.2 Factores externos

#### Oportunidades

- Las políticas de descentralización y participación social impulsadas por el gobierno, las cuales buscan potenciar la inserción de la ciudadanía en el desarrollo local y a su vez nacional.
- Acuerdos de cooperación adquiridos por el gobierno con empresas ligadas del rubro de la tecnología y las comunicaciones (Microsoft, Telefónica), como así también los de la CORFO con la Empresa Compaq (Equipamiento computacional para pymes y centros educacionales).
- La posibilidad de establecer alianzas estratégicas con entidades ligadas al desarrollo social, a manera de potenciar proyectos similares, como es el caso del Proyecto Infocentros que ya se ha implantado en la comuna.
- El creciente interés de la población por el tema de Internet y sus diversos usos.
- La importancia que le otorga el estado a la tecnologización de establecimientos educacionales y sociales en los sectores de escasos recursos.
- La política de desarrollo regional y comunal, la cual pretende dar frutos acordes al momento que vive la ciudad y las proyecciones de la misma a nivel nacional.
- La posibilidad de acceder a apoyos y subsidios, como por ejemplo el Programa Ciudadanía y Gestión Local – Un estímulo a la Innovación, desarrollado por la Fundación Nacional para la Superación de la Pobreza y el Centro de Análisis de Políticas Públicas de la Universidad de Chile, el cual busca estimular el desarrollo de iniciativas innovadoras en este campo.
- La tecnología en cuanto a redes telefónicas y cableado existentes en el país.



#### Amenazas

- El desinterés de la población de participar en iniciativas de este orden, o bien en su mantención en el tiempo.
- La inexistencia de fondos para la instalación y mantención de infraestructura necesaria en cada Junta de Vecinos.
- El alto índice de delincuencia existente en algunas zonas de la ciudad, lo que compromete seriamente el desarrollo de una iniciativa como ésta.
- Desorganización vecinal, lo que podría influir en adjudicaciones indebidas de los implementos técnicos.



## 4.6 Definición Conceptual y Funcional de Soportes del Programa

### 4.6.1 Internet / Portal Ciudadano

#### 4.6.1.1 Resumen

El Portal ciudadano es el “núcleo duro” del programa propuesto. Se trata de un sitio en internet dedicado principalmente a la actividad vecinal local; construido en base a experiencias de dirigentes, vecinos, y a su vez, los proyectos desarrollados por los mismos en su entorno inmediato. La idea es lograr una comunidad de personas ligadas a la gestión ciudadana, capaces de intercambiar ideas y experiencias, para así mejorar su trabajo y desarrollar estrategias un poco más complejas y comunitarias a nivel local. La importancia de este sitio se basa principalmente en el desarrollo de un medio de comunicación y feedback entre las organizaciones inscritas en el programa, el cual permita principalmente:

- Organizar las temáticas y flujos de trabajo entre los organismos asociados.
- Servir de vitrina de las actividades de importancia desarrolladas a nivel vecinal.
- Incorporar el trabajo de dirigentes vecinales, como así también de la población en general, mediante canales de difusión y opinión para cada uno de ellos.
- Desarrollar guías de trabajo coordinado y solidario entre las juntas inscritas, fortaleciendo el intercambio de ideas y material de apoyo.



Para el desarrollo de este proyecto se hace necesario de infraestructura técnica, como equipos, software, conexiones y cableado telefónico de última tecnología. Para ello, y como se especifica en el punto 3.2.3 es necesario establecer alianzas estratégicas con organizaciones y programas de equipamiento comunitario. En este sentido, el programa y su unidad de gestión funcionarían como organismo articulador y gestor de propuestas comunitarias a favor de poder conseguir dicho equipamiento técnico.

El proyecto en sí busca comunicar a los distintos sectores de la ciudad, mediante el uso de una herramienta de gestión como es el caso del sitio web, y a la vez, acercar de manera práctica un medio tan utilizado y con tantas expectativas como lo es Internet.



#### 4.6.1.2 *Fundamentación*

Dentro del contexto local se ha detectado la necesidad de contar con una herramienta de comunicación efectiva que permita mejorar los lazos de colaboración, mediante el conocimiento de iniciativas en gestión social que se estén llevando a cabo a nivel comunal (vecinal).

Es sabido que la “brecha digital” entre los diversos estratos sociales de nuestro país es amplia, asimismo, es un hecho que actualmente, en el mundo globalizado Internet se ha transformado en el “esqueleto” del conocimiento moderno, por lo cual parte de los esfuerzos gubernamentales buscan disminuir de alguna manera esta distancia.

Hoy por hoy este medio nos da la posibilidad de la agilidad, instantaneidad y transparencia de información. Gracias a su naturaleza tecnológica, Internet otorga la oportunidad de dar a conocer la realidad particular de comunidades en todo el país. Asimismo, permite que el flujo informacional entre los que componen el programa planteado en sea más rápido y democrático. La idea entonces es saber aprovechar las potencialidades de este medio, que es capaz de lograr espacios de cooperación más allá del



espacio físico de los individuos o comunidades. Satisfactoriamente, hoy en día es mucho más fácil para cualquier individuo acceder a esta tecnología, internalizar sus códigos y darle el uso apropiado, principalmente gracias a los avances en desarrollo de programas de capacitación, redes a nivel nacional y el acercamiento de la misma mediante locales especializados, como telecentros comunitarios, cibercafes, etc.

Junto con ello, se hace necesario definir al usuario como un activo en este proceso de introducción tecnológica, intercambio de información y experiencia. En esta perspectiva, el cambio propuesto es mucho más social que tecnológico, ya que busca elaborar un proceso participativo, de uso y producción de información de importancia comunitaria para el desarrollo vecinal, potencia el contacto y la retroalimentación entre sectores distantes dentro del mismo cuadro geográfico. Se define de esta forma al usuario como pieza clave, que le da sentido al soporte o herramienta. Mediante el uso de esta perspectiva, la participación activa del habitante toma relevancia dentro del programa, lo que fortalece finalmente el grado de identificación del mismo con la propuesta a implementar.



### 4.6.1.3 Descripción Conceptual Idea Fuerza

La idea fuerza del soporte es generar una forma de enlace informacional entre los diversos sectores de la comuna (organizaciones sociales), a manera de potenciar la participación del habitante en el desarrollo de las soluciones a los problemas inmediatos de su comunidad, a través del conocimiento de iniciativas de importancia llevadas a cabo en los distintos puntos de la ciudad.

En este sentido, se plantea el desarrollo de un sitio virtual en Internet que de cabida a las actividades realizadas por los distintas organizaciones sociales y comunitarias asociadas. Los temas que abarcará dicho portal tendrán relación con las inquietudes de la población, a nivel social, cultural, educacional, etc., como así también una guía de consulta, que servirá a cada uno de los actores de este proyecto en su calidad de dirigente comunitario.

Además, el concepto es trabajar directamente con los aportes directos de la población respecto de las temáticas propuestas, siendo esta última el participante o actor principal del proyecto. Para ello, se hace necesario habilitar

páginas temáticas dentro de este sitio web, en las cuales los habitantes interesados en participar puedan colaborar incorporando contenidos e imágenes, ligados siempre al desarrollo de iniciativas colectivas vecinales o bien problemáticas propias de su entorno. De esta forma se insta al habitante a mostrar los proyectos llevados a cabo en su barrio, y además, se logra un “feedback” respecto del impacto inmediato que ha logrado el programa a nivel local.

Además, el sitio contará con columnas estables de servicios públicos y reportajes constantemente actualizados, de forma que se pueda convertir en la publicación virtual oficial de la comuna, y asimismo, contar con una comunidad de usuarios en contacto constante, potenciando asimismo los lazos de cooperación y entendimiento entre organizaciones vecinas.

El Portal ciudadano es principalmente una herramienta de gestión, que busca mejorar el trabajo colectivo entre las distintas organizaciones asociadas, y a su vez, un reconocimiento a la labor de autogestión y participación de las diversas agrupaciones vecinales, esto principalmente acuñado a su capacidad de vitrina virtual. Además, ayuda a que los pobladores tengan una visión más amplia

de la realidad de la comuna entera, no sólo de su entorno inmediato.

Esto último, corresponde a una de las cualidades más relevantes del sitio, pues de cierta forma se trata de introducir una forma de comunicación e información totalmente distinta a la que tradicionalmente han imperado en sectores de escasos recursos, poniendo a su alcance una herramienta comunicacional propia de nuestro tiempo (internet), redefiniendo el espectro de acción de las organizaciones y disminuyendo cualitativamente la denominada “brecha digital”.



#### 4.6.1.4 Descripción Estructural

A continuación se presenta un esbozo funcional respecto del soporte planteado, correspondiente a las zonas y secciones tipo a desarrollar y su características prácticas.



#### Entrada / Intro

Esta página contiene los datos necesarios para que el visitante al sitio conozca las referencias y características técnicas del mismo, a modo que tenga plena conciencia de los factores necesarios para una mejor visualización de la información que en este portal se entrega. Entre estas referencias podemos mencionar por ejemplo:

- Browser, ya sea Netscape o Explorer.
- Resolución, siendo hoy en día aceptado como estándar 800 x 600 píxeles.
- Versión, generalmente denominada con siglas que denoten el estado de avance y cambio del mismo.
- Plug-ins, como Flash Player por ejemplo. A su vez se entrega al navegar la posibilidad de descargar el plug-in necesario mediante un link al sitio adecuado para dicha tarea..
- Advertencias, de orden más temático y conductual. Por ejemplo, el uso adecuado del material que en el sitio se entrega gratuitamente, respetando los criterios de privacidad o copyright si es necesario. A su vez, el uso responsable de los servicios prestados, como en el caso de los foros existentes, donde se llama a utilizar de buena forma este canal de expresión abierto a la comunidad..

A su vez, a nivel de funcionamiento esta página dispondrá de botones de interacción y navegación que estarán ligados principalmente a las siguientes funciones:

#### · Descargar Plug in Flash Player

El usuario podrá mediante este botón acceder a la página de Macromedia para descargar el player necesario en la visualización del sitio.

#### · Ver Intro / Saltar Intro

El usuario podrá elegir entre ingresar directamente a la página de inicio (homepage) o bien entrar a dicha página previa visualización de una pequeña presentación Flash.

#### Intro / Presentación

Actualmente gracias al desarrollo de nuevas tecnologías en software (como por ejemplo Flash) se han podido desarrollar pequeñas presentaciones audiovisuales de gran atractivo visual al entrar a un sitio. Estas presentaciones son de orden contextual de las temáticas abordadas en cada sitio, entregándole al visitante una



rápida visión de algún hecho destacado en la actualización o bien una introducción a los temas del sitio. Importante es destacar que es necesario desarrollar una política de constante actualización de las intro, puesto que al ser un material con cierto peso de descarga, al ser ya vistas, en una próxima visita el usuario buscará evitar descargarla. Muchos sitios en la web desaprovechan el potencial comunicacional de un buen intro, dejando por largos períodos de tiempo el mismo material, lo que al final termina cansando a los visitantes. De este modo, es necesario también dar la posibilidad de avanzar al homepage a aquellos visitantes que ya han visto el intro anteriormente, mediante un link o botón de salto.



### ***Página de Inicio (homepage)***

El Homepage o página de inicio cumplirá con un perfil editorial relacionado directamente con el desarrollo del proyecto, la que será constantemente redefinido o actualizado de acuerdo a los avances obtenidos en el corto plazo. En una primera etapa, esta página de inicio cumple la labor de dar la bienvenida al visitante, como así también seducir al mismo para que éste se registre como usuario del proyecto, otorgándole una serie de beneficios personales al cumplir con este último trámite.

Esta página principal da la posibilidad al visitante de acceder a todas las secciones tipo del sitio: Noticias, Biblioteca, Comunidad, Agenda, Opinión, Noticias, Registro, La Plazuela, Enlaces, Contactos, Políticas de Uso y ¿quiénes Somos? A su vez, esta página cuenta con un registro de búsqueda rápida para acceder a información específica mediante el ingreso de palabras clave; este ítem de búsqueda se mantendrá como constante dentro de todas las páginas del sitio para su utilización dentro de todo contexto temático.

### ***Proyecto...¿Quiénes Somos?***

Esta página pretende dar una presentación del programa general y la unidad de gestión a la comunidad. En este sentido se busca exponer los verdaderos objetivos del proyecto y a su vez los alcances del mismo a manera de incentivar a la población. Se agrupa y jerarquiza la información en:

- *¿Quiénes Somos?:* Desarrolla un perfil global del programa, área donde se encuentra inserto y sus alcances.
- *Idea del Proyecto:* introduce al usuario dentro de los objetivos y fundamentación del programa
- *Socios Estratégicos:* Para actuar como soporte, se incorpora un ítem de aliados estratégicos que comprende el proyecto, aliados ligados al aspecto funcional, estructural, informativo y comunicacional del mismo.
- *Algunos Logros:* Con la finalidad de profundizar la empatía con el usuario se expondrán algunos frutos surgidos de la experiencia del proyecto.

Finalmente, se incorporará la opción de descargue o impresión de información respecto del proyecto.

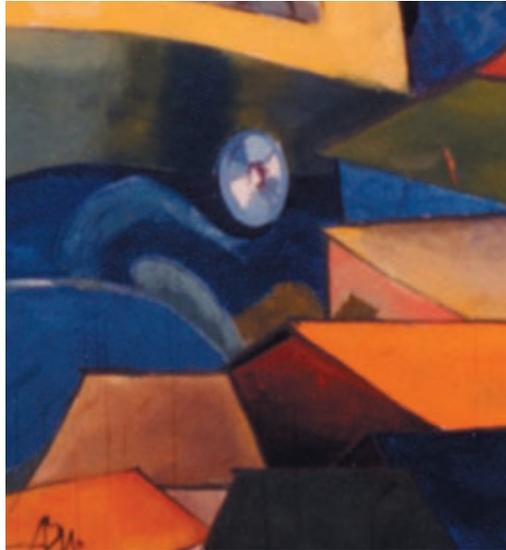


## Comunidad

Podríamos decir que el “corazón” del sitio se basará en este ítem, el cual nos introducirá a la realidad de los centros y sedes asociadas al programa. Tras una breve reseña introductoria el visitante podrá acceder a cuatro mini sites (mini sitios) dedicados íntegramente a cada una de las organizaciones sociales incorporadas al proyecto. Como se ha mencionado en la presentación de este proyecto, lo que se busca es desarrollar un punto de encuentro, discusión e intercambio de ideas para el desarrollo vecinal. En este sentido la importancia de la existencia de estos mini sitios reside en la constante exposición de sus experiencias, proyectos e iniciativas a la comunidad, a manera de poder visualizar los alcances, problemáticas y desafíos que se presentan al implementar proyectos de orden comunitario.

Cada mini site contará con los siguientes subítems:

- *Dirigentes*: presentación del organismo asociado y las personas responsables del trabajo desarrollado en el mismo.
- *Presentación de Proyectos*: organizados de acuerdo a su naturaleza, ya sea cultura



y educación, deportes y recreación, infraestructura y equipamiento; como así también orientados al grupo específico al que atañen, como es el caso de: adultos/ adultos mayores y niños/ jóvenes.

- *Calendario de Actividades*: presentación de fechas u hitos de interés para la comunidad inmediata, organizados en Reuniones y Asambleas, Cursos y Actividades, Deportes y Recreación.

- *Voz y Experiencia*: pequeño foro con opiniones y consultas vertidas por los visitantes respecto de los proyectos presentados por cada comunidad.

## Noticias

Su función es, como anteriormente he señalado, desarrollar un marco de referencia entre la comunidad de usuarios frente a temas de importancia local y que a su vez posean una ligación directa o indirecta con el proyecto. En este sentido sería óptimo poder desarrollar una alianza estratégica con algún medio reconocido (periódicos regionales, radios, etc) a manera de contar con un constante flujo de información que permita la actualización constante de los ítems propuestos. A manera de organizar la información se propone el desarrollo de dos ítems de importancia jerárquica que a su vez se organizan temáticamente la información contenida, estos son Destacados y Canales.

- *Destacados*: noticias de mayor extensión e importancia global. Se establece la selección de cuatro destacados que serán actualizados semanalmente.

- *Canales*: De acuerdo a un criterio de parcelación y jerarquización de la información, se establecieron cuatro canales temáticos, en los cuales se agrupará la información noticiosa contenida en el sitio. Estos Canales corresponden a:



a. *Actualidad*: información de contenido más global, de incidencia nacional, internacional o bien regional.

b. *Valparaíso...Mi Ciudad*: actualidad noticiosa del contexto local, sean éstas de orden social, político, administrativo, etc.

c. *Cultura*: Se incluye un canal especial para las noticias culturales de orden comunal, regional y nacional.

d. *Columnas*: Como buen informativo, se determina un canal de columnas estables, a desarrollar por el equipo de prensa y comunicación ligado al proyecto. Este espacio noticioso corresponde a un perfil más específico y profundo respecto de ciertos hitos noticiosos.

Asimismo, con la intención de crear una base o archivo noticioso, se le otorga la posibilidad al usuario a acceder a la información detallada mediante una búsqueda por mes.

### **Agenda**

Este ítem nos presenta una completa calendarización de las actividades destacables a nivel local mensualmente. En concordancia con otras áreas temáticas del sitio, estas actividades se organizarán según su naturaleza en dos ítems:

- *Destacados*: hitos de mayor importancia. Se establece la inclusión de cuatro o cinco destacados que serán actualizados semanalmente.

- *Canales*: De acuerdo al criterio de parcelación y jerarquización de la información, se establecieron cuatro canales temáticos, en los cuales se agrupara los hitos o actividades a realizar durante un período de tiempo no mayor a un mes. Estos Canales corresponden a: cultura, deportes, sociedad y misceláneos contenida en el sitio.

### **Biblioteca**

Espacio dedicado a documentos de apoyo relacionados con la gestión comunitaria, la participación social y aquellos tópicos ligados al proyecto y a las organizaciones para su mejor funcionamiento. En esta dirección, se busca crear un archivo a través del aporte de aquellos usuarios que deseen contribuir con documentos relacionados a los tópicos de la biblioteca. Estos tópicos o ítems corresponden a:

- *Destacados*: archivos de reciente actualización o incorporación. Se contará con un mínimo de 3 archivos por actualización.

- *Canales*: de acuerdo al criterio de jerarquización, el fichero de la biblioteca se resumirá en los siguientes canales: autogestión y proyectos, comunicación, historias de éxito y misceláneos.

En concordancia con lo anteriormente expuesto, en la biblioteca se incorporarán archivos descargables, principalmente en formato Word, PDF o Powerpoint, por se éstos últimos de orden más universal.



### **Opinión**

Ítem desarrollado para el intercambio de ideas y opiniones entre los usuarios del sitio. Con este fin se habilitarán un libro de visitas abierto a todo usuario, y a su vez una serie de foros temáticos agrupados en los siguientes canales: *Evaluación de Proyectos, Preguntas y Respuestas, Denuncias, Propuestas y Tertulia y Misceláneos*. Cabe destacar que se impone como condición para acceder a éstos foros el ser un usuario registrado en el sitio, con el fin principal de poder llevar un control más acabado de las temáticas expuestas y asimismo de la base de datos de los visitantes y usuarios del sitio.

### **Registro**

Se habilitará una página de registro de usuarios, con la cual, mediante una pequeña inscripción los mismos podrán acceder a los beneficios y servicios que el proyecto ofrece, como es el caso de acceder a los foros temáticos y a su vez quedar suscrito a la publicación mensual.

### **La Revista**

Este ítem nos presenta una introducción de la publicación mensual a la comunidad en general. Del mismo modo, se incorporará una versión online de los contenidos de la revista para aquellos usuarios que no cuenten con la versión impresa. Además, se contará con un fichero con las ediciones pasadas y presente con archivos PDF descargables. Resulta importante desarrollar una forma en que los visitantes puedan saber como conseguir un ejemplar de esta publicación, a manera de poder ampliar el rango de llegada de la misma. Es por ello que se debe desarrollar un contacto directo (email) de despacho donde consultar por la revista, y de esta forma crear, a su vez, una base de datos de aquellas personas realmente interesadas en el proyecto y su labor.

### **Contacto**

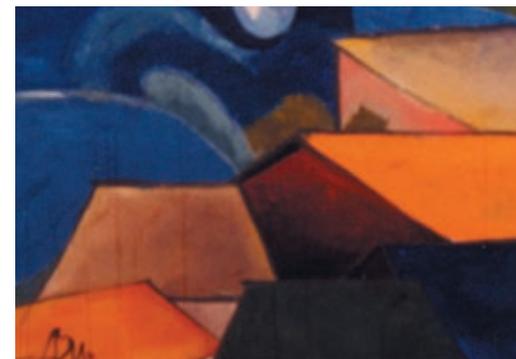
Se ofrecerá una página de contactos con la Unidad de Gestión a manera de poder desarrollar una labor retroalimentativa con la comunidad inscrita en el sitio..

### **Enlaces**

De acuerdo a las alianzas estratégicas y el desarrollo de una red mucho más compleja es necesario ofrecer una serie de links y contactos de sitios recomendados, donde podrán encontrar información complementaria a la entregada en el sitio.

### **Políticas de Uso**

Con la finalidad de educar y facilitar a los visitantes en el correcto uso del sitio como herramienta de información y opinión se habilitará un ítem dedicado a la reglamentación que el usuario debe respetar.



#### 4.6.1.5 Objetivo General del Soporte

Crear una herramienta de comunicación, que actúe como canal de gestión ciudadana acercando a los distintos organismos comunitarios de la ciudad.

#### 4.6.1.6 Objetivos Específicos del Soporte

- Educar al usuario en el potencial real de Internet como herramienta de comunicación y gestión.
- Servir de vitrina: Dar muestra de las distintas actividades, inquietudes y proyectos de orden vecinal y local.
- Encauzar las ganas de participación y cooperación de las distintas organizaciones sociales de la ciudad de Valparaíso.
- Informar al usuario respecto del acontecer local, a nivel cultural y social principalmente.
- Educar a los dirigentes de las distintas organizaciones sociales de Valparaíso respecto de su quehacer político y social.

#### 4.6.1.7 Relación Escenario / Soporte

##### **Escenario sin soporte implementado**

El habitante desconoce gran parte de las actividades que se están desarrollando en su barrio, cerro y ciudad, lo que incrementa la imposibilidad de participación.

Por otro lado la inexistencia del soporte imposibilita lazos cooperativos entre organizaciones, aumentando el "separatismo" a nivel de barrios, cerros, etc. y con esto se detiene el desarrollo sostenido y ecuánime de los distintos sectores, así algunos de ellos crecen y otros quedan sumidos en el desconocimiento de todo tipo de iniciativas o proyectos que podrían igualmente ser implementados en su entorno.



##### **Escenario con soporte implementado**

El potencial del soporte consiste en concebir este Portal Ciudadano como un sitio hecho para y por la gente. Implementando este sitio se obtiene un ciudadano más informado y compenetrado con las actividades que se realizan en su sector, y en los diferentes sectores de la ciudad. Asimismo, se potencia el sentimiento de arraigo, colaboración y trabajo conjunto; además de que cada organización aprende de los ejemplos y errores del vecino, de esta forma se evita que el habitante se sienta en desventaja por falta de información u oportunidades, lo que finalmente repercute en el grado de participación social.

Por otro lado, el uso de un medio como Internet ayuda que el usuario sienta que es parte del proceso de cambio (tecnológico) que actualmente se está llevando a cabo en nuestro país a nivel educativo y social.



## **4.6.2 Comunicación Impresa: Publicación Periódica**

### **4.6.2.1 Resumen**

Como se ha mencionado con anterioridad, lo que busca el programa en su totalidad es crear puentes, canales de comunicación entre las organizaciones sociales de la ciudad, que ayuden a mejorar y potenciar la acción ciudadana en todos sus ámbitos. Es por ello que el presente soporte se enmarca perfectamente dentro de la globalidad del programa, teniendo en cuenta que se contempla el desarrollo de técnicas de apoyo que posibiliten de una mejor recepción por parte de los pobladores, asumiendo las limitaciones de orden técnico (cuantitativamente hablando) que pueda presentar el desarrollo del Portal ciudadano propuesto en el primer proyecto del programa.

Considera el desarrollo de una publicación mensual gratuita y una estrategia de medios que cumplirían con la finalidad de apoyar y acercar de mejor forma la acción del programa en sectores donde la incorporación del soporte tecnológico sea dificultoso, ya sea por deficiencias en equipamiento y vicisitudes afines.

### **4.6.2.2 Fundamentación**

El presente proyecto responde a la necesidad de abarcar un mayor espectro de la población respecto de las limitaciones que tendrá el establecimiento del Portal Ciudadano. En este sentido, como anteriormente se ha mencionado, la introducción de nuevos métodos y formas de comunicación e información en un contexto acostumbrado al tradicionalismo puede traer consigo respuestas apáticas. Es por ello, que para alcanzar los niveles ideales de participación no se pueden dejar “actores” desinformados, para lo cual el uso de métodos más arraigados como las publicaciones, se transforman a su vez a un elemento de apoyo para la articulación del programa. Mediante éstas, se puede motivar, fomentar y cautivar al público, y de cierta forma, mantener un adecuado nivel de conocimiento en el mismo.

### **4.6.2.3 Descripción Conceptual Idea Fuerza**

Como anteriormente se ha señalado, un programa como el propuesto, con las implicancias técnicas y de infraestructura que trae consigo imposibilita su aplicación inmediata en todas las organizaciones sociales de la ciudad de Valparaíso. Es por ello, y teniendo conciencia de que lo importante es lograr un marco de referencia apropiado entre todos los dirigentes se establece que la labor propuesta por el proyecto no puede quedar limitada al soporte web. Así, el presente programa propone el desarrollo de una publicación impresa, de circulación mensual y de costo gratuito. En esta dirección, el desarrollo de una publicación propia del programa, de libre circulación, posibilita ampliar considerablemente el espectro de acción de la labor del sitio, informar a aquellos no inscritos en el proyecto, difundir el trabajo de las organizaciones más efectivamente entre sus pares. Asimismo, le otorga carácter, seriedad, credibilidad y resonancia al proyecto, lo que se puede traducir en mayor interés ciudadano y asimismo de iniciativas hermanas, a manera de propiciar alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación.



#### 4.6.2.4 Descripción Funcional

La publicación como se mencionó en puntos anteriores tendrá una circulación mensual y será de libre suscripción. Para ello, se establece el criterio de inscripción en el sitio vía registro de usuario, o bien, contactándose directamente con el departamento de gestión del programa, asegurando así que la misma llegue al público específico. Asimismo, se han establecido como puntos estratégicos de distribución de ejemplares, La Unión Vecinal de Juntas de Vecinos y la Comunidad Cecal. Además se contempla la entrega de dicho impreso a todas las organizaciones sociales de la ciudad y organismos afines. Tomando en cuenta esto y las variables de costo, se establece en una primera etapa la producción de 3.000 ejemplares, para así afianzar y potenciar la distribución de la misma. Cabe destacar que este soporte, (publicación mensual) tiene un costo considerable en impresión. Es por ello que se cree una buena iniciativa concretar una alianza de apoyo con medios impresos regionales, que cuenten con sus propios talleres de impresión, como por ejemplo La Estrella, El Porteño, etc.

La publicación contará con una extensión de 16 páginas, espacio en el cual se busca cumplir con una labor informativa y educativa orientando los contenidos de la misma en las siguientes secciones temáticas:

##### **Editorial**

Introducción a los temas incluidos por edición.

##### **Noticias**

Espacio de 3 páginas asignado a noticias de importancia local, vecinal y comunitaria. La idea es desarrollar abstractos noticiosos, de pequeña extensión que ayuden al usuario a ampliar su marco de referencia informativa local.

##### **Documentos**

Como la idea es entregar material valioso a la comunidad inscrita en el programa, se desarrollarán dos columnas temáticas por edición (1 página por columna), de tipo bibliográfico orientadas a educar a los dirigentes respecto de su labor social y sus implicancias.

##### **Tema Central**

Cada número contará con una temática central (3 páginas) que puede ser enfocada a algún evento, problemática o proyecto específico.

##### **Historias de Éxito**

Como el concepto global es desarrollar vitrinas que potencien la integración y participación ciudadana en las organizaciones sociales, se integrará un espacio exclusivo (3 páginas) para mostrar proyectos de importancia que se estén realizando en las mismas.

##### **Correo**

A manera de mantener un diálogo con los lectores, se habilita una página dedicada a las cartas de los mismos, potenciando así la retroalimentación con los mismos.

##### **Agenda**

En la línea de mantener un constante interés de los lectores por actividades de orden local, se incluirá una completa calendarización de los hitos de mayor importancia durante el mes.



#### 4.6.2.5 Objetivo General del Soporte

Servir de apoyo a la labor cumplida por el Portal Ciudadano, acercándolos e informando sus actividades a la totalidad de la población.

#### 4.6.2.6 Objetivos Específicos del Soporte

- Posicionar el Programa y su Unidad de Gestión en el ámbito local
- Fomentar el uso del Portal ciudadano.
- Potenciar el marco informativo específico de las comunidades soiales inscritas en el programa.
- Informar a las organizaciones sociales no inscritas en el programa respecto de las cualidades del mismo, como así también de la actividad realizada por sus pares.
- Crear un marco de referencia adecuado para el diálogo y cooperación entre las organizaciones sociales inscritas.
- Servir de vitrina a la actividad comunitaria.



#### 4.6.2.7 Relación Escenario / Soporte

##### **Escenario sin soporte implementado**

Principalmente por motivos de deficiencias en infraestructura y equipamiento, las labores y actividades desarrolladas por el programa difícilmente podrían llegar a todos las organizaciones de la ciudad; es así que la inexistencia de un medio de orden informativo más comúnmente aceptado y conocido como lo es una publicación escrita y una campaña de difusión impresa, imposibilitaría que los avances llevados a cabo fueran conocidos en toda la ciudad, en cada familia, mermándose las expectativas de sumar a cada habitante en el proyecto de ciudad que se busca alcanzar. De esta forma, podríamos decir que se perderían “activos” ciudadanos, capaces de incorporarse, trabajar en conjunto y proponer nuevas ideas.

##### **Escenario con soporte implementado**

La fuerza de este proyecto reside en su capacidad de poder mantener informados a todos y cada uno de los habitantes de la ciudad del proceso que se está llevando a cabo, a manera de poder incorporarlos en el mismo.

Mediante la implementación de este proyecto se reduce considerablemente el nivel de desinformación de los dirigentes respecto de las actividades llevadas a cabo en organizaciones vecinas, como así también, se puede fomentar el uso del Portal como medio de expresión y acción. Además se introduce al mismo a sectores con imposibilidades técnicas y de equipamiento; se fomenta la lectura de este tipo de publicaciones en sectores conflictivos (marginales), aminorando la posible respuesta apática de los pobladores frente a las actividades propuestas a futuro, por mera falta de información. Finalmente se posiciona de mejor forma al programa global y su unidad de gestión, como un organismo sólido y responsable.

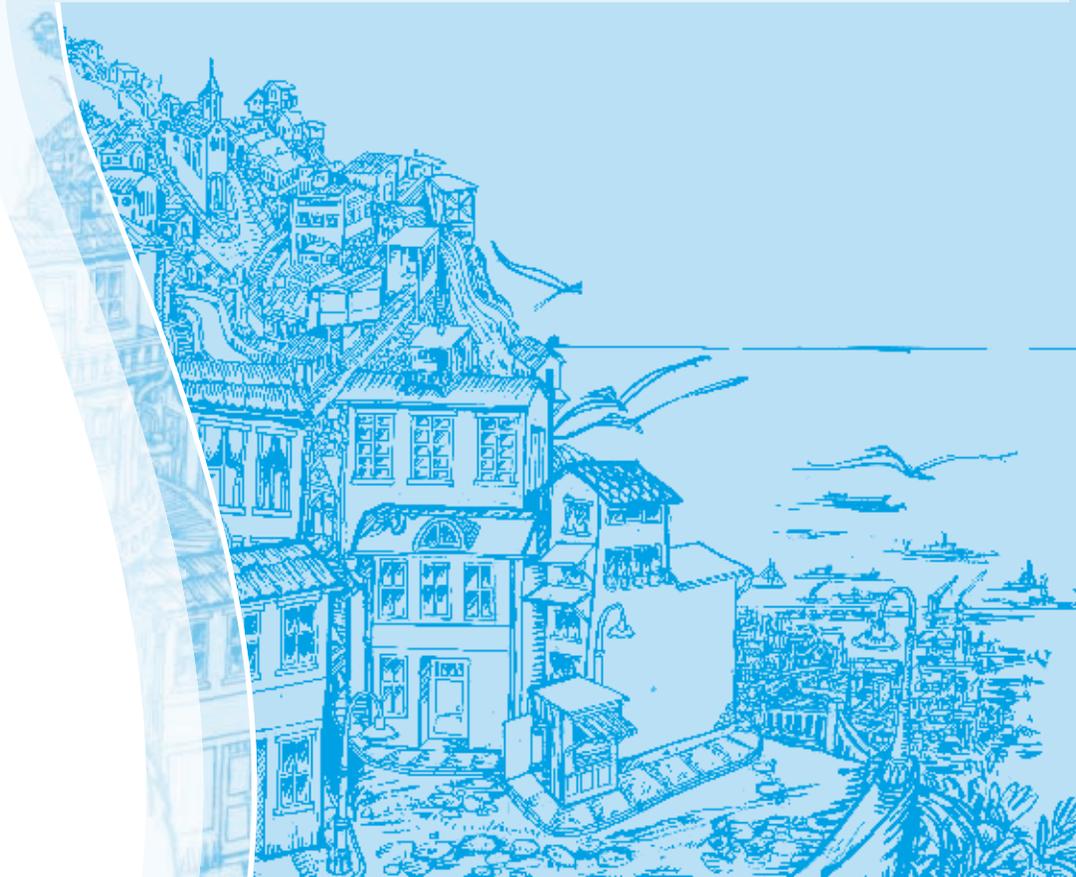


● 5.1 Estrategia de Comunicación

● 5.2 Estrategia Creativa

● 5.3 Estrategia de Medios

● 5.4 Definición Variables Projectuales



## **5.1 Estrategia de Comunicación**

### **5.1.1 Planteamiento del Problema de Comunicación**

Desarrollar una estrategia de comunicación que posicione entre las organizaciones sociales de la ciudad de Valparaíso, la existencia del proyecto “Mi comunidad”, su portal web ([www.proyectomicomunidad.cl](http://www.proyectomicomunidad.cl)) y su gama de servicios, como soporte troncal; y su unidad de gestión como soporte estratégico e institucional.

### **5.1.2 Detección de la Necesidad de Comunicación**

No existe conocimiento respecto de la existencia del proyecto “Mi comunidad”, como así también de su portal web y su unidad de gestión entre las organizaciones sociales de la ciudad de Valparaíso.

### **5.1.3 Objetivo Global de Comunicación**

Posicionar entre las organizaciones sociales de la ciudad de Valparaíso el proyecto “Mi Comunidad” como una unidad funcional para el trabajo comunitario.

### **5.1.4 Objetivos Específicos**

- a. Establecer un patrón de identificación visual del proyecto “Mi Comunidad”, que abarque su unidad de gestión, y asimismo, soportes de orden troncal y complementarios.
- b. Informar y educar a la población respecto de la naturaleza e implicancias del Proyecto MI Comunidad.
- c. Difundir la labor del proyecto en aquellos sectores donde el mismo no ha sido implementado, o bien su acción no es directa.
- d. Motivar la curiosidad de la población respecto de la existencia del proyecto.

### **5.1.5 Oportunidades de comunicación**

El presentar o dar a conocer un producto o servicio social, como lo es el caso de este proyecto, nos otorga la oportunidad de comunicar y potenciar los beneficios tangibles e intangibles, mediatos e inmediatos que el mismo posee, respecto de la naturaleza de la necesidad que se busca satisfacer, que en este caso es de orden social – colectiva. En este sentido, se puede ofrecer al público las razones y motivaciones para emprender la innovación que el agente de cambio propone, mediante la exposición de las ventajas comparativas de este producto (servicio) social.



### 5.1.6 Conceptos y Fundamentos (Marco Conceptual)

El Marco Conceptual nos presenta un cuadro de referencia teórica, de correspondencia entre la temática y los conceptos e ideas vertidas en la campaña, a modo de connotaciones. Teniendo en cuenta esta premisa, se ha optado por los siguientes conceptos, los que han sido agrupados en dos niveles de acción según su labor semiótica. En el nivel de INFORMAR, se optó por los conceptos:

- **Proyecto**
- **Social**

En este sentido, es importante señalar que estos conceptos tienen como función el insertar y delimitar el marco connotativo a un nivel primario global.

En un segundo nivel, de PERSUADIR, los conceptos elegidos son:

- **Comunidad**
- **Participación**
- **Solidaridad**
- **Diversidad**
- **Valparaíso**
- **Pluralista**

La interacción de los significados de estos conceptos operacionales actuarán mayoritariamente a nivel de las connotaciones emocionales (plano semántico) respecto del producto.



### 5.1.7 Grupo Objetivo

Respecto del segmento meta podemos decir que se ha optado por utilizar un criterio ligado a la ocupación del mismo, de la cual podemos deducir motivaciones, gustos y anhelos. En este sentido, podemos decir que el público objetivo es el de los “dirigentes”, denominación que se le ha dado a aquellas personas que trabajan en organizaciones sociales (Juntas de Vecinos, Clubes Sociales, Centros Deportivos o Culturales, etc.) a nivel directivo administrativo, o bien como participante medianamente activo. Basados en la funcionalidad que el usuario dará al servicio podemos decir que el “dirigente” optará por las implicancias retroalimentativas de información con sus pares, de intercambio de información y experiencias positivas, evaluación de alternativas de desarrollo, creación de instancias de diálogo, cooperación y denuncia, además de la posibilidad de utilizar al proyecto como vitrina pública de su quehacer.



### **a. Perfil Socio Demográfico**

Personas correspondientes a un grupo etéreo heterogéneo (dependiendo de la naturaleza de la organización, su finalidad y motivación), con una mayoría significativa que supera los 35 años (hasta los 65 aproximadamente). Mayoritariamente corresponden al grupo socioeconómico C2C3D, dependiendo de la realidad de su entorno inmediato, lo que a su vez determina sus motivaciones.

### **b. Perfil Psicográfico**

Personas que trabajan en el servicio comunitario o vecinal; mayoritariamente se trata de personas que han cumplido con su escolaridad básica y media de forma inconclusa, por lo cual no necesariamente son profesionales. Presentan capacidad de gestión y trabajo, como así también de establecer relaciones de colaboración con su comunidad y otras organizaciones. Con un marcado sentido localista, los “dirigentes” son personajes capaces de motivar la participación ciudadana y canalizar los recursos humanos, técnicos y valóricos de la comunidad. Característica

no menos importante en este grupo objetivo es su tendencia política. En este sentido se debe mencionar que si bien no existe un estudio acabado al respecto, y los involucrados no declaran determinadamente participación política partidaria, aproximadamente un porcentaje mayor al 70% de estos individuos declaran tener inclinación política de izquierda o bien simpatizan con esta tendencia política. Cabe destacar que esta última característica se presenta principalmente con el “dirigente” ligado a organizaciones de orden territorial, las juntas de vecinos, que como se detallo en la presentación del proyecto, sirvieron de base para el establecimiento de la propuesta piloto del proyecto.

## **5.1.8 Posicionamiento**

### **a. Promesa Básica**

*“En Proyecto Mi Comunidad todos participamos”*

La participación es un tema de suma importancia en el ámbito de las organizaciones sociales. De hecho, las

mismas basan su herramienta de poder en la capacidad de concertar fuerzas entre sus dirigidos para poder llevar a cabo los proyectos que se tengan en carpeta. Entonces, es la oportunidad para mostrar al proyecto como un espacio abierto a todos, validando la capacidad de gestión de los dirigentes y valorando los aportes personales o grupales al proyecto, entendiendo que ese aporte forma parte de una cadena mayor que beneficia a todos los que se integren a ella. Esta decisión está justificada en la motivación que presentan las organizaciones de poder proyectar su trabajo transformándolo en algo que tiene resonancia en su quehacer y en la de sus pares.

### **b. Soportes**

Para validar esta promesa, el programa cuenta con un ente coordinador (Unidad de Gestión) y su equipo humano, como así también con una red de aliados o socios estratégicos capaces de otorgar los recursos técnicos y humanos para sacar adelante el proyecto y potenciar sus alcances a todas las organizaciones sociales incorporadas al mismo.



## 5.2 Estrategia Creativa

La manera de atraer al público objetivo es promocionando principalmente al proyecto y sus alcances conceptuales, osea al proyecto como concepto global; y en segundo lugar, los soportes troncales (portal web y publicación periódica) y el organismo gestor. Es necesario potenciar las ventajas comparativas y exclusivas del proyecto como producto social, los beneficios que el mismo traerá al desarrollo a nivel vecinal y por ende local.

### 5.2.1 Eje Conceptual

*“Participación en Comunidad”*

En las piezas gráficas se planteará fuertemente el concepto de la participación en comunidad, como forma de enriquecimiento personal y a su vez grupal. En este sentido, esta apelación conceptual en los mensajes busca motivar al segmento meta a incorporarse en una “comunidad” participante, propositiva y activa, donde cada uno desde su perspectiva personal puede aportar al desarrollo del conjunto local.

Asimismo, se connotarán otros valores

y conceptos como lo es la diversidad, entendiendo esta como el valor de la existencia de una multiplicidad de puntos de vista, otorgados principalmente por la coexistencia de diversos grupos etéreos, genéricos y asimismo laborales. En este sentido se busca que la campaña logre identificar al usuario como un ser pluralista, con un rol dentro de esta comunidad activa, y que asimismo, ese rol es importante dentro del funcionamiento global de esta misma. Se define de esta forma el proyecto como una unidad para el trabajo colectivo, una red de interrelaciones y lazos de comunicación, de intercambio “desinteresado” de experiencias de trabajo vecinal por un bien común.

### 5.2.2 Personalidad de Marca

La estrategia debe ser persuasiva, atractiva y sugerente. Debe ser capaz de atraer la atención del receptor a través de la presencia de elementos connotativos ligados a experiencias más grupales y sociales, de crecimiento y desarrollo colectivo, apelando a la satisfacción personal como resultado del desarrollo grupal, de su entorno inmediato, su barrio, centro vecinal, etc.

Además, se debe estimular, mediante el uso de recursos retóricos, al receptor a participar, a incorporar a su comunidad en el desarrollo de una nueva gran comunidad, en donde tienen cabida todas las iniciativas, propuestas y opiniones de la gente. Es necesario extrapolar e este individuo (o estos individuos) como una persona sensible, de trabajo, inquieta, participativa, con voz propia, conectada con los problemas y anhelos de su gente.

### 5.2.3 Actitudes Pertinentes

a. Proyectar una identidad propia, sólida y responsable. En este sentido, se hace necesario establecer a Proyecto MI Comunidad como un aliado estratégico para las organizaciones sociales; un aliado que les permitirá abordar de mejor forma sus planes de desarrollo mediatos e inmediatos.

b. Connotar el concepto de participación social, otorgándole un perfil más universal, moderno, activo y lúdico, desligándose de connotaciones confrontacionales, políticas y discriminatorias. En esta vertiente, lograr incorporar a todos los activos de la



comunidad en uno solo, fortaleciendo los lazos de cooperación, trabajo en equipo y entendimiento mutuo.

c. Identificarse con el público objetivo, empatizando con sus necesidades y anhelos.

d. Motivar al receptor mediante la creación de mensajes persuasivos, atractivos y sugerentes.

### 5.2.4 Respuestas Esperadas:

#### a. Racionales:

- Posicionar al proyecto y su organismo gestor en la mente del público; reconociéndolo como una opción válida para el desarrollo social vecinal.
- Reconocimiento de la identidad visual del programa y su organismo de gestión.
- Informar respecto de las potencialidades del programa y su correcta inserción en los organismos sociales.

#### b. Emocionales:

- Motivar la participación social y el desarrollo de proyectos e iniciativas vecinales.
- Ayudar a las organizaciones a sentirse

parte de un organismo mayor, capaz de potenciar su capacidad de proyección, organización y expresión.

- Despertar el sentimiento de identificación del receptor con el proyecto mediante la presentación de variables motivacionales personales.

- Estimular el sentimiento de progreso social equitativo.

#### c. Sensoriales:

- Connotar globalmente la actitud de participación social, solidaridad y pluralismo, mediante el contenido global del mensaje.

- Atraer y fijar la atención perceptual del público, mediante la composición formal del mensaje.

- Insertar el proyecto del marco contextual correspondiente al ámbito local de la ciudad de Valparaíso.

### 5.2.5 Concepto Central Creativo (C.C.C)

*“Todos Participamos”*

El C.C.C. busca conjugar conceptualmente las implicancias del Eje Conceptual y la Promesa Básica. En este sentido, se interpretará el hecho que para lograr

crecer socialmente es necesario trabajar en equipo, participar activa y alegremente en el desarrollo de una red o cadena de real cooperación. Busca exaltar motivaciones colectivas con implicancias personales; la verdadera *“participación”* o importancia del trabajo comunitario reside en el acto colaborativo, organizado y mancomunado, sin prejuicios social alguno. Se integra a todos los actores de una comunidad, dando a entender que cada rol específico tiene cabida en el objetivo general, o sea que cada individuo puede aportar desde su propia individualidad.

#### Soportes del Concepto:

a. Figuras retóricas, de interacción entre mensaje icónico y verbal. En este sentido, destacará el uso de la hipérbole y la analogía en busca de resaltar características propias del usuario a nivel conceptual, para así lograr de mejor forma una identificación con el mensaje.

b. Comunicación en segunda persona singular, primera persona plural y segunda persona plural, con la intención de generar un marco de complicidad y sugerencia con el receptor.



### 5.2.6 Slogan

*“En esta Comunidad Todos Participamos”*

En concordancia con el concepto central creativo lo que busca el slogan es reafirmar que este proyecto, esta comunidad es un espacio abierto a la participación de todos y cada uno que la componen. Orientado a esto mismo, la lectura que se puede dar del slogan precisa de dos variantes incorporadas al concepto de comunidad; por un lado el receptor puede asumir este concepto como parte suya, Su comunidad; o bien, que ligue el referente verbal directamente con la variante lingüística de la marca, asumiendo Comunidad como un ente externo. De ahí la importancia de “Todos participamos” que conduce y reafirma el sentido del mensaje global que es principalmente de invitación a participar.



## 5.3 Estrategia de Medios

### 5.3.1 Descripción

Corresponde a la planificación de los diferentes medios de comunicación a utilizar para la difusión del proyecto “Mi Comunidad” y su unidad de gestión. Para ello, es necesario tomar en cuenta variables tales como, duración, distribución, redundancia y las características propias de cada medio.

### 5.3.2 Objetivo General

Impactar y captar el interés del segmento meta. Lograr una adecuada cobertura geográfica, teniendo en conciencia que se necesita ampliar el campo de acción real del proyecto (más allá de la iniciativa piloto) a toda la ciudad, tomando en cuenta a su vez la particularidad geográfica de la ciudad de Valparaíso.

### 5.3.3 Objetivos Cualitativos

- a. Lograr la recepción del mensaje global, como así también de los mensajes específicos.
- b. Lograr desarrollar una campaña que se diferencie de sus pares y sea recordada por los receptores.
- c. Lograr dirigir los diversos mensajes según las características de cada soporte a utilizar y su relación con el receptor.



### 5.3.4 Objetivo Cuantitativo

Lograr una adecuada cobertura de medios, de acuerdo a la naturaleza del problema y las implicancias de costo de la campaña. En este sentido, se busca cubrir un 100% de las organizaciones sociales territoriales (Juntas de Vecinos) Lo que correspondería a un número aproximado de 215 organizaciones, según datos no oficiales otorgados por la Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Valparaíso. Asimismo, ampliar la cobertura a organizaciones sociales de tipo funcional (culturales, educacionales, deportivas, etc.) bibliotecas comunitarias. Asimismo se busca cubrir con la campaña espacios e hitos de orden público, como así también algunas organizaciones locales (como por ejemplo: municipalidad, Unión Comunal de Juntas de Vecinos, CECAL, etc.) ligadas a la problemática planteada en Valparaíso urbano, en sectores identificados por el segmento meta.

En una primera etapa (introducción) se ha decidido centrar los esfuerzos de cobertura en las Juntas de Vecinos, como así también en algunos espacios públicos de importancia local.

**a. Estaciones de tren urbano:** Se incorporaron dos estaciones del metro regional de Valparaíso. Estas

corresponden a Puerto y Barón.

**b. Centros Urbanos:** Por su importancia logística se han incorporado los siguientes centros de congregación urbana:

- Ascensores: Barón, Polanco, El Peral, Ascensor Reina Victoria y San Agustín
- Centros de Interés: Unión Comunal de Junta de Vecinos, Comunidad Cecal, Municipalidad de Valparaíso, Biblioteca Severín.

### 5.3.5 Elección de Medios

Dado lo específico del proyecto y servicio planteado, y su relación con el usuario, es necesario trabajar piezas gráficas que cumplan diversas funciones, como por ejemplo presentar, informar, educar y persuadir según sea el caso. A continuación se presentan jerárquicamente los diferentes medios, de mayor a menor impacto:

- Afiche Único
- Folleto Informativo
- Banner (web)
- Inscripción en Buscadores

### 5.3.6 Diseño de Medios

- **Medio Troncal:** Afiche Único y folletos
- **Medios Complementarios:** Banner (web),

La elección del medio troncal tiene que ver principalmente con la etapa que se encuentra el producto/ servicio propuesto, que es de presentación introducción. En esta primera fase es necesario tentar al público, que conozca las motivaciones y objetivos del proyecto de manera impactante, sugerente y entretenida. O sea, se debe seducir e informar adecuadamente al público, para lograr que participe de esta iniciativa. Para ello, se desarrollarán dos modelos de folleto, que cumplirán con las funciones respectivas de:

- Insertar al usuario dentro de la naturaleza y objetivos de Proyecto MI Comunidad.
- Informar respecto de las secciones del Portal Web, a manera de introducir al usuario dentro de los códigos propios del sitio.

Por otro lado, complementando la acción de estos medios se ha optado por la creación de medios web, como lo son los banner y la inscripción en buscadores, los cuales responden a la necesidad de penetrar en un público distinto, principalmente aquellos ligados a los empresarios, público de opinión y decisión, que pudieran apoyar la iniciativa desde una perspectiva económica, logística o funcional.



## 5.4 Definición Variables Projectuales

### 5.4.1 Caracterización del usuario

Antes de comenzar el desglose por piezas gráficas desarrolladas para este proyecto, nos referiremos de manera más general a aspectos formales y conceptuales incorporados a todo el programa y su campaña de apoyo comunicacional y difusión. Entre ellos están: Código Gráfico y Desarrollo de Caracteres tipológicos (personajes) principalmente. Antes de detallar más profundamente estas variables consideradas en el diseño final, cabe recordar que el público meta al cual está orientado el proyecto pertenece a los “dirigentes”, correspondientes principalmente a un grupo con características etáreas heterogéneas, aunque la gran mayoría supera los 40 años. Por otro lado, se incorpora además dentro de este grupo objetivo a los “dirigidos” o personas que circundan en torno a la organización social, grupo más heterogéneo en lo que a edad se refiere, participan de manera más pasiva pero igualmente hacen uso de los logros obtenidos por la organización en cuestión. (ver Perfil psicográfico, página 75).

Un análisis básico del tipo de público o usuario nos permite rescatar las siguientes ideas principales:

1. el usuario tiene una relación de afecto con su quehacer social y su entorno local.
2. responde a características propias de un hombre de trabajo, además reconoce roles y valora la diversidad como motor dentro de su actividad.
3. distingue y valora el trabajo de orden artesanal o manual, otorgándole connotaciones valóricas importantes por sentirlo como más cercano a su quehacer y al de su comunidad.
4. Reconoce la importancia de la incorporación de toda su

comunidad al trabajo, o sea, le otorga preponderancia al tema de la participación como eje de desarrollo del entorno social inmediato.

5. Valparaíso, como localidad determina características de pertenencia del individuo. Es conocido el “espíritu porteño” de los habitantes de esta ciudad, lo que asumen como parte determinante en su configuración personal.

6. Finalmente, como se constata en el perfil psicográfico (página 75) un gran porcentaje de estos individuos declara simpatía por algún tipo de tendencia política, principalmente de izquierda, lo que puede influir en la recepción del mensaje final.

### 5.4.2 Definición de Variables Lingüísticas

A Continuación, se definen y exponen las diversas variables lingüísticas ligadas al proyecto, como lo son la marca del programa, la marca de la revista y algunos conceptos utilizados en las secciones temáticas del sitio a implementar.

#### Marca Programa

##### Nombre: Proyecto Mi Comunidad

Para el desarrollo del registro lingüístico de esta marca se consideró jugar con las posibilidades polisémicas del nombre y asimismo, incorporar como partícipe al receptor del mensaje. De esta forma se incorpora el adjetivo posesivo **MI**, como manera de enrolar al usuario en la globalidad del proyecto. De igual forma, se desarrolla un juego verbal, una correspondencia lógica y duplicidad de connotaciones del registro lingüístico. Por una parte, el concepto **PROYECTO** se puede abordar desde dos acepciones válidas: primero, como *iniciativa, idea o plan*; y a su vez como *elegir, levantar o arrojar*. Desde esta perspectiva, se pueden dar dos



lecturas del registro principalmente: **Proyecto Mi Comunidad**, o bien, *“Yo” Proyecto (elevo) Mi Comunidad*. De esta forma se da un cruce de conceptos interesantes, por una parte **MI**, que denota una acción personal, integra y compromete al receptor en el mensaje, y por otro lado, **COMUNIDAD**, conceptualmente ligado a un grupo de personas; o sea se da el juego entre la acción particular y su efecto global.

### **Marca Publicación Periódica**

**Nombre: Revista la Plazuela...donde confluyen todas las ideas**

En el desarrollo de este registro lingüístico (como así también los utilizados en los diversos soportes) se definió un criterio de ligación emocional con el receptor. En este sentido se utiliza como nombre un hito reconocible de orden local, **“la plazuela”**, como ícono de particularidad local, el cual posee como característica urbana, ser centro de congregación a nivel de barrios. Más pequeña que la plaza, la plazuela goza de connotaciones positivas por su carácter cercano, más íntimo y local. Asimismo, se incorpora la frase de apoyo *“...donde confluyen todas las ideas”* otorgándole un carácter abierto, participativo y pluralista.

### **Terminología Sitio Web**

Como se menciona en el punto anterior, los códigos lingüísticos ocupados en las piezas y soportes responden a un criterio que busca desarrollar una relación de empatía y cercanía con el usuario o receptor. Es así, como el sitio presenta denominaciones propias de nuestro lenguaje, como los son *“noticias”*; *“comunidad”*; *“agenda”*; *“opinión”*; *“registro”*; *“biblioteca”*; *“búsqueda”*; *“contactos”*; *“enlaces”*; etc.;

delimitando el uso de terminología constantemente utilizada en el tipo de soporte, como lo es links, homepage, chat, etc. Asimismo, se introduce un neologismo, orientado a ligar conceptualmente el soporte y la relación con el usuario, como es el caso de *“webcindario”*; palabra que nace de los conceptos web y vecindario.

### **5.4.3 Análisis y Delimitación de variables visuales y conceptuales ligadas al problema**

#### **5.4.3.1 Código Gráfico**

Al Código gráfico corresponden las características visuales propias del proyecto desarrollado. En este sentido, es importante señalar la orientación que se dio al mismo y a qué parámetros conceptuales y formales responde.

A partir de las premisas obtenidas del estudio del usuario o receptor, se delimitaron aspectos conceptuales que a su vez tuvieron total ingerencia en el diseño final. Podemos entonces mencionar que el desarrollo formal global del proyecto se concretó apelando principalmente a la relación más emocional con el usuario, a la empatía con el proyecto mediante la homologación de valores propios de su comunidad como centro de trabajo y actividad.

Formalmente, el código gráfico desarrollado tiene sus bases primordiales en la gráfica popular, ligada al muralismo y los movimientos de orden social; y a su vez, la gráfica y afichismo chileno propio de los años setenta, por su marcado estilo popular, de orden *“folclórico”*; de connotaciones notoriamente sociales y políticas. Estas últimas características fueron de importancia a la hora de elaborar el diseño de las piezas, puesto que se priorizó la relación usuario/gráfica, más allá de los soportes utilizados para el programa.



De las vertientes gráficas anteriormente mencionadas, se rescatan aspectos formales significantes, como los son:

- **Código mayoritariamente ilustrativo:** el desarrollo de una gráfica ilustrativa icónica responde a las características de personalidad o sello distintivo del diseño. El dibujo posee como característica formal su personalidad propia, imitable pero no repetible. Asimismo, según el tipo de ilustración, se pueden evocar situaciones ideales de forma más interpretativa y lúdica que con un código más realista (como por ejemplo la fotografía), dado que la naturaleza irreal del dibujo no corresponde a una homologación de la realidad tangible del receptor, lo que delimita el espectro de connotaciones.

- **Síntesis gráfica:** búsqueda de la simpleza icónográfica; visualmente expresada por la carencia de perspectiva real, la que se exagera mediante el uso de la diferenciación de planos de forma cromática; el uso de formas básicas y la distinción de diversos pesos lineales y visuales que otorgan profundidad a la naturaleza bidimensional de las formas.

- **Código cromático:** rescate de colores puros, contrastantes entre sí a manera de diferenciar planos de profundidad y perspectivas. Fuerte uso de filetes negros de distinto peso visual en la delimitación de los planos cromáticos, así como también de las formas.

- **Diagramación:** se responde a un código más sintético y unidireccional. A diferencia de tendencias del diseño actual, en donde la diagramación de los llamados y textos en piezas gráficas únicas responde a la búsqueda de la multiplicidad de lecturas, en el afichismo propio de los años setenta la orientación diagramática iba en pos de la limpieza y simplicidad en la

lectura. Llamados visualmente notorios apoyan una imagen central fuerte, en lo que se conoce como función de anclaje, semióticamente hablando.

### 5.4.3.2 Desarrollo de caracteres tipológicos

Se visualiza en esta gráfica una múltiple gama de personajes centrales que se corresponden con la naturaleza del mensaje a emitir. En este sentido, se refuerza la identificación del receptor para con el mensaje mediante el resaltamiento de características propias del mismo, de su quehacer o trabajo. En esta fase cabe hacer una acotación, si bien el afichismo y muralismo poseen variados puntos de encuentro formalmente hablando, podemos destacar también ciertas diferencias básicas, dependiendo de la naturaleza del mensaje emitido. Por un lado, gran parte de la imaginería social y política del muralismo nacional presenta (ba) caracteres tipológicos con una tendencia a destacar rasgos más personales del emisor, lo que se traduce gráficamente en personajes con un semblante más bien pasivo, serio e incluso melancólico. Esto, principalmente ligado a que el mensaje a emitir guarda relación con sentimientos de referencia más bien política de grupos sociales oprimidos.

Por su lado, en el afichismo propio de los años setenta, el mensaje estaba ligado principalmente a campañas de orden social, donde la premisa es despertar y motivar al receptor hacia un objetivo determinado. En esta circunstancia, el desarrollo de caracteres tipológicos ligados a ciertos grupos sociales se hace más notoria, para que, como receptores, reforzaran su compromiso e identificación con el mensaje de la campaña. Por lo mismo, en gran parte de dicho material gráfico es común encontrar trabajadores y campesinos, cuya solución gráfica nos muestra personajes alegres y vitales.



#### 5.4.4 Definición Variables visuales a desarrollar en piezas gráficas

A continuación se definirán de manera más concreta las variables visuales a incorporar en el desarrollo de los soportes gráficos del programa:

**A. Código Gráfico:** el código gráfico a utilizar, como se expuso anteriormente, tendrá directa relación con la problemática planteada, el usuario y los objetivos del programa. En este sentido se ha decidido trabajar con un código básicamente ilustrativo, que incorpore aspectos formales de la gráfica popular chilena de los años setenta principalmente; esto debido a su carácter de índole social y estética ligada a secciones tradicionalmente populares de nuestro país. Se rescatan entonces: *síntesis gráfica, uso de colores planos, delineamiento de formas en base al uso de filetes de diverso peso visual, estructuración visual en base a distintos planos cromáticos, simplificación* a nivel de perspectivas y complejidad visual principalmente.



**B. Desarrollo de caracteres tipológicos:** Se incorporará el uso de personajes reconocibles por el usuario a nivel tipológico, a manera de potenciar la identificación con la propuesta entregada. Estos caracteres poseerán la particularidad de representar estratos de índole étareo y genérico, como así también de incorporar roles y actitudes reconocibles a nivel cognitivo y emocional.

**C. Contextualización:** como parte importante del desarrollo formal y con la función de explicitar el marco de referencia y contextual de la propuesta, se incorporarán códigos e hitos propios de la naturaleza icónica de la ciudad de Valparaíso a modo de potenciar la identificación del usuario con el programa.

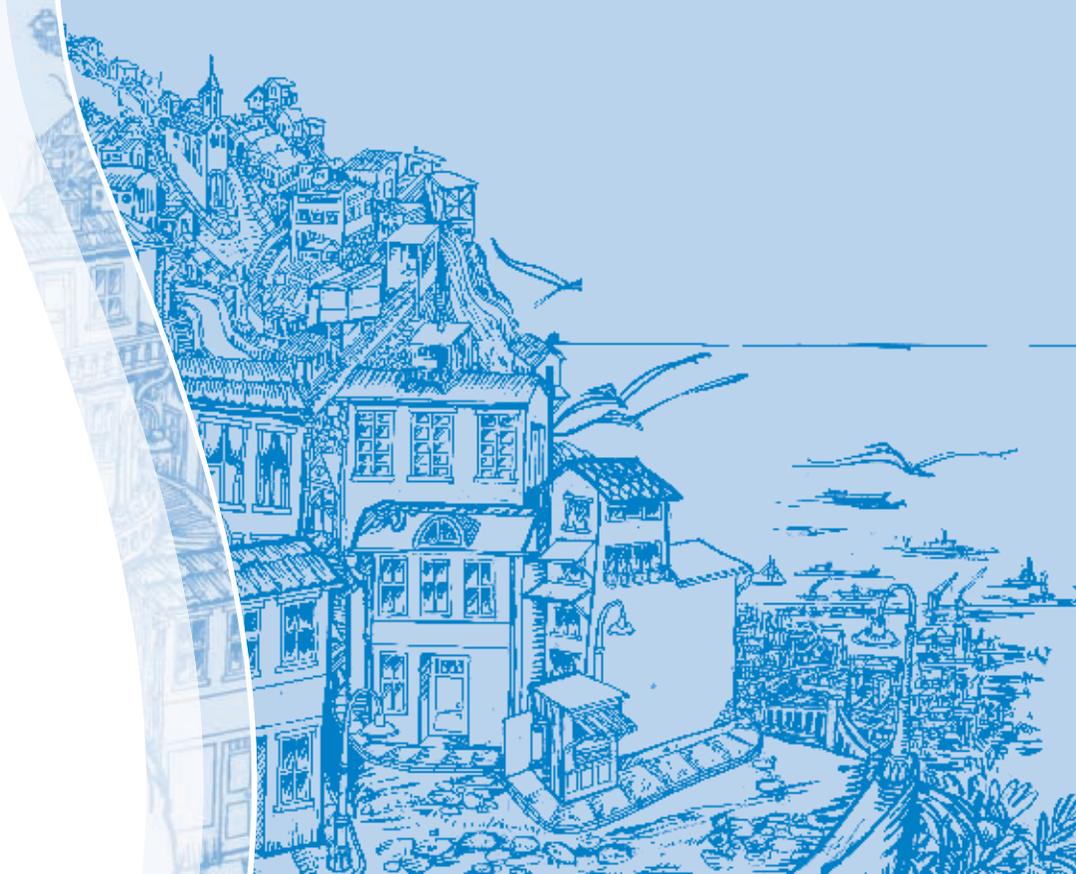


# capítulo VI Diseño Final

● 6.1 Aspectos Corporativos

● 6.2 Diseño Soportes Finales

● 6.3 Implementación Operacional



c a p í t u l o v i D i s e ñ o · F i n a l

A continuación detallaremos los aspectos contenidos en la propuesta formal final. En este sentido, se abordan en una primera etapa los aspectos globales y corporativos del mismo, para luego dar paso a una descripción por piezas realizadas.

### 6.1 Aspectos Corporativos

A manera de fortalecer la estructura corporativa de la propuesta formal y del programa general se hizo hincapié en la utilización de un código visual coherente entre los diversos soportes que él mismo abarca. Entre los agentes de dicha identidad visual podemos mencionar:

#### 6.1.1 Color

Como patrón de identidad cromática se definió el uso de un color **azul medio (91C, 31M, 0A, 0K)** por sus implicancias connotativas relativas al espacio geográfico y su naturaleza marítima. Su utilización en cada una de las piezas desarrolladas, otorga a las mismas un patrón de identificación visual, fortaleciendo la imagen de marca y corporativismo general. Se define a su vez, la utilización de este patrón cromático en diversos porcentajes de saturación: 100% / 70% / 50% / 10%.

IDENTIDAD CRÓMATICA / COMPOSICIÓN:  
91 %Cyan / 31 %Magenta / 0% Amarillo / 0% Negro



IDENTIDAD TIPOGRÁFICA  
FAMILIA: TCL Indosans

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W  
X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / ( ) = ? ¿ ; : @

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W  
X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / ( ) = ? ¿ ; : @

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W  
X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / ( ) = ? ¿ ; : @

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W  
X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / ( ) = ? ¿ ; : @

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T V W  
X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / ( ) = ? ¿ ; : @

IDENTIDAD TIPOGRÁFICA  
FUENTE: Notepad

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S  
T V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r  
s t v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " \$ % & ( ) = ? ; : @

### 6.1.2 Tipografía

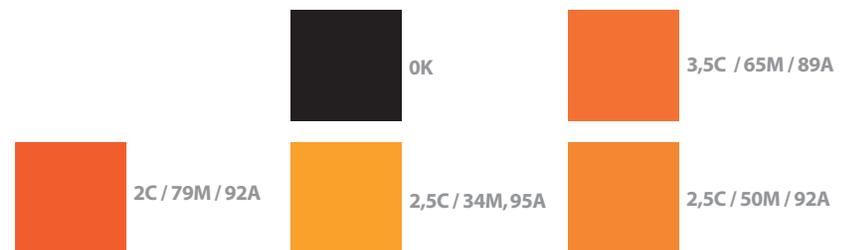
Para el desarrollo del diseño final de todos los soportes se consideró la utilización de una familia tipográfica corporativa, que a su vez, contuviera todas las variables formales conocidas (regular, bold, Italia, bold italic y light) de forma que permitiera un desarrollo coherente de la diagramación en los distintos soportes. En esta vertiente, se optó por la fuente Indosans, la cual cuenta con las variables ya antes mencionadas, recoge las características formales de la letra tradicional, además de otorgar un carácter más propio por su origen nativo (Valparaíso, Chile, Rodrigo Ramírez). Esta familia funciona muy bien en textos extensos además de funcionar de permitir su uso en llamados o cuerpos mayores, permite la lectura cómoda (lecturabilidad) y un amplio rango de utilización.

Como tipografía de apoyo (para su utilización en llamados principalmente), se definió la incorporación de la tipografía Notepad, la cual por su carácter gestual otorga dinamismo y soltura al diseño. Además confiere connotaciones positivas por su particularidad más dócil y manual.

### 6.1.3 Marca

#### Logotipo

Se desarrollo un logotipo trabajado en dos bloques de texto con diferenciación tanto de peso como de color. Esta diferenciación responde a una jerarquización de conceptos de manera visual. En este sentido, el bloque superior compuesto por las palabras PROYECTO y MI, en tipografía Arial Special G1 Bold (34 pts.) de color negro (100%K) y naranja fuerte (2C, 79M, 92A, 0K) respectivamente, guian la lectura del logotipo de manera correcta, por estar desarrollados en colores llenos y contrastantes respecto del fondo blanco. En cuanto al segundo bloque (inferior) correspondiente a la denominación COMUNIDAD, desarrollado en tipografía Arial Special G1 Bold (46,5 pts.) que trabaja sobre un recuadro de color negro (0K) y la tipografía calando al mismo. Esta última característica condiciona levemente su visualización, lo que reafirma el sentido de lectura del logotipo en general. Cierran la construcción del logotipo, tres óvalos de colores amarillo (2,5C, 34M, 95A, 0,5K), naranja claro (2,5C, 50M, 92M, 0K) y naranja medio (3,5C, 65M, 89A, 0K), que le otorgan mayor riqueza visual al logotipo, y a su vez, concordancia cromática con el isotipo.

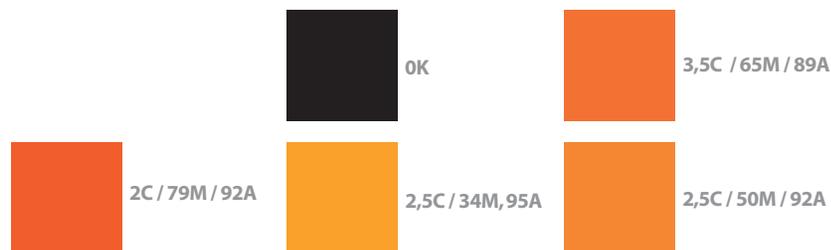


### Isotipo

Formalmente, el isotipo desarrollado responde a una gran carga de conceptos. Sintácticamente, hablamos de dos figuras que representan igual número de manos abiertas. Conceptualmente, las manos y su disposición incorporan muchas connotaciones positivas como trabajo, participación, solidaridad, transparencia y trae consigo a su vez la connotación de lo social, lo humano. Asimismo, la mano esta compuesta por un sinnúmero de elementos que conforman una comunidad, los dedos.

El código gráfico utilizado responde a una fuerte influencia de la gráfica muralista. Formas de líneas gruesas y filetes interiores, otorgan una estética más ligada a lo social, la naturaleza del proyecto.

Cromáticamente, se corresponde con los colores utilizados en el logotipo del proyecto. En esta misma línea, los colores cálidos utilizados buscan reafirmar el carácter comunitario del proyecto. Además el isotipo presenta un juego visual, ya que la unión de ambas formas (manos) recrea la figura de una mariposa, idea reforzada con la leve sombra arrojada por la misma. La mariposa, como significante, otorga connotaciones valiosas, como lo son libertad y la proyección, conceptos ligados a su capacidad de volar.



### ***Isologotipo***

Ya explicadas las implicancias lingüísticas de la marca, podemos mencionar que la misma esta compuesta por un isotipo y un logotipo desarrollados para trabajar en conjunto (isologotipo) o de forma independiente uno del otro. Para ello, se procuro mantener la coherencia cromática a modo de reforzar la pertinencia visual entre ambos.

### ***Disposición***

El isologotipo oficial del proyecto responde a una concordancia visual entre isotipo y logotipo. Para ello, se dispuso el logotipo en la zona inferior de la marca, quedando sobre él alineado al centro el isotipo. Se procuro cuidar los pesos visuales a modo de articular de mejor forma la composición del isologotipo general.



proyecto **mi**  
**Comunidad**



APLICACIÓN DE MARCA:  
Marca Alto Contraste



APLICACIÓN DE MARCA:  
Marca Escala de Grises

### **Aplicaciones de marca**

Como anteriormente se menciono, isotipo y logotipo pueden funcionar de manera conjunta o bien independientemente.

Se presentan una aplicación en alto contraste y a su vez en escala de grises.

### **Marca apaisada**

De acuerdo al soporte a incorporar, se desarrolló además una alternativa de aplicación de marca para formatos apaisados como es el caso de los banners. En esta aplicación, se le da preponderancia al logotipo sobre el isotipo, siendo este último dispuesto en el vértice superior izquierdo del logotipo, con un peso visual mucho menor que en su aplicación original.



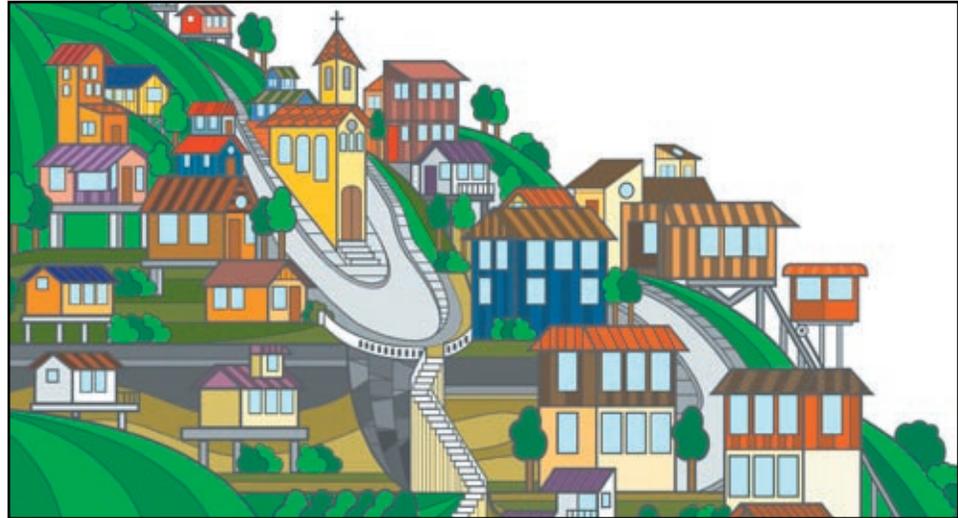
APLICACIÓN DE MARCA:  
Marca Apaisada

### 6.1.4 Variables Contextuales

#### Marco de referencia

De acuerdo al perfil del usuario y la definición de variables conceptuales y visuales ligadas al diseño de las piezas finales, se desarrollaron facetas ilustrativas de la ciudad de Valparaíso. Estas ilustraciones pretenden de una forma, enmarcar geográficamente el marco de acción del proyecto, y asimismo potenciar el lazo emotivo que se da a nivel connotativo del mensaje. Por su parte, formalmente las ilustraciones planteadas buscan rescatar la naturaleza y pertinencia icónica de la ciudad de Valparaíso, representada principalmente por características reconocibles a nivel cognitivo, como lo es el caso del mar, la multiplicidad de cerros, la particularidad arquitectónica y cromática de las casas, la existencia de ascensores, escaleras interminables, calles empinadas, botes, etc.

Dentro de este mismo marco contextual, se desarrolla la inclusión del barrio. Para ello, se desarrolla ilustrativamente una propuesta formal que incluye hitos fácilmente reconocibles por el receptor, como lo es el caso, de la sede comunitaria, la biblioteca popular, el kiosco “de la esquina”, el mural, las casas con vista al mar, la calle con adoquines, etc. Este conjunto responde a una homologación del



sinfín de peculiaridades que se presentan en un típico barrio, como unidad de articulación de actividades sociales en constante movimiento.

Formalmente, y como se detallo en la definición de variables proyectuales (pagxx), estas ilustraciones responden a un código visual ligado a la naturaleza de la gráfica de orden popular. Colores planos, multiplicidad cromática, utilización de filetes negros, sintetización de las perspectivas y exageración de las distintas profundidades, las cuales se dirigen a otorgarle una personalidad gráfica al proyecto, dirigida principalmente a códigos más lúdicos, atractivos y pertinentes visualmente hablando.

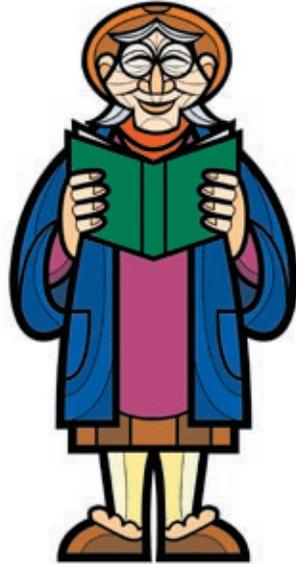
Técnicamente, las ilustraciones se desarrollaron en el software Adobe Illustrator 9.0, lo que permite principalmente su fácil edición y multiplicidad de usos según el formato del soporte.



### **Caracteres tipológicos**

A modo de potenciar el marco de referencia y, a su vez, la identificación del usuario con la propuesta se desarrollaron 14 personajes tipo, los cuales se integran de distintos modos a todos los soportes utilizados. Estos caracteres fueron desarrollados extrapolando roles funcionales, etéreos, sociales y genéricos del segmento objetivo, lo que a su vez definió su estructura formal a nivel físico principalmente. En esta vertiente, se busca transmitir a través de la existencia de estos personajes característicos, el concepto de diversidad y pluralismo emitido por el mensaje global, como así también la actitud participativa activa de cada uno de los componentes dentro de la realidad planteada. Para ello, se hizo hincapié a nivel formal, de la estructura y cualidad facial de los mismos, a modo de evitar connotaciones negativas principalmente.





## 6.2 Diseño Soportes Finales

### 6.2.1 Soporte Web/Portal Ciudadano

Como ya se mencionó en ítems anteriores, la idea de la propuesta formal global es fortalecer el aspecto corporativo del programa, principalmente por la dualidad de soportes que el mismo presenta. Se establecen como parte de esta estrategia, la inclusión de las variables contextuales del diseño, las cuales tienen como función en este soporte, el invitar a recorrer los distintos hitos (correspondientes a las secciones) de este “webcindario” de manera más exploratoria y entretenida. En sí, la idea es que el usuario se adentre en este barrio virtual y reconozca zonas de acción y a su vez de interacción con los personajes insertos en cada zona.

El diseño del portal responde principalmente al desarrollo de una herramienta virtual motive al usuario a su conocimiento y navegación de manera más lúdica e interactiva, tomando en cuenta que, a grueso modo, los mismos carecen del conocimiento de los códigos propios del soporte.





### 6.2.1.1 Pantallas Tipo

A. Inicio (Homepage)



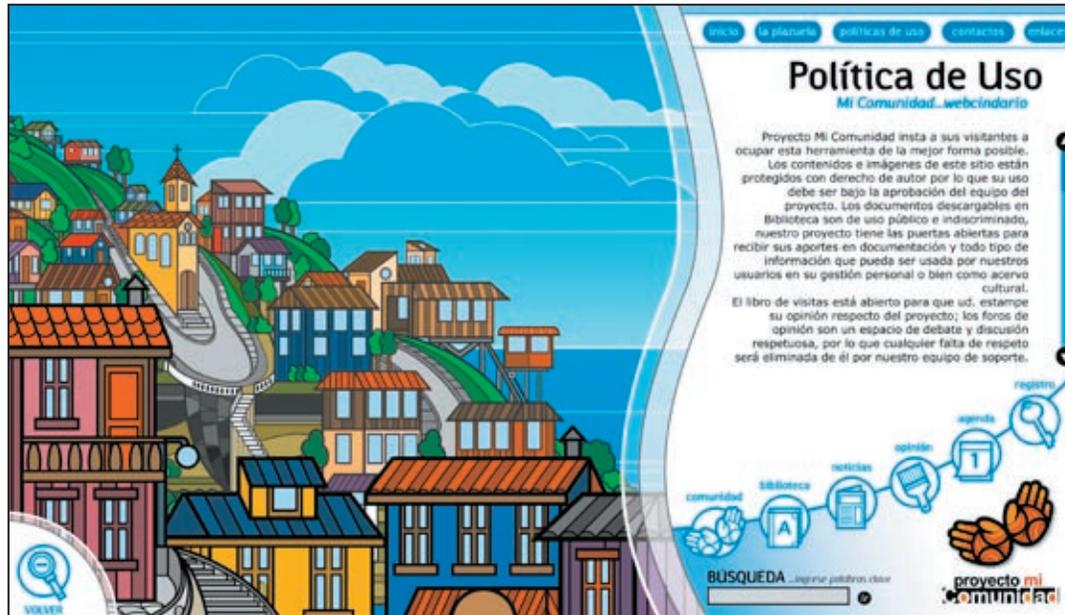
B. Contactos



C. La Plazuela (revista)



D. Enlaces (links)



E. Políticas de Uso

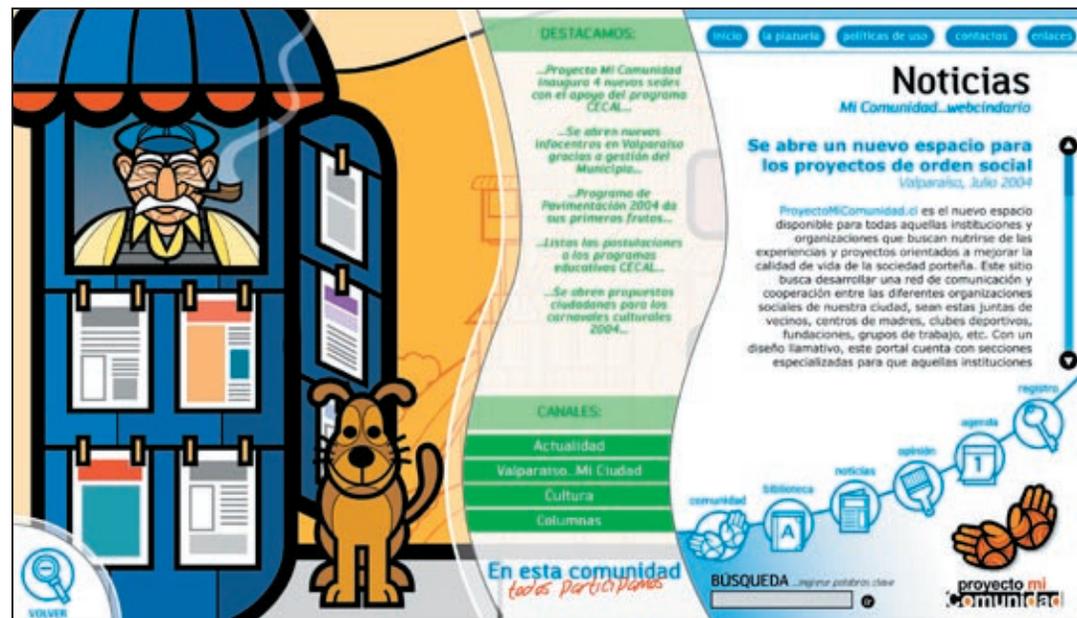


F. ¿Quiénes Somos? (corporativa)

G. Mi Comunidad (ministes organizaciones)



H. Noticias



**Biblioteca**  
Mi Comunidad...webcindario

Gracias por ingresar a esta biblioteca, en ella podrás encontrar información valiosa relativa al quehacer de nuestras organizaciones sociales que te servirán en la capacitación personal como dirigente social. Esta biblioteca está abierta a tus consultas y aportes... agradecemos a todos aquellos que la hacen crecer día a día con documentación apropiada, historias y vivencias.

Los documentos están agrupados en canales, según su naturaleza... elige un canal para visualizar nuestro catálogo completo y descargarlos a tu computador (archivos word, pdf, powerpoint).

Los aportes y consultas hazlos llegar a nuestra casilla [mibiblioteca@micomunidad.cl](mailto:mibiblioteca@micomunidad.cl)

**DESTACAMOS:**

- ...Infocentros Comunitarios en México: una historia de éxito (PDF...descargar)
- ...Tecnología y Autogestión, dos aristas del futuro (word...descargar)
- ...Capacitación: un enfoque del dirigente del mañana (word...descargar)
- ...Desarrollo de proyectos y gestión: guía de consejos (word...descargar)
- ... Las Claves de la autogestión (PDF...descargar)
- ... Patrimonio: un lugar para el desarrollo social (PDF...descargar)

**CANALES:**

- Autogestión y Proyectos
- Comunicación
- Historias de Éxito
- Misceláneos

**En esta comunidad todos participamos**

**BUSQUEDA** ...ingrese palabras clave

I. Biblioteca (documentos)

**Mi Opinión**  
Mi Comunidad...webcindario

Porque en toda comunidad el libre intercambio de ideas es fundamental, hemos puesto a disposición de nuestra comunidad activa y visitantes una serie de canales de expresión para que plasmen sus ideas. El libro de visitas, de libre acceso, es un contenedor de sus propuestas, cartas, alegatos e impresiones respecto de nuestro sitio y actual. Esperamos que dicho espacio sea utilizado de manera prudente y respetuosa.

En nuestros foros, usted podrá dialogar, exponer y proponer ideas con sus vecinos de Proyecto Mi Comunidad, para ello, es necesario que se registre como usuario de nuestro sitio. Si tiene problemas con su inscripción, contáctenos a nuestra casilla [contacto@micomunidad.cl](mailto:contacto@micomunidad.cl) para solucionar su problema y pueda integrarse a nuestra comunidad.

**ESTADÍSTICAS:**

- Número de Visitas: 1815
- Usuarios Registrados: 225
- Usuarios conectados actualmente: 12

**Libro de Visitas:**

- Ver Libro de Visitas
- Firmar Libro de Visitas

**FOROS:**

- Evaluación de Proyectos
- Preguntas y Respuestas
- Denuncias
- Propuestas
- Tertulia y Misceláneos

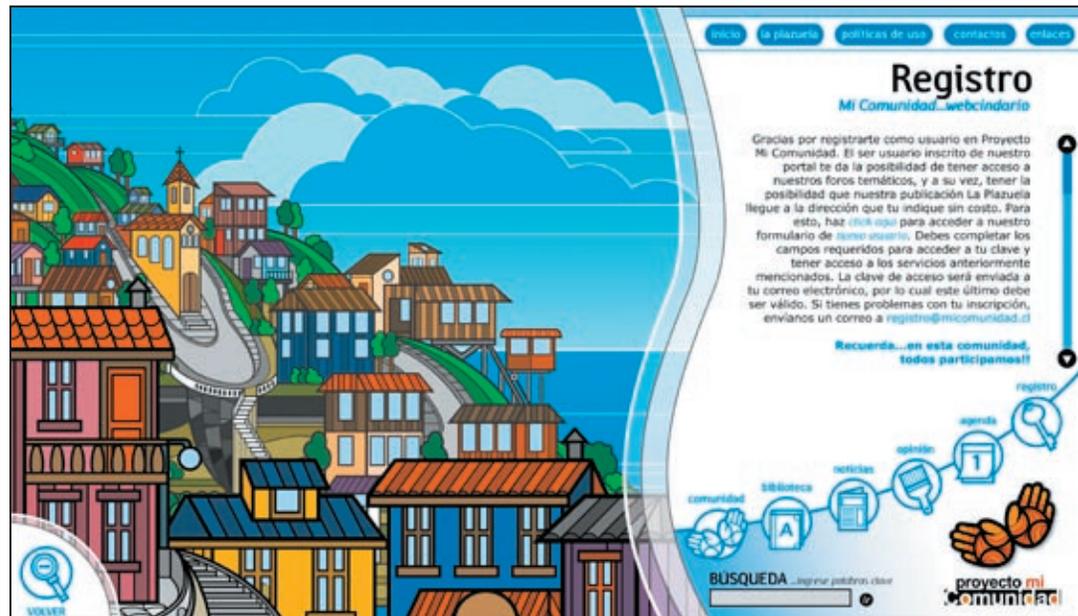
**En esta comunidad todos participamos**

**BUSQUEDA** ...ingrese palabras clave

J. Mi Opinión (foros)



K. Agenda



H. Registro

### 6.2.1.2 Iconografía

Se desarrollaron para este proyecto una serie de seis íconos, los cuales cumplen con la función de actuar como botones de las zonas temáticas más importante del sitio. La solución responde a una correspondencia con los códigos utilizados en todos los soportes del proyecto, por lo cual su nivel de abstracción visual es bajo. Esto porque, las características propias del usuario a nivel global delimitan el espectro de posibilidades de abstraer potentemente el símbolo, lo que imposibilita el desarrollo de significantes gráficos más abstractos, que pudiesen complicar la lectura o entendimiento del receptor.

Es por ello que decidió trabajar con signos a nivel más análogo y correspondientes con la estructura visual del programa general.

Para ello, se potenció la síntesis del elemento en cuanto a su estructura formal: se limitó el uso de perspectiva real, incorporando significantes de fácil asociación por parte del usuario. En este sentido, se desarrollaron las piezas iconográficas respondiendo a analogías con:

- **Volver a Panorámira** : Lupa (zoom)
- **Registro**: Llave
- **Noticias**: Diario
- **Agenda**: Calendario
- **Opinión**: Brocha
- **Biblioteca**: Libro
- **Comunidad**: Manos (endirecta relación con el isotipo del programa).



### **6.2.1.3 Descripción Formal / Funcional Interfase y Navegación**

Al generar una interfase virtual existen diversas variables que deben estudiarse a modo de facilitar la navegación al usuario y ser una herramienta eficiente. El hecho de realizar un portal para las comunidades vecinales de Valparaíso significa crear un nexo entre la herramienta y un usuario medianamente inexperto en lo que respecta a web e interfases virtuales. Es por esto que la gráfica pretende ser un medio que respalde la interacción del usuario frente a las posibles decisiones que tenga dentro de este espacio de desarrollo. De este modo, se propone una doble navegación, incorporando opciones con una gráfica más abstracta (menú superior y menú con iconos) y otra de variables visuales más explícitas (diferentes zonas sensibles dentro de la panorámica de Valparaíso). Con esta forma de navegación se evita que el usuario se pierda y frustre su visita al interior del portal y le sea más fácil y rápido llegar a la información que busca. La exploración del portal se realiza de modo multidireccional, es decir, no se propone un solo camino para que el usuario recorra las distintas áreas, sino que se exponen diversas vías de navegación, haciendo de su visita una experiencia más interactiva y acorde a los requerimientos del navegante.

El usuario más inexperto tendrá una mayor atracción por interactuar con la panorámica y distintas vistas del paisaje, siendo una visita más exploratoria, con la finalidad de asimilar las distintas opciones y áreas que le presenta el portal.

Un usuario con mayor experiencia en interfases busca acceder a la información de forma más directa, siendo la usabilidad un factor más fuerte en la navegación de él. El concepto de usabilidad se orienta hacia organizar la información y las distintas opciones que posee una interfase de la forma más directa y de fácil acceso para los usuarios. La usabilidad estudia las vías de acceso a la información, ya sea mediante menús, hipervínculos, textos, mapas o cuadros para llenar con texto, con la finalidad de tener la información lo más cercana posible. Uno de los defectos de la usabilidad dentro de su máxima expresión es simplificar el contenido a su expresión más abstracta (solo texto), haciendo de la herramienta un objeto utilizable solamente por un usuario experto en interfases virtuales. Es por esto que nuevamente se fundamenta el doble acceso de la información, ya sea por el medio más abstracto y de mayor usabilidad (menús superior e iconos) y otro más impactante visualmente (panorámica de un lugar de Valparaíso).

Este portal tiene la característica de poseer todos los accesos a las principales áreas de información durante todo su desarrollo, haciendo de la navegación un proceso más fácil y directo, además de estar diseñado con dos niveles de profundidad en términos de menús y submenús, con lo que el usuario en pocos pasos puede llegar a la información que busca. Se ha establecido una síntesis en los accesos a los contenidos dispuestos en las diferentes zonas, mostrando la información más relevante de cada área, al desplegar un menú en el centro de la pantalla con vínculos a los temas más relevantes y a las subsecciones de la zona en que se encuentra el usuario. Con esto, los datos entregados han sido clasificados de forma jerárquica, disponiendo de los contenidos más importantes en la parte superior del submenú.



### 6.2.1.4 Las zonas de interacción

Existen 6 zonas generales de interacción del usuario para navegar al interior del portal. Estas son:

**1. Menú superior:** corresponde a las opciones de “Inicio”, “La Plazuela”, “Política de uso”, “Contacto” y “Enlaces”. Han sido representadas mediante botones de forma rectangular con sus ángulos redondeados y un texto que nombra a cada uno de ellos. Este tipo de menú se presenta usualmente en todos los sitios web o portales con sus posibles variantes, cuya finalidad es vincular a información básica del portal. Este menú recibe usualmente el nombre de “menú iterativo” dentro de la terminología de la arquitectura web, lo que significa que son opciones que siempre están presentes en este tipo de interfases, ya sea al interior del sitio o bien en una página de inicio que despliega la interfase (splash). A continuación se describen cada uno de los botones mencionados al principio de este ítem:



**a. Inicio:** es el vínculo a la página de bienvenida, lugar en donde se extiende una invitación a conocer en mayor profundidad el portal, al igual que dejar a la vista el objetivo general del proyecto.

**b. La plazuela:** genera un nexo entre el portal y una publicación referente al “proyecto mi Comunidad”. Da información acerca de como registrarse para obtener este impreso.

**c. Políticas de Uso:** también conocidas como “Políticas de Privacidad” pretende generar un enlace al usuario para conocer todas aquellas normas que rigen el uso del portal. Esta zona posee información respecto a los derechos de autor y las leyes que rigen la interacción del usuario con esta herramienta.

**d. Contacto:** es el vínculo para ingresar a una página que contiene los datos de ubicación de los encargados del portal o de las distintas áreas que lo componen.

**e. Enlaces:** es el botón que permite ir a una página de vínculos en la red que poseen información relacionada con el portal. En esta página se puede ingresar a distintos sitios web en ventanas nuevas mediante un clic del mouse sobre el tema que le sea de interés al usuario

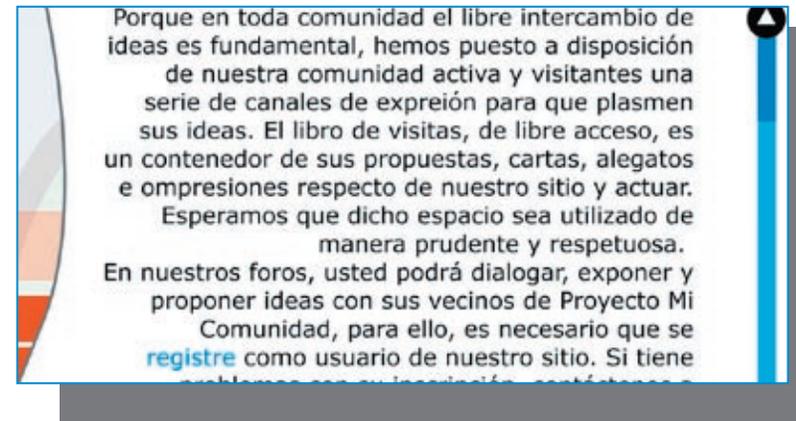
**2. Contenidos:** es la zona en donde se despliega la información específica que se ha solicitado. Está compuesta por un título, un subtítulo y texto descriptivo. En su interior podemos encontrar los siguiente elementos de interacción:

**a. Scrollbar o barra de desplazamiento:** es la barra que se encuentra al lado derecho del texto descriptivo del contenido, cuya finalidad es mover el contenido dentro de un área rectangular que enmascara la información, a modo de reducir el espacio de despliegue de estos datos y hacerlos visibles mediante la interacción del navegante. De esta forma, podemos encontrar 3 ítems en la barra de navegación:

*i. Flecha ascendente:* triángulo encerrado en un círculo, con uno de sus vértices orientado hacia la parte superior de la interfase. Su forma es responde a un código arbitrario asumido por la mayoría de las personas, cuyo significado es direccionalidad hacia arriba. Su finalidad es desplazar los contenidos hacia la parte inferior de la caja que enmascara la información. Reacciona mediante un clic del usuario lo que se traduce en el desplazamiento del contenido en una medida determinada, mientras que si se mantiene presionado el botón la información asciende continuamente hasta llegar al inicio del texto.

*ii. Flecha descendente:* es similar a la flecha anterior en términos de forma, pero su disposición es hacia la parte inferior de la interfase. Su función es desplazar el contenido hacia arriba de la caja que enmascara la información. Su interacción se manifiesta de igual forma que la flecha anterior, cambiando sólo la dirección del movimiento del contenido. Su función cesa al momento de llegar al fin de la información

*iii. Bloque de desplazamiento:* es la forma (en este caso rectangular)



que se ubica en el eje que une las flechas anteriormente mencionadas y cuya posición y dirección posee una relación inversa a la del contenido, es decir, cuando este bloque desciende, el contenido asciende dentro de la caja que enmascara y viceversa. Su posición permite dar a conocer en que parte del contenido se encuentra uno (estando en la parte superior al inicio y en la parte inferior al final) y usualmente su tamaño, en lo que respecta a la dimensión vertical, se asocia con la cantidad de información que contiene la caja de máscara (se establece una proporción entre el alto del eje que se encuentra entre las flechas y el alto del bloque de desplazamiento, en este caso se hace referencia al alto del eje Y por ser una barra de desplazamiento vertical)

**b. Vínculos:** dentro del texto se exponen distintos enlaces a información relacionada al contenido desplegado, el cual se hace presente mediante una diferenciación cromática en el texto. Este vínculo posee un cambio de estado al posicionar el mouse sobre el, lo cual indica un nivel de interacción con el usuario, que al hacer un clic sobre él, lo lleva a la página con información referente al texto del enlace.

Respecto a las imágenes y al texto en general no es posible seleccionarlo ni guardarlo directamente desde esta zona, ya que el hecho de montar en flash mediante la función “scrollpane” solo permite la carga de unidades no seleccionables (movieclips). Si se tratara de sólo contenido de texto, podría implementarse su selección mediante “texto dinámico”, pero perdería todas sus cualidades de formato (distintos colores, incorporación de imágenes, etc.), por lo que se ha optado por esta opción y a modo de facilitar el almacenamiento de contenidos para el usuario, se han dispuesto descargas en un formato más estándar como es el PDF, cuyas características permiten su impresión, selección de texto y modificación del contenido (si el creador del archivo PDF así lo permite, lo que se traduce en un formato personalizable en lo que respecta a uso e implementación).



**3..Menú de íconos:** representan el acceso a las áreas principales de desarrollo del portal mediante un sistema de imágenes (íconos). Estas imágenes poseen un nivel de abstracción baja (exponen su forma de forma análoga) mientras que poseen una síntesis alta en sus composición visual, acorde al código gráfico de todos los componentes del portal. Poseen un cambio de estado de imagen de acuerdo al posicionamiento del mouse sobre ellos (roll over) y nos permiten acceder a las siguientes áreas mediante un clic del mouse sobre ellos:

- a. Comunidad:** representada por el ícono de las manos y con directa relación a la marca. Viene a ser la zona de mayor importancia, por lo que se ha decidido asociar a esta imagen.
- b. Biblioteca:** es el segundo ícono de izquierda a derecha y está representado por la imagen de un libro.
- c. Noticias:** corresponde al tercer ícono de izquierda a derecha y se relaciona visualmente con un periódico.
- d. Opinión:** es el cuarto ícono de izquierda a derecha y está representado con una brocha para pintura.
- e. Agenda:** es el penúltimo ícono de izquierda a derecha y visualmente se muestra como un calendario.
- f. Registro:** es el último ícono de izquierda a derecha y está representado por la imagen de una llave.

**4. Submenú de áreas:** como producto de la interacción sobre los íconos anteriormente mencionados, cada uno despliega un submenú u otro nivel de opciones que se ubica al centro del portal, con los distintos temas referentes al área visitada. Aquí podemos encontrar 5 submenús correspondientes a las zonas de “Comunidad”, “Biblioteca”, “Noticias”, “Opinión” y “Agenda”. Estos submenús se diferencian gracias a su color, lo cual los relaciona a un área determinada dentro del portal. Su despliegue es similar en términos de posición y sus componentes interactivos están definidos como botones de textos que se afirman sobre una barra de un mismo color para cada uno (el color varía de zona en zona). Mediante un clic del mouse se puede visitar la información específica de cada tema del submenú. A continuación se nombran las distintas opciones de cada submenú de acuerdo a las áreas anteriormente mencionadas:

**a. Comunidad (púrpura)**

- i. Comunidades
- ii. Dirigentes
- iii. Presentación de Proyectos
- iv. Calendario de Actividades
- v. Voz y Experiencia

**b. Biblioteca (rojo)**

- i. Destacamos
- ii. Autogestión y Proyectos
- iii. Comunicación
- iv. Historias de Éxito
- v. Misceláneo

**c. Noticias (verde)**

- i. Destacamos
- ii. Actualidad
- iii. Valparaíso... Mi Ciudad
- iv. Cultura
- v. Columnas

**d. Opinión (naranja)**

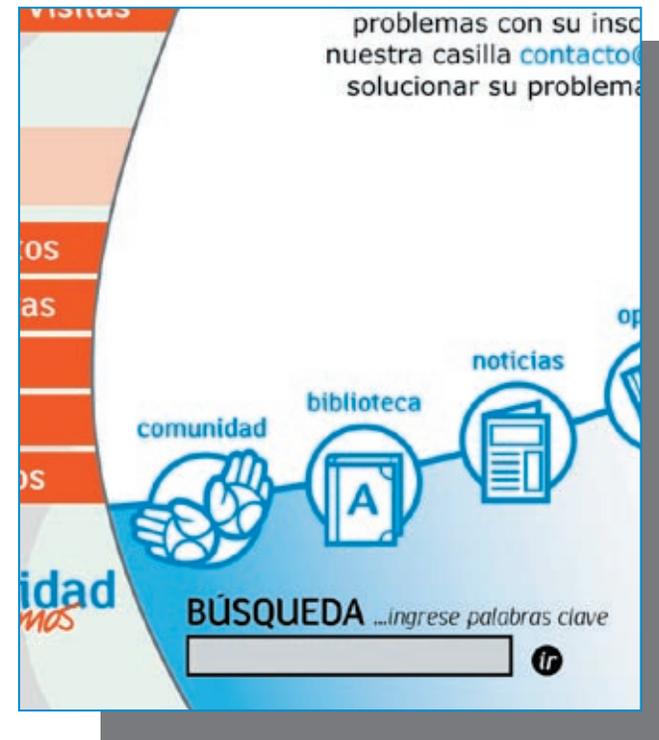
- i. Estadísticas
- ii. Ver libro de visitas
- iii. Firmar libro de visitas
- iv. Evaluación de proyectos
- v. Preguntas y respuestas
- vi. Denuncias
- vii. Propuestas
- viii. Tertulia y misceláneos

**e. Agenda (magenta oscuro)**

- i. Destacamos
- ii. Cultura
- iii. Sociedad
- iv. Deportes
- v. Misceláneo



**5. Búsqueda:** es una zona destinada a encontrar aquellos contenidos específicos que necesite el usuario. Se encuentra en la parte inferior de la interfase, al lado izquierdo de la marca "Proyecto Mi Comunidad" y bajo el menú de íconos. Siempre está presente a modo de hacer de su acceso una herramienta de fácil acceso. Se compone de un texto que hace referencia al área (búsqueda), además de la frase "ingrese la palabra clave", a modo del usuario escriba el tema que busca mediante una o más palabras que se relacionen con lo solicitado. En la parte inferior del texto se encuentra una caja de texto en donde el usuario mediante un clic puede hacer visible el cursor de texto, elemento visual estándar para comunicar un área de escritura dentro de una interfase virtual. De este modo, el usuario puede escribir lo que busca dentro de esta caja y para realizar la búsqueda debe presionar el botón de ir que se encuentra a su derecha, el cual permitirá al portal buscar la información y arrojar los resultados de acuerdo a la similitud de los parámetros requeridos. Estos datos serán visibles dentro de una ventana, ordenados por porcentaje de relevancia y posibles de acceder mediante un clic por medio de un hipervínculo.



**6. Panorámica:** es un recurso visual que se encuentra al lado izquierdo de la interfase y pretende identificar ciertas zonas de una comunidad con las áreas de desarrollo del portal. De esta forma, se puede acceder de dos maneras a los hitos más importantes de esta herramienta, ya sea por medio del sistema de íconos descrito en el tercer punto o bien haciendo clic en las distintas vistas que ofrece esta panorámica. El hecho de presionar el botón sobre cada área se traduce en un encuadre de la zona determinada, con personajes, animación e interacción acorde a la visita. En primera instancia se puede visualizar la vecindad en su totalidad, distinguiendo una casa para lo que es "Comunidad",

representada por el ícono del proyecto, además de personas trabajando; una “Biblioteca” para tal área, con una madre y su hija, al igual que una anciana que lee un libro; un kiosco que representa lo que es el área de “noticias”, atendido por un anciano junto a un perro, en donde podemos encontrar los hitos más importantes de la comunidad mediante la metáfora visual de los periódicos; un mural con dos personajes con baldes de pintura y brochas, respondiendo a lo que es “opinión” teniendo como eje comunicacional lo que viene a ser un graffiti o mural, símbolo de expresión personal; y finalmente un diario mural que representa la “agenda”, con personajes que acompañan la escena.

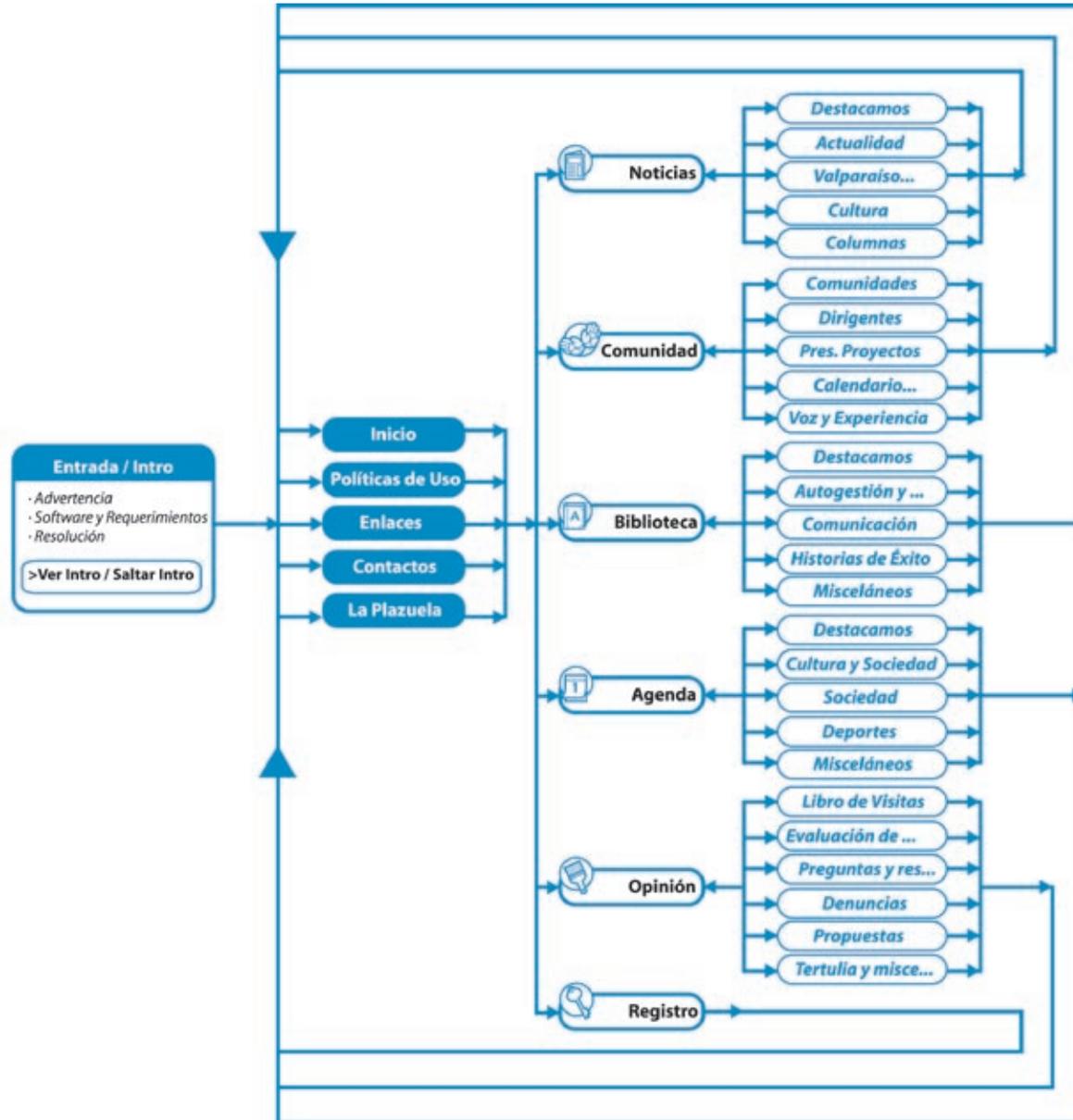
La finalidad de los personajes en todos estos escenarios es ser una ayuda o recordatorio frente a las distintas opciones que cada área proporciona. Es así como el usuario puede obtener datos útiles o “tips” ya sea respecto a la información disponible del área que visita, como el modo de operar las distintas herramientas que esta zona despliega. En términos conceptuales, estos personajes transmiten el sentido de identificación de acuerdo a la diversidad que representan, lo que potencia aún más el sentido de interacción, búsqueda y curiosidad dentro del portal.

Se acompaña de un ícono de retroceso representado por una lupa con un signo menos (con el mismo código visual de los otros íconos) a modo de volver a la zona anteriormente visitada. Su interacción se produce mediante el posicionamiento del mouse sobre él, además de un clic sobre el lo que tiene como respuesta volver al ítem anterior.

Finalmente, el desarrollo del sitio contempló el uso de recursos sonoros que reafirmaran la identificación del marco contextual de la propuesta. Para ello, se introducen sonidos de gaviotas, sonidos urbanos, etc.



### 6.2.1.5 Árbol de navegación Portal Web "Proyecto Mi Comunidad"



## 6.2.2 Impresos

### 6.2.2.1 Publicación Mensual

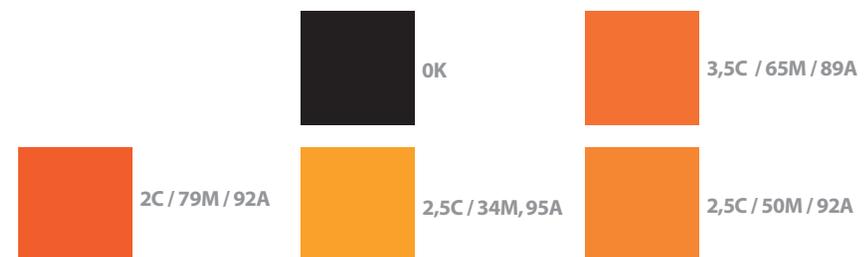
#### “La Plazuela”

#### Descripción Formal / Funcional

##### Logotipo Revista La Plazuela

Con motivo de reafirmar la dualidad de soportes del proyecto en general (web/impreso) se desarrolló una variante del logotipo original del proyecto orientado a actuar como logotipo de Revista La Plazuela. En este caso, se cuidaron aspectos de concordancia formal y cromática con la marca global, lo que busca potenciar el posicionamiento del proyecto en la mente de los receptores.

Se define además el código tipográfico para el llamado “...**donde confluyen todas las ideas**” utilizando la familia Notepad por su carácter gestual y distintivo. Su código cromático responde al color rojo (0C, 78M, 92A, 0K) lo que potencia su visualización y de esta forma, la asimilación del sentido connotativo de dicho llamado.



## **Formato**

Esta publicación tiene un formato de 21 x 27 cms a 4/4 colores. Esta configuración responde a su carácter netamente informativo, a su relación con el usuario y a variables desprendidas de los costos de producción. En esta vertiente cabe destacar que la idea fundamental es desarrollar un medio de corte tradicional, con una estructura lógica y visual que se corresponda con los objetivos de la misma y la tipología existente al respecto. Orientado a esto mismo, se debe mencionar como referente, que gran parte de las publicaciones de corte vecinal que se llevan a cabo en nuestro país (a nivel municipal principalmente), cuentan con un contenido adecuado pero su estructura diagramática y ordenamiento visual de la información adolece de jerarquización por zonas de interés fácilmente reconocibles. Además, su producción final (en gran parte causada por el tiraje y extensión de la misma) carece de la calidad que la convierta en objetos que el usuario desee mantener o coleccionar, o sea, son de lectura rápida y desecho inmediato.

## **Diagramación:**

Estructuralmente se han establecido siete secciones delimitadas según páginas asignadas. Es así como esta estructura general nos ayuda a definir criterios de diagramación para cada una de ellas, siguiendo obviamente una coherencia visual a nivel de elementos de orden constante y corporativos dentro de la misma. Estos criterios responden principalmente a la naturaleza del lector de la publicación, del cual, tomando en cuenta su relación con este tipo de soporte, definen sus características formales. Básicamente, se trabaja una malla simple, compuesta principalmente por 3 columnas iguales y 6 campos respectivos. El uso de este número de columnas resulta estándar para este tipo de publicaciones, especialmente porque permite la graduación de la lectura de mejor manera, puesto que está comprobado que textos inscritos en columnas de mayor extensión horizontal dificultan al lector y agotan la visión. Asimismo, el uso de columnas muy delgadas (extensión horizontal) potencian la lectura interrumpida y distraen al lector.

A nivel de criterios de diagramación se ha establecido mantener un ritmo soportado principalmente en conceptos tales como equilibrio, simetría, regularidad y unidad. La alternancia de éstos conceptos dentro del diseño confluyen en delimitar las zonas de tensión en cada página, otorgando fluidez dentro de la lógica

del conjunto organizado integral. Osea, la idea básica es organizar los elementos que componen la página de manera independiente (dentro de la estructura formal dispuesta para ello), manteniendo una relación formal con el conjunto general.

Dentro de este marco estructural se definen los siguientes criterios:

**a. Páginas Maestras:** las páginas maestras potencian la coherencia visual de la publicación. Es por ello, y tomando en cuenta criterios corporativos, se integra el isotipo del proyecto como parte de su configuración formal.

**b. Portada:** la portada contendrá siempre como mensajes estables, el logotipo de la publicación, ubicado en la parte superior, como así también los mensajes correspondientes a "Circulación Bimestral / Ejemplar Gratuito". Se suman a estos mensajes estables, la incorporación del logotipo del proyecto y su página web ([www.proyectomicomunidad.cl](http://www.proyectomicomunidad.cl)) como soportes institucionales, en la parte inferior de la portada.

- Los mensajes temporales corresponderán al folio y fecha de la publicación, ubicados en la parte superior derecha de la portada.
- La imagen de portada tendrá directa relación con la temática Central planteada en la revista.
- El Sumario se dispone directamente en la portada como forma de aprovechamiento del espacio y explicitación de los contenidos.



PORTADA REVISTA LA PLAZUELA N°1:  
Formato 21 x 27 cms.

**c. Página Editorial / colofón.** Dentro de la estructura general, se aplica un criterio especial para esta página. Se definen 2 columnas de distinto valor horizontal para disponer en ellas el texto introductorio y el colofón, correspondiente al equipo responsable de la edición.

**d. Noticias:** Se establece el uso de “calugas” informativas, diferenciadas cromáticamente, potenciando su carácter informativo breve. Estas calugas (recuadros) difieren en su formato, pero mantienen coherencia en el respeto de los ejes visuales establecidos por las mismas.

**e. Síntesis:** Privilegiar lectura ante recursos estéticos. Esto principalmente ligado a que el grupo objetivo al que se dirige la publicación tiene internalizadas estructuras de lectura más tradicionales.

**f. Color:** Desarrollar una paleta de colores acorde a la identidad cromática propia del programa.

**g. Tipografías:** Delimitar el uso de tipografías a las ya establecidas corporativamente. Esto, principalmente ligado a la coherencia formal dentro de la publicación y su concordancia con los patrones tipográficos del programa. Desarrollo de estilos tipográficos según características de la información: Titulares, Capitulares, bajadas, lectura de fotos, recuadros, cuerpo, epígrafe principalmente.

**h. Correspondencia Formal:** Incorporar iconografía derivada de la gráfica del soporte troncal (web) a modo de potenciar el reconocimiento de los patrones visuales establecidos dentro del programa global.



REVISTA LA PLAZUELA N°1:  
Maqueta Páginas Tipo



## Producción

La publicación tiene una extensión de 16 páginas, las cuales en su montaje, corresponden al formato mercurio. Este es un factor no menos importante, puesto que condiciona positivamente los costos de producción en cuanto a papel e impresión. El papel cotizado para la producción de la publicación es couché opaco 130gms.



AFICHE ÚNICO TIRO  
Formato 75 X 54 CMS.

### 6.2.3. Difusión

#### 6.2.3.1 Afiche Único

#### Descripción Formal / Funcional

El afiche único cumplirá con las funciones básicas de difundir e informar los alcances del proyecto. Para ello, y teniendo en cuenta

las consideraciones de presupuesto ligadas a un iniciativa de esta envergadura, se desarrolló una pieza funcional, con lectura de tiro y retiro.

En su cara anterior (tiro) este soporte nos presenta una interacción importante entre un mensaje icónico y variables

lingüísticas. La existencia de una imagen central compuesta por todos los caracteres tipológicos (anteriormente mencionados) agrupados en una fila frontal, refuerza la idea de comunidad y connotaciones ligadas al pluralismo y diversidad de la propuesta, principalmente por integrar de manera



AFICHE ÚNICO RETIRO  
 Formato 75 X 54 CMS.

armoniosa los personajes, sin caer en protagonismos de ninguno de ellos. De esta forma, se potencia el sentido de apertura social del programa, e involucran distintos actores representados por las diversas realidades definidas por los personajes.

Asimismo, el llamado, compuesto por el slogan del programa, cumple las funciones

de anclaje respecto de las connotaciones emitidas por la imagen central, logrando articular las implicancias del eje conceptual de la propuesta (*"Participación en Comunidad"*) y el Concepto Central Creativo (*"Todos participamos"*). En este sentido, la frase ***"en esta comunidad... Todos participamos"*** orienta la lectura del

mensaje hacia la realidad comunitaria, entabla un marco de referencia ideal, *"esta Comunidad"* como signifiante importante, y asimismo otorga valores intrínsecos de la comunidad presentada, pues en ella *"todos participamos"*. Esta última frase y su presentación morfológica (código gestual) otorgan connotaciones importantes, pues

reafirma la cualidad participativa de la iniciativa, reflejada en la imagen central e incluye y compromete al receptor mediante percepción lógica (*Todos "Nosotros" Participamos*).

Por otro lado, se integra y contextualiza la naturaleza del programa, mediante el llamado [www.proyectomicomunidad.cl](http://www.proyectomicomunidad.cl), el cual de manera sutil actúa como soporte de la comunidad que se presenta, e incorporado al diseño total pierde sus connotaciones mayoritariamente tecnológicas.

Cierran el mensaje, un espacio otorgado para los auspiciados y patrocinadores del programa, que actúan como puntal estratégico de la propuesta; y el isotipo del programa, como estructurador y emisor del mensaje.

Por otra parte la cara posterior del afiche ("retiro") cumplirá funciones principalmente informativas. Se integran así, mensajes más específicos, agrupados de manera jerárquica respecto de la información a entregar, respondiendo a un criterio que va de lo global a lo específico. Asimismo, a modo de reforzar el reconocimiento de la "comunidad", se integra una imagen de apoyo al texto, correspondiente a la panorámica general *del*

*"webcindario"* con la función de ir posicionando el código utilizado en el soporte troncal o web. Se incluye además, un llamado que acompaña al slogan del proyecto. Esta frase corresponde a "Sea parte de nuestra comunidad". Este llamado, se corresponde morfológicamente hablando con la frase "Todos Participamos"; esto principalmente porque busca despertar el sentimiento de curiosidad respecto de lo que se propone y activar los motores emotivos del receptor del mensaje.

Además, se introduce una aplicación de la marca disponiendo de forma independiente isotipo y logotipo. Mientras el primero adquiere relevancia visual, a modo de potenciar el reconocimiento del mismo y sus variables morfológicas; el segundo actúa como cierre y soporte del mensaje global.

Técnicamente, el formato del afiche es de 75 cms. X 54 cms., lo que refuerza positivamente su visualización y lectura. Se definió como soporte tiro y retiro, puesto que dada la naturaleza de la infraestructura de las sedes sociales, posibilita su disposición en diarios murales o bien ventanas, para lo cual se tienen que tomar en consideración factores como por ejemplo gramaje del sustrato.



FOLLETO INFORMATIVO TIRO  
Formato 17 X 51 CMS.

### 6.2.3.2 Folleto Programa Informativo Descripción Formal / Funcional

Este soporte responde a la necesidad de informar a todas las organizaciones respecto de la existencia del programa. En este sentido, se ha elaborado para su distribución directa vía correo a dichas entidades. Este folleto posee estructura tríptica, siendo su formato de forma extendida es de 17 cms X 51 cms, y de forma plisada de 17 X 20 cms.

En la cara anterior o tiro, se despliega principalmente una configuración contextual visual de las variables corporativas y contextuales respecto del programa. En este sentido, destaca la



FOLLETO INFORMATIVO RETIRO  
Formato 17 X 51 CMS.

incorporación de la vista general del vecindario en la cara interior, apoyada por la frase *“Sea parte de nuestra comunidad”* como función de anclaje a la imagen. En la tapa posterior (plisado) se integran la información relativa a los métodos de contacto con la Unidad de Gestión, como así también los auspiciadores como soporte estratégico del mensaje contenido. En la tapa 1 (plisado), se presenta el isologotipo despegado, otorgándole mayor riqueza y soltura visual a la disposición general.

En la cara posterior o retiro, se presenta la información relativa al proyecto, su naturaleza y alcances. De igual forma que en el afiche único, el contenido fue jerarquizado de acuerdo a un criterio desde lo global a lo específico. En la cara media, se presenta la imagen

central de la comunidad (caracteres tipológicos) interactuando con el slogan, que al igual que en el afiche cumple la función de anclaje respecto de las connotaciones de la imagen central. Se suman a esta configuración, el llamado [www.proyecto micomunidad.cl](http://www.proyecto micomunidad.cl) y el logotipo como soporte emisor del mensaje.

Funcionalmente, la naturaleza tríptica, despliegue visual y distribución de la información de este soporte permiten que actúe a su vez como objeto de merchandising.

### 6.2.3.3 Folleto educativo Descripción Formal / Funcional

El Folleto educativo busca posicionar visual y temáticamente las secciones del portal web. Posee una estructura díptica, y su formato extendido es de 17cms. X 20 cms. Formalmente, se corresponde con el folleto Informativo en su cara anterior (con la salvedad de la imagen reflejada), fortaleciendo así criterios de naturaleza corporativa del programa. En su interior, se dispone la información relativa a las secciones del sitio, la cual va acompañada del ícono respectivo (usado también en el soporte web) lo que busca potenciar el



FOLLETO EDUCATIVO TIRO  
Formato 17 X 51 CMS.



reconocimiento y asimilación de dichos códigos por parte del usuario. Encabeza la información el slogan, acompañado de una breve reseña introductoria. Los caracteres tipológicos cierran la configuración, para de igual forma fortalecer el reconocimiento del patron visual desarrollado para el programa.

Este soporte se ha desarrollado para trabajar en conjunto con el folleto informativo. De esta forma y dadas sus dimensiones, el folleto educativo puede integrarse como elemento adjunto al interior del soporte anteriormente mencionado.

FOLLETO EDUCATIVO TIRO  
Formato 17 X 51 CMS.

### 6.2.3.4 Banners

#### Descripción Formal / Funcional

Se desarrollaron dos banners como herramientas de difusión digital en sitios temáticos ligados a organizaciones sociales, programas de gobierno etc. Desarrollados en formato Flash, estos soportes comunicativos desarrollan de forma breve un llamado básico estructurado principalmente en base al slogan y la marca del proyecto.

En esta línea, la propuesta 1, de formato 60 x 120 píxeles, buscó potenciar las posibilidades connotativas del isotipo, enmarcándolo dentro de un concepto más lúdico y dinámico. Se desarrollan instancias de viaje, de vuelo (mariposa) del elemento, que dan paso al slogan como llamado central y como cierre, definiendo su cualidad de soporte, el isotipo.

En la segunda propuesta, de formato 468 X 60 píxeles, se integran los caracteres tipológicos (personajes) en interacción lógica con el slogan, logotipo e isotipo. En este sentido se establece una concordancia visual y temporal entre la imagen y posterior entrada del código de orden lingüístico. Tal como en los soportes anteriormente señalados, el slogan demarca el aspecto de connotaciones provocadas por la imagen, y la marca da soporte proyectual y entendimiento del mensaje, como organismo emisor.



BANNER  
Formato 468 X 60 píxeles



BANNER  
Formato 120 X 60 píxeles

### 6.3 Implementación Operacional

A continuación se expone el presupuesto del programa global. Cabe mencionar que este ítem no incorpora la implementación de infraestructura técnica, pues como se explicó en la presentación del programa, se prefirió trabajar en base a la realidad de las organizaciones sociales inscritas, las cuales como proyecto particular de su gestión, actualmente se encuentran concursando para la instalación de telecentros en sus respectivas sedes. A su vez, incorpora los ítems correspondiente a:

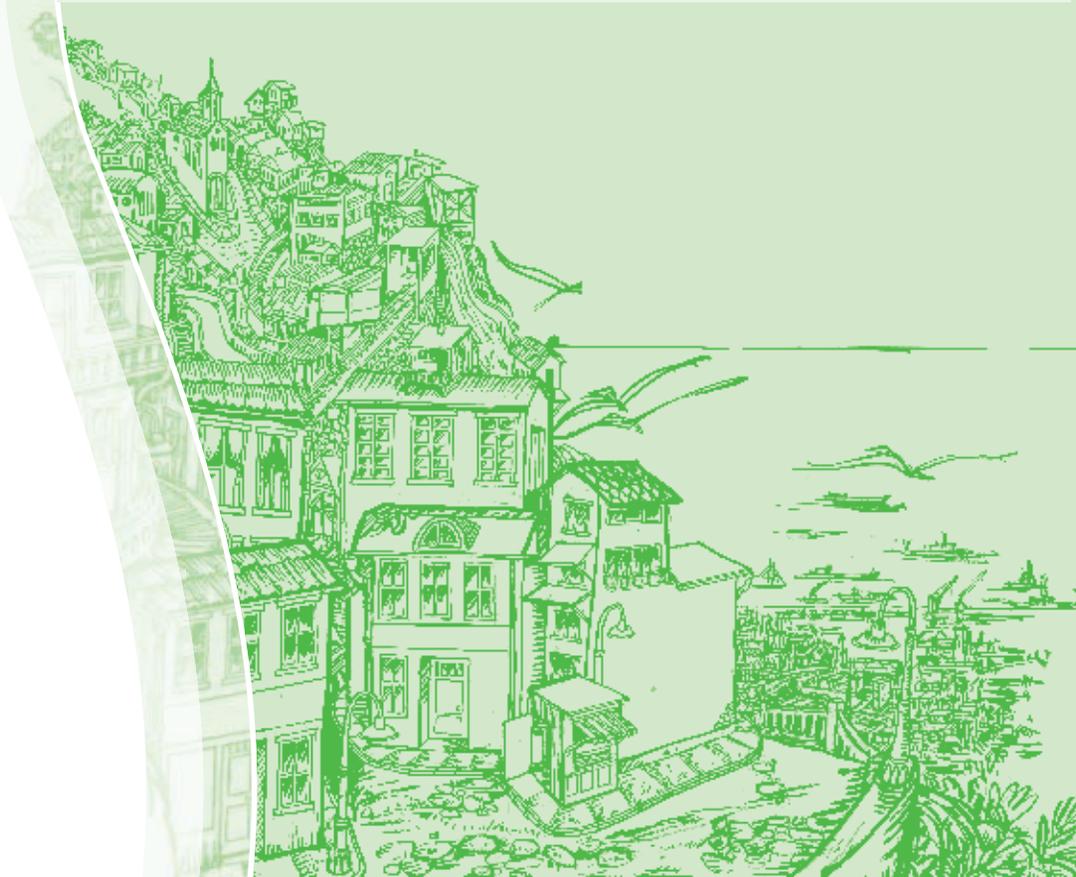
- 1. Gastos operacionales:** costos fijos referidos al funcionamiento de la Unidad de Gestión.
- 2. Infraestructura y Equipamiento:** costos fijos referidos a la implementación e inversión en equipamiento para el trabajo de la Unidad de Gestión.
- 3. Honorarios:** costos referidos a los salarios de los distintos departamentos de la Unidad de Gestión.
- 4. Difusión y Comunicación:** costos ligados al desarrollo de los distintos soportes comunicacionales incorporados al programa.

Las cifras se expresan en correspondencia a una implementación inicial y su proyección anual.



<b>GASTOS OPERACIONALES:</b>	<b>COSTO IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<i>Arriendo de oficina / gastos comunes</i>	300.000	3.600.000
<i>Medios de contacto y comunicacion (teléfono, internet)</i>	130.000	1.560.000
<i>Insumos consumibles (papel, tintas, almacenamiento, etc.)</i>	40.000	480.000
<b>INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO:</b>		
<b>Gastos de Inversion</b>		
<i>Equipamiento Mobiliario</i>	500.000	-
<i>Computadores (x4)</i>	1.800.000	-
<i>Scanner de sobremesa (X2)</i>	170.000	-
<i>Impresoras (x 3)</i>	170.000	-
<i>Cámara Digital (x2)</i>	700.000	-
<i>Softwares especializados</i>	2.500.000	-
<b>HONORARIOS</b>		
<i>Director de Proyecto</i>	700.000	8.400.000
<i>Area apoyo logistico(x2)</i>	800.000	9.600.000
<i>Area creativa y periodistica(X3)</i>	1.350.000	16.200.000
<b>COMUNICACIÓN y DIFUSIÓN</b>		
<b>Soporte Web</b>		
<i>WebHosting (trimestral_Virtuabyte/ Reseller 1500)</i>	78.000	312.000
<i>Dominio (cada 2 años_Nic Chile)</i>	20.000	20.000
<i>Soporte y Programación (triimestral)</i>	80.000	320.000
<b>Comunicación Impresa</b>		
<i>Producción Revista (X3000)</i>	700.000	8.400.000
<i>Producción Afiches (x 1000)</i>	416.000	-
<i>Producción Folleto Informativo (x1000)</i>	365.000	-
<i>Producción Folleto Educativo (x1000)</i>	365.000	-
<b>TOTAL</b>	<b>11.184.000</b>	<b>48.892.000</b>

capítulo VII Conclusiones



## c a p í t u l o V I I

## C o n c l u s i o n e s

El interés que ha despertado la asociatividad en los últimos años descansa sobre el siguiente supuesto: ella potencia no sólo las capacidades de las personas involucradas, sino que además puede ejercer funciones de coordinación antes cumplidas por el Estado. Por sobre todo, la asociatividad podría representar la base social requerida para el buen funcionamiento de las instituciones económicas y políticas. De aquí se originan las interrogantes relativas al uso de Internet y estrategias de participación. Las nuevas formas de ciudadanía, de identidad cultural y política, las reivindicaciones étnicas y medioambientales, encuentran un espacio en Internet para comunicarse y constituirse en una comunidad de intereses ajena a los límites de espacio y tiempo. Entonces, Internet y la acción de redes o comunidades electrónicas, pueden constituirse en un factor pedagógico para asumir formas de socializar con base en la tecnología.

Por otro lado, los instrumentos son usos sociales, y se los debe mirar desde el punto de vista de las relaciones, conductas y prácticas que eventualmente podrían permitir que el soporte tecnológico, sea más democrático y extensivo socialmente.

En Internet, se reemplaza el "cara a cara" por la cercanía valórica y temática que se vislumbra como coincidencia en opiniones y conductas respecto de la promesa del encuentro o de las comunidades solicitadas. Desde una mirada positiva, la base tecnológica de Internet ayuda a ampliar el espacio social. Los problemas locales encuentran resonancia en otros espacios locales, emergiendo una solución donde se entrecruzan experiencias, y conocimientos que se comunican y aluden a comunidades distantes y descentralizadas. Se generan niveles de cooperación más allá de los espacios físicos donde existen los individuos y la comunidad. Este elemento puede reducir la brecha entre los países

desarrollados y los subdesarrollados; puede además significar nuevas formas de inclusión y exclusión, nuevos territorios de poder y nuevas formas de presentar la pobreza.

En el futuro habría que evaluar las políticas sociales en miras de su impacto sobre el capital social. En esta perspectiva, cabe un papel primordial a las políticas gubernamentales. Corresponde a ellas crear condiciones favorables para la trama social, fomentar la articulación de los actores locales e incentivar flujos de comunicación ágiles entre los ámbitos local, regional y nacional. Este es el camino mediante el cual otros países han logrado “filtrar” y procesar las tendencias de nuestra época. Lo que se necesita hoy en día es una nueva arquitectura de gobierno, capaz de aprovechar los efectos favorables de la globalización e individualización y contrarrestar sus consecuencias nocivas.

Permitir el acceso o aumentar la cobertura que el uso del instrumento computacional tiene no es el único tema; también los sentidos sociales y culturales acompañan esta acción cuantitativa.

Desde esta perspectiva, el rol del diseñador profesional, como comunicador social, revierte de gran importancia. Internet, como medio o soporte comunicacional nos otorga un sinnúmero de posibilidades y así también responsabilidades. Los cambios tecnológicos en cuanto a las herramientas de diseño ligadas al tema crecen y evolucionan día a día, a veces, incluso más rápido que nuestra capacidad de asimilarlas. Ahora bien, tal como esta última premisa plantea, el problema es que en la gran mayoría de los casos, la técnica evoluciona mucho más rápido de como lo hace nuestra mente y códigos. He ahí nuestro rol. Nuestra evolución profesional ha querido que pasemos de controlar el rapidograph al mouse, de la mesa de luz al computador. Estos cambios de enfoque profesional perfilan nuestro quehacer hacia la creación de nexos comunicativos. Hoy, en días que nuestro país siembra las bases de nuestro futuro a nivel de alfabetización digital, un amplio y fértil campo se nos presenta, más allá de nuestra capacidad como profesionales, sino como personas íntegras.

1. Sánchez, Alipio en: "Psicología Comunitaria: bases conceptuales y métodos de intervención" Barcelona. Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. 1998.
2. Ibid.,
3. Ibid.,
4. Ibid.,
5. Ibid.,
6. Hiram Quiroga, Santiago Quevedo y Eduardo Chiriboga, Hacia el cambio mediante la Autogestión. Pág.7
7. Ministerio de Planificación y Cooperación: "Participación Social a Nivel Local"; 1996: p.16
8. En Galaz, E.; Pistacchio, E.; Rammsy; C., 1994
9. Socióloga de CEPAL, En "Seminario sobre Participación y Desarrollo Local: Repensando la Participación Social"; 1996
10. Artur Serra, "tres claves para entender el fenómeno de internet", en www.Enredando.com
11. Entendiendo política como de espacio de interacción y participación social de los individuos en pos de la toma de decisiones estratégicas y de desarrollo.
12. En [Http://www.ec.upc.es/homes/artur/](http://www.ec.upc.es/homes/artur/)
13. Thierry Leterre, "Internet y nuestra sociedad", en [www.enredando.com](http://www.enredando.com)
14. Ibid.,
15. [www.enredando.com/cas/cgi](http://www.enredando.com/cas/cgi)
16. Fuente PNUD 2000
17. Del cuál me referiré posteriormente el "éxito de las aspiraciones colectivas"
18. Fuente PNUD 2000
19. Ibid.,
20. En Asociatividad y Capital Social, Pg. 60
21. Tecnologías de Información y Comunicaciones
22. En Internet en Chile: Oportunidad para la participación ciudadana. Pg. 9
23. Tecnologías de información y comunicaciones.
24. Fuente PNUD 2000

- Aylwin, Patricio. Conferencia “Revolución cultural en Chile”, Mensaje del 21 de mayo de 1991.
- CASEN, Informe “Programas Sociales: su impacto e los hogares Chilenos”. 1990.
- Estudios ILPES / UNICEF, “Aspectos Metodológicos de las políticas de Desarrollo Social”. 1988.
- Fundación Nacional para la superación de la pobreza; Centro de Análisis de Políticas Públicas Universidad de Chile, Informe “Caminos de innovación en ciudadanía: programa Ciudadanía y Gestión local, un estímulo a la innovación”. Santiago, 1999-2000.
- Gobierno regional de la V Región, Informe “Estrategia Regional de Desarrollo”. 1996.
- Godoy, W.; Díaz, M<sup>a</sup> Luisa. “Participación Comunitaria y Educación: Diagnóstico Comunitario”. 1997.
- Ilustre Municipalidad de Valparaíso, Informe “Plan de Desarrollo Comunal de Valparaíso”. Valparaíso, 1998.
- Informe de Desarrollo Humano en Chile, PNUD, “Más Sociedad para Gobernar el futuro”, Marzo 2000.
- Ministerio de Planificación y Cooperación. “Participación de la Comunidad en el Desarrollo Social: logros y proyecciones”, MIDEPLAN, Santiago, 1996.
- Ministerio de Planificación y Cooperación, “Balance Económico y Social”. Santiago, 1990-1991.
- Ministerio Secretaría General de Gobierno, División Organizaciones Sociales, “Organizaciones Chilenas Emergentes: palabras y gestos nuevos en la Sociedad Chilena”. Santiago, 1995.
- Nájera, E. “Notas sobre Participación y sector popular urbano”. 1991.

- Orrego, Claudio. "Internet en Chile: Oportunidad para la participación Ciudadana" PNUD, Santiago, 2002.
- Pérez, Alvarez, C. & Valenzuela, L. "Participación Social: una visión desde la cognición social". 1999.
- Pistacchio, E.; Galaz, E. "Modernización y Participación Social: De la transición a los nuevos tiempos". 1994.
- Rivera, Any. Seminario "Sobre Participación y Desarrollo Vecinal: intervenciones y conclusiones". Santiago, 1996.
- Sanchez, Alipio. "Psicología Comunitaria: Bases conceptuales y Métodos de Intervención. Barcelona. Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A. 1998. (407 pp).
- Serra, Artur. "Redes Ciudadanas: Construyendo nuevas Sociedades de la era digital", Barcelona, Global CN, 2000.
- Serra, Artur. "Tres claves para entender el fenómeno de Internet, ver en [www.enredando.com](http://www.enredando.com)
- Silva, M<sup>a</sup> Paz. "De la Conexión a la apropiación; proyecto Telecentros, Ciudadanía y gestión municipal en México". 2000. "Telecentros, lecciones desde México". 1999.
- Suárez, M<sup>a</sup> Cristina. "Gestión Social en la Comunidad: guía de estudio y análisis". 1995.
- Taller Rukán, Seminario "Participación y Desarrollo Vecinal: Intervenciones y Conclusiones". Valparaíso, 1992.
- Unión Comunal de Juntas de vecinos de Valparaíso, Informe "Mapa Organizativo de Juntas de Vecinos". Valparaíso, 2000.