



Periódico comunitario mi buen vecino: urbanización Santa Lucía en
Cartagena de Indias

Padilla Martínez, Humberto
Palencia Martínez, Henry
Carballo Salgado, Lewis

Rodríguez Mercado, Humberto
Asesor

Universidad Tecnológica De Bolívar
Comunicación Social
Cartagena de Indias
2007

INTRODUCCIÓN

Cada día vemos una sociedad conformista, apática e incrédula a los procesos de participación ciudadana. La corrupción y los modelos actuales de los líderes cívicos han creado una barrera que impide creer en todo discurso que involucre el bien común.

En un país en vía de desarrollo como el nuestro y en una ciudad tan pobre como Cartagena, es necesario plantear nuevos retos que descubran las verdaderas necesidades de la comunidad y propongan soluciones viables, que muestren resultados donde el principal actor sea ella.

Es por eso la preocupación de unos estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, quienes en una clase de comunicación participativa, propusieron crear estrategias que lograrán un cambio de actitud y empoderamiento en un grupo de habitantes de la comunidad de Santa Lucía. Urbanización, que ante los acercamientos fallidos de las anteriores administraciones de la Junta de Acción Comunal y el desequilibrio organizacional de este ente han causado un distanciamiento de la relación comunidad – autoridad civil – participación, desde el punto de vista de su rol como actor social colectivo.

Esto motivó a crear un proyecto de participación ciudadana que permitiera incentivar el cambio de actitud y como consecuencia de esto la integración y participación a través de una herramienta comunicativa.

Por lo tanto el equipo investigador trabajó en la consecución de un proyecto de participación comunitaria donde sus habitantes construyeran, diseñaran, seleccionaran y validaran un medio alternativo que les permitiera rescatar los canales de comunicación, motivar a toda la comunidad a trabajar, y generar movilización hacia la participación y el empoderamiento por su urbanización.

Haciendo un trabajo de campo sobre la situación social de esta urbanización desde varios puntos de vistas: económicos, políticos, culturales y educativos, se identificó el problema principal y las necesidades más urgentes. Luego con base en la información se llegó a la conclusión que existía una ruptura entre el ente local que los gobierna y la colectividad barrial. Por esto se creó un medio de comunicación social con un objetivo claro de visibilización e información de gestión que sea visualmente atractivo y este en capacidad de despertar interés dentro de la comunidad y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y al desarrollo social.

Esta experiencia debe servir como un proyecto piloto que a partir del mismo otras comunidades empiecen a construir medios alternativos con el propósito de crear una red en Cartagena para generar identidad y sentido de pertenencia por la ciudad.

1. COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO

“La participación ciudadana ha sido durante muchos tiempo temida y por tanto se ha buscado mediatizarla, manipularla y desorganizarla. Muchas veces se le ha reprimido y no se ha reconocido la importancia de su presencia y la riqueza que encierra”¹. Este postulado demuestra la forma como se ha visto a la participación ciudadana a través del tiempo.

En el lado opuesto encontramos a la crítica de la ciudadanía que no siempre está bien dirigida; debido a que desconoce los canales apropiados para manifestarla y a veces es más negativa que positiva.

“Es casi un lugar común decir que el gobierno es la instancia privilegiada de participación ciudadana, por su arraigo y cercanía con la comunidad. A nivel gubernamental se han establecidos instancias de participación que, en muchos casos, quedan sólo en el papel. En algunos caso en los que si operan, se caen en el extremo opuesto buscando una participación obligada que es exigida por las autoridades como una forma de legitimar su actuar gubernamental, lograr consensos y evitar conflictos”².

Esta forma de participación implica claros riesgos sociales³: reduce el peso real de las organizaciones sociales, abre formas de participación aisladas de procesos nacionales y/o sectoriales, propicia acciones locales e inmediáticas y condena a las organizaciones a legitimar y sostener situaciones no sólo no deseadas, sino contrarias a sus propios interés.

Colombia, tiene establecido un sistema de democracia, participativa y pluralista, desde esta óptica la participación implica el reconocimiento constitucional y legal que los fines del Estado se cumplen entre otros a través de la participación de todos los ciudadanos en las decisiones de la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación.

De aquí que se entiende que participar es hacer el ejercicio legítimo como ciudadanos de nuestro deber de construir nuestro propósito como nación y ejercer el control y vigilancia de la gestión pública.

¹ Conde Bonfil Carola, Participación ciudadana municipal, www.cmq.edu.mx.

² IBID

³ Herraste Maria Luisa, Participación ciudadana y poder local, podenca presentada al XVI Encuentro de la Red Nacional de Investigación Urbana, Mazatlán, Sin., 18-19 de mayo de 1995, p.2

Pero aquí no acaba todo, el objeto de la participación es promover la eficiencia en la gestión pública, el cumplimiento de los fines de las entidades que hacen parte del Estado, orientación de la gestión a la obtención de resultados conforme a las necesidades sociales, establecimiento de esquemas de responsabilidad, rendición de cuentas y desmonte de la cultura de corrupción.

Preguntar por lo público es un derecho legítimo inherente a nuestra condición de ciudadanos, que debe ser interiorizado de tal manera que lo incorporemos a nuestra cultura, para que sea ejercido con la espontaneidad y desprevenimiento de aquel que pregunta por lo que le es suyo, el patrimonio público.

La intervención de la sociedad civil en demanda de mayores espacios de opinión y acción pública conduce a acuerdos e instituciones más representativas. El desarrollo democrático al que aspiramos comprende la participación social organizada de los ciudadanos como un aspecto fundamental en la toma de decisiones. La sociedad y sus organizaciones deben tomar parte en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas públicas.

La sociedad está constituida por grupos de personas que actúan recíprocamente, que tienen actividades que se centran alrededor de una serie de objetivos comunes, que comparten creencias, actitudes y conductas colectivas: Cuando se pertenece a grupos organizados con intereses afines, la relación personal es más directa y existen mayores oportunidades de establecer vínculos estrechos y definitivos que logran un beneficio común.

De ahí la importancia de promover y organizar a la población para fortalecer nuestro sistema democrático, como elemento fundamental e indispensable en la administración. Con la participación social se establece una relación más estrecha entre los vecinos y las autoridades municipales para que la solución de las demandas y necesidades sean acordes a la realidad social, logrando así, un gran ahorro en recursos financieros, humanos y materiales.

Con su colaboración, la comunidad se hace responsable de su propio desarrollo y se origina una nueva actitud ante las autoridades, al no esperar a que éstas atiendan sus problemas, sino que la población mediante su participación colectiva procure resolver aquéllos que están dentro de sus posibilidades, tratando en todo caso de asegurar el bienestar general.

Por ejemplo, en México la participación social y comunitaria ha encontrado siempre una expresión continua de trabajo solidario y comprometido; en las localidades se mantiene una rica tradición de las labores en grupo cuyo beneficio es para la comunidad.

Por esto la participación social y comunitaria debe ser considerada dentro de las políticas públicas de gobierno como la forma más viable para responder a las necesidades, por lo que las autoridades municipales deben tomar en cuenta que compartir el poder con los ciudadanos no es perderlo sino ganar en gobernabilidad, lo que garantiza el desarrollo integral de la ciudad, municipio o país.

La participación ciudadana genera consensos, elabora propuestas y contribuye en la toma de decisiones para alcanzar el bienestar social, Para que esta se promueva y cree las condiciones para su pleno desarrollo, es indispensable que las autoridades gubernamentales estén en contacto con los grupos comunitarios, que exista un intercambio de ideas y experiencias, ya que los círculos participativos representan una importante fuente, innovadora y creativa, en la estructura social; que aportan soluciones a los asuntos que atañen a su localidad, debido a que el espacio de lo público ha dejado de ser un espacio del gobierno para ser un espacio de todos.

En este punto es bueno precisar que la comunidad posee un sin número de mecanismos de participación que facilitan la actuación directa de los ciudadanos en las decisiones y actividades de las ramas del poder público, el Constituyente estableció siete mecanismos de participación ciudadana, los cuales fueron reglamentados por la Ley 134 de 1994, declarada exequible por la Corte Constitucional mediante la sentencia C-180 del mismo año, en los cuales encontramos los siguientes: Voto popular, Revocatoria de Mandato, Iniciativa Popular Legislativa y Normativa, Consulta Popular, Cabildo Abierto, referendo, revocación de cargos electos.

Todos y cada uno de estos mecanismos se convierten en un abanico de posibilidades para que los ciudadanos participen y se sientan tenidos en cuenta en cada una de las decisiones que se tomen en los poderes institucionales.

Pero ¿Cómo podríamos entender el papel de los ciudadanos en la participación y la democracia de hoy?

Chantal Mouffe⁴, propone que cambiemos el significado del término ciudadanía y ciudadanos. Su propuesta es que ciudadanía no sea un término formal y legal, sino que sea determinado por la experiencia, debido a que el ciudadano es un sujeto político no porque se le ha definido como tal, en abstracto, como un ente flotando en el universo, con sus derechos, sus privilegios y deberes, sino como una persona cuya existencia está localizada en un lugar sobre la tierra, un lugar específico.

⁴ Político, feminista, francesa.

El ciudadano existe en interacción con una serie de relaciones fuertemente ancladas en ese mismo lugar: relaciones con sus familiares, amigos, vecinos, sitio de trabajo, iglesia. Es de estas relaciones de dónde cada uno de nosotros extrae (o no) porciones de poder, poder simbólico, poder material, poder psicológico; y estos poderes, cada uno con su textura diferente, son la materia prima de la democracia. Estas porciones de poder son lo que le permite a las personas jalonar su comunidad social y su entorno natural hacia la visión de futuro que tienen en mente. Entonces para Mouffe el ciudadano, o la ciudadana es la persona que cada día genera poder en medio de sus relaciones cotidianas, y usa este poder para ir transformando su comunidad poco a poco, para ir haciendo que su comunidad se parezca más y más a su visión de futuro, a la utopía.

Todo lo anterior lo podemos observar desde la óptica de la comunicación para el desarrollo, a esta se la ha tomado a partir de la teoría clásica de la comunicación lineal –EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR- con sofisticaciones como el marketing social, eficaz como herramienta aleccionadora de nuevas prácticas o para la transferencia tecnológica para encaminar a las comunidades “atrasadas” hacia la modernidad siendo necesario para ello, el cambio de comportamiento de sus pobladores; o para el posicionamiento y buena imagen de las instituciones financiadoras; o para resolver conflictos que los propios proyectos enfrentaban ante la resistencia de los actores sociales a quienes se dirigían, vistos siempre como “beneficiarios”.⁵

Y es que la comunicación, como muchos autores lo afirman, ha sido marginada de los planes, programas, proyectos y políticas de desarrollo o ha sido entendida y demandada desde una mirada reduccionista y desperdiciadora como una mera acción de difusión, de diseminación de información y en esa misma línea se le ha asignado recursos para su funcionamiento. Esto ha desembocado no sólo en resultados accesorios, sino en desencanto y desvalorización de la comunicación en su carácter estratégico.

Además, el conocimiento y la información son factores esenciales para que las personas puedan sacar provecho de las oportunidades y desafíos que plantean los cambios sociales, económicos y tecnológicos, pero para que sean útiles el conocimiento y la información, deben ser comunicados eficazmente a las personas.

⁵ Cortez Leila. Comunicación y desarrollo desde la diversidad humana - http://www.fisec-estrategias.com.ar/2/fec_02_pon_cortez.pdf

La comunicación para el desarrollo abarca muchos medios y enfoques diferentes, como medios de difusión populares y agrupaciones sociales tradicionales, radios y prensas rurales para el desarrollo comunitario, videos y módulos multimediales⁶.

Siguiendo esta misma línea, la comunicación relacionada al desarrollo es medio y fin, aspecto y estrategia global, y está comprometida con modelos y proyectos, macro o microsociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos (Alfaro, 1993: 11)⁷

La relación desarrollo - comunicación supone una voluntad de búsqueda de cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y en los individuos, uniendo los mundos colectivos con los individuales y los objetivos con los subjetivos. La comunicación articulada al desarrollo, es una vocación por el cambio y el progreso, por el bienestar y la calidad de vida, por las organizaciones y la esperanza, por el servicio público y la democracia. En definitiva, la comunicación en su relación con el desarrollo contiene una dimensión política y cultural que se explica en el tipo de sociedad que se quiere construir.

Las experiencias de comunicación y desarrollo según Luís Ramiro Beltrán, están clasificadas en: Comunicación de Desarrollo, Comunicación de Apoyo al Desarrollo, Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático (1995: 1).y Comunicación-desarrollo o Comunicación con desarrollo.

La Comunicación de Desarrollo, la podemos entender como un proceso de incorporación de los países en desarrollo dentro del sistema comunicativo mundial para la difusión de la tecnología industrial, las instituciones sociales modernas y el modelo de sociedad de libre mercado (Mattelart, 1987: 178), donde el creciente flujo de información sería un elemento importante para configurar un sentimiento nacionalista a favor del desarrollo (Schramm, 1967: 66-67, en Benavides, et. al, 1998), y los medios de comunicación de masas ocupan un lugar central, en la medida que se entienden como un subsistema clave para generar el cambio social (Rogers y Shoemaker, 1974: 8), mediante la persuasión, educación y aculturación no conflictiva de la población expuesta a mensajes exaltadores del progreso, movilidad social, realización personal, innovaciones, alfabetización y consumismo.

Por su parte la Comunicación de Apoyo al Desarrollo, se ve como la noción de que la comunicación planificada y organizada -sea o no masiva- es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo (Beltrán, 1995: 1), en campos tan diversos como la salud,

⁶ http://www.fao.org/sd/kn1_es.htm

⁷ Contreras Baspineiro Adalid. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18acontreras.html>

la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, las situaciones de desastre, etc.

Siguiendo estos mismo lineamientos encontramos la Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático, esta muestra la noción que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría (Beltrán, 1995: 1).

Por último la Comunicación-desarrollo o Comunicación con desarrollo, se entiende como el proceso conciente diseñado y construido por los sujetos, se hace en función de un horizonte que se constituye cotidianamente, desde el campo denso, contradictorio y conflictivo de las culturas haciéndose y rehaciéndose en permanente tensión. (Contreras, 1999:23).

La comunicación alternativa sería el nuevo modo en que se traduciría la comunicación para el desarrollo (Benavides, et. al., 1998: 131). Enfoque crítico, de concepción impugnadora y movilizadora, con sentido concientizador y basado en rupturas con toda expresión oficial.

“Se hace comunicación – desarrollo desde un lugar situado, desde el lugar donde se enuncia la palabra, que es el lugar del sujeto” (Contreras, 1999,23), es aquí donde se comenzó a ver a la comunicación como un elemento transformador, donde se posibilitaba a través de su intervención grandes transformaciones sociales, que ayudasen al desarrollo, local, nacional e internacional.

Es en este momento, donde se cambian los pensamientos referentes al poder de la comunicación e irrumpe lo que hoy día llamamos comunicación para el cambio social, esta se convirtió en la evolución de la metodología de la comunicación, que puede contribuir a acelerar el desarrollo global. El proceso se inició en el primer cuarto del Siglo XX, cuando empezaron a utilizarse herramientas de la publicidad para llamar la atención hacia problemas sociales, tales como el hambre y las enfermedades. Esto generó una dependencia de las relaciones públicas como medio para identificar los grupos de interés y de diseñar programas que se ajustaran a los intereses de la audiencia. Más recientemente, el mercadeo social se volvió central.

Entonces ¿Cómo podemos entender el cambio social y la comunicación para el cambio social? La primera la podemos definir “como una alteración apreciable de las estructuras sociales, las consecuencias y manifestaciones de esas estructuras ligadas a las normas, los valores y a los productos de las mismas. Estas

alteraciones consisten en la evolución de las sociedades, desde cambios a gran escala hasta pequeñas variaciones”⁸.

La segunda es entendida “como un proceso de diálogo privado y público, a través del cual las personas deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo”⁹.

Cabe destacar que cuando se practica la comunicación para el cambio social se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Pasar de ver a las personas como objeto del cambio... a los individuos y las comunidades como agentes de su propio cambio.
- Olvidar el diseño, prueba y distribución de mensajes... y contribuir en el apoyo al diálogo y el debate sobre temas claves de interés.
- Dejar de centrarse en los comportamientos individuales... y pasar a centrarse en las normas sociales, las políticas, la cultura y un medio ambiente adecuado.
- No persuadir a la gente a hacer algo... sino debatir sobre la mejor forma de avanzar en un proceso de colaboración.
- Dejar de lado a los expertos de agencias "externas" que dominan y guían el proceso... y otorgarle el papel central a la gente más afectada por el problema que está siendo discutido.

Es de gran importancia el entender la comunicación para el cambio social de esta forma, porque ella implica una reorientación fundamental en el desarrollo. Sobretudo porque se le da al público y a las comunidades la posibilidad de formular sus propias agendas para el desarrollo; cabe recordar que los principios de la comunicación para el cambio social buscan: otorga poder a los individuos y a las comunidades, los involucra en la toma de decisiones que mejoran sus vidas; va de muchos-a-muchos; está basada en ideales democráticos; permite que sean oídas voces que no estaban siendo escuchadas; las comunidades controlan tanto el proceso de comunicación como los contenidos de los mensajes que reciben.

Para lograr las transformaciones no se puede dejar de lado a la cultura, ya que esta va ligada estrechamente al cambio social pues, son dos aspectos correlativos, la sociedad, en cada etapa de su desarrollo, es caracterizada por su cultura y ésta encuba los brotes de la nueva formación económico-social. Cultura y cambio social son dos aspectos estrechamente interrelacionados: la primera avanza junto al movimiento de todas las esferas de la vida social y de esta forma

⁸Cambio social, http://es.wikipedia.org/wiki/Cambio_social

⁹ <http://www.comminit.com/la/cambiosocial/lasc/lasld-634.html>

se va consolidando y convirtiéndose en una fuerza social capaz de producir el cambio que abra pasos a nuevas culturas, por ello se puede decir, que forman una unidad de contrarios: se presuponen y al mismo tiempo se excluyen y el papel activo lo desempeña la cultura. El cambio, si se retrasa, frena el progreso cultural, pero cuando se produce, ocurre el salto revolucionario de lo cultural¹⁰.

El cambio social es producido por distintos agentes, pero entre todos hay uno que en la época moderna se ha vuelto más relevante, los actores sociales, quizás las fuerzas de cambio más potentes de nuestra sociedad¹¹. Muchos autores los ven como una de las fuerzas principales de la historia a través de la cual la sociedad se reconstruye.

Touraine¹² define a un actor social como al "hombre o la mujer que intenta realizar objetivos personales en un entorno constituido por otros actores, entorno que constituye una colectividad de la cual se siente parte y cuya cultura y reglas de funcionamiento institucional hace suyas, aunque sólo sea parcialmente"(Touraine 1997:5).

Consideramos que estos actores sociales se conciben como colectividades o sujetos con intereses, condiciones y características particulares que los identifican como tales, capaces de construir y llevar a cabo en forma conjunta, un proyecto de transformación social para el bienestar de un territorio.

Todo lo anterior lo podemos estudiar y analizar en una sociedad a través de la aplicación de una Investigación Acción Participativa (IAP), esta permite desarrollar un análisis participativo, donde los actores implicados se convierten en los protagonistas del proceso de construcción del conocimiento de la realidad sobre el objeto de estudio, en la detección de problemas y necesidades y en la elaboración de propuestas y soluciones.

Con el fin de detectar esas demandas reales relacionadas con el objeto de estudio y concretarlas en propuestas de acción ajustadas a necesidades sentidas, se desarrolla un proceso de investigación que apunta a la transformación mediante el trabajo con colectivos, asociaciones, grupos de vecinos/as y otros actores sociales con sensibilidades o intereses comunes, lo cual facilita una movilización hacia la implicación ciudadana que favorece la creatividad social en beneficio de toda la comunidad local. El conocimiento de la realidad se construye progresivamente en

¹⁰ http://sepiensa.org.mx/contenidos/2005/ideaDeCambio/ideaC_2.htm

¹¹ http://sepiensa.org.mx/contenidos/2005/ideaDeCambio/ideaC_2.htm

¹² Touraine Alain (1925-) sociólogo francés- Su trabajo se basa en la sociología de "acción". Cree que la sociedad forma su futuro a través de mecanismos estructurales y de sus propias luchas sociales.

un proceso participativo en el cual los actores implicados "tienen la palabra", y de este modo se crean las condiciones que facilitan espacios de reflexión, programación y acción social relacionados con los problemas que plantea el objeto de estudio.

Para crear esas condiciones planteadas anteriormente se aplica un procedimiento de investigación riguroso bajo el enfoque de la denominada Investigación-Acción Participativa (IAP), que propone intervenir de forma integral e integradora en el territorio. Tal procedimiento investigador persigue la elaboración de un conocimiento sobre el objeto de estudio que sea útil socialmente y que permita la implementación de Planes de Acción Integral, donde la participación ciudadana, plena y consciente, sea un eje articulador básico. Por eso se trabaja con grupos humanos, con el fin de transformar su entorno, a partir del conocimiento crítico de la realidad que les rodea y de la puesta en marcha de un conjunto de estrategias y propuestas vertebradoras.

La IAP no ofrece una batería de respuestas y soluciones a los problemas, sino que propicia la conversación y el diálogo como mecanismos para que los sujetos afectados aporten, tras la reflexión, soluciones a sus problemas; Construyendo las respuestas con los distintos actores sociales y ciudadanos del barrio, ciudad, municipio o país, abriendo un gran abanico de posibilidades, pero donde las respuestas, soluciones y propuestas de acción se ajustarán más a la realidad concreta, en la medida en que han sido participadas y compartidas por la ciudadanía en el proceso de investigación-acción.

La IAP es investigación porque esta orientada a un proceso de estudio de la realidad o de aspectos determinados de ella, con rigor científico.

Es acción (asistencialista, o solidaria, o transformadora): en esta investigación hay acción la cual es entendida no solo como el simple actuar, o cualquier tipo de acción, sino como acción que conduce al cambio social estructural; esta acción es llamada por algunos de sus impulsores, praxis (proceso síntesis entre teoría y práctica) , la cual es el resultado de una reflexión - investigación continua sobre la realidad abordada no solo para conocerla, sino para transformarla; en la medida que halla mayor reflexión sobre la realidad, mayor calidad y eficacia transformadora se tendrá en ella.

Y por último es participativa, porque es una investigación - acción realizada participativamente. Aquí la investigación no es solo realizada por los expertos, sino con la participación de la comunidad involucrada en ella; quiere superar la investigación al servicio de unos pocos, propone que la investigación y la ciencia deben estar al servicio de la colectividad; de esta forma los problemas a investigar son definidos, analizados y resueltos por los propios afectados. La participación

acá no es una posibilidad que se da a la comunidad en general, sino hacer realidad el derecho de todos a ser sujetos de historia, o sea sujetos de los procesos específicos que cada grupo va llevando adelante. La meta es que la comunidad vaya siendo la autogestora del proceso, apropiándose de él, y teniendo un control operativo (saber hacer), lógico (entender) y crítico (juzgar) de él.

Además del IAP, otra herramienta interesante y a la vez productiva que sustentan esta práctica social, es El Enfoque Marco Lógico, esta es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su propósito es brindar estructura al proceso de planificación y comunicar información esencial relativa al proyecto. Puede utilizarse en todas las etapas de preparación del proyecto: programación, identificación, orientación, análisis, presentación ante los comités de revisión, ejecución y evaluación, este se modifica y mejora repetidas veces tanto durante la preparación como durante la ejecución del proyecto.

El método fue elaborado originalmente como respuesta a tres problemas comunes en los proyectos:

1. Planificación de proyectos carente de precisión, con objetivos múltiples que no están claramente relacionados con las actividades del proyecto;
2. Proyectos que no se ejecutan exitosamente, y el alcance de la responsabilidad del gerente del proyecto no está claramente definida;
3. No hay una imagen clara de cómo luciría el proyecto si tuviese éxito, y los evaluadores no tienen una base objetiva para comparar lo que se planeó con lo que sucedió en la realidad.

El método del marco lógico encara estos problemas, y provee además una cantidad de ventajas sobre enfoques menos estructurados:

- Aporta una terminología uniforme que facilita la comunicación y que sirve para reducir ambigüedades;
- Aporta un formato para llegar a acuerdos precisos acerca de los objetivos, metas y riesgos;
- Suministra un temario analítico común que pueden utilizar el prestatario, los consultores y el equipo de proyecto para elaborar tanto el proyecto como el informe de proyecto;
- Enfoca el trabajo técnico en los aspectos críticos y puede acortar documentos de proyecto en forma considerable;

- Suministra información para organizar y preparar en forma lógica el plan de ejecución del proyecto;
- Suministra información necesaria para la ejecución, monitoreo y evaluación del proyecto; y
- Proporciona una estructura para expresar, en un solo cuadro, la información más importante sobre un proyecto.

Algunas de las experiencias que reflejan los alcances de este tipo de proyecto de comunicación participativa y de cambio social lo sintetizamos en tres escalas: mundial, latino América y nacional.

La primera experiencia la encontramos en Filipinas, en el proyecto Altavoces Comunitarios¹³, este se basa en la voluntad de apoyar a las comunidades rurales en la utilización de una tecnología de alcance limitado, para mejorar la comunicación comunitaria y avanzar en el desarrollo social. El sistema de comunicación pretende promover la discusión de los problemas locales y movilizar a las comunidades en torno a los derechos de los niños, salud, nutrición, protección de la infancia, educación, ganadería, agricultura, medio ambiente, religión, política, y todo acontecimiento social importante para la comunidad.

Los representantes de esos sectores reciben capacitación en técnicas de radiodifusión comunitaria, para realizar entrevistas, anuncios, guiones, cuñas y programas dramáticos, entre otros formatos. Los sectores involucrados en este proyecto varían de un lugar a otro, pero generalmente incluyen una representación equilibrada de campesinos, mujeres, ancianos, jóvenes, trabajadores de salud, educadores, autoridades locales y líderes.

Este proyecto ha sido muy exitoso debido a que se ha constituido en un motor importante para que la comunidad se halla convertido en un instrumento decisivo en el desarrollo de barangay (Filipinas) debido a que la población adquirió paulatinamente una mayor conciencia sobre las necesidades colectivas y las potenciales soluciones; a través de un programa bien establecido, los problemas más importantes fueron discutidos semana tras semana.

Por otra parte, en latino América, encontramos la experiencia desarrollada en Perú, en el centro de servicios de pedagogía audiovisual para la capacitación (CESPAC)¹⁴, su ideal nació con la idea de capacitar inicialmente por siete meses un primer grupo de 27 personas para que se familiarizaran con todas las etapas y

¹³ GUMUCIO DRAGON ALFONSO. Haciendo olas: Historia de Comunicación para el cambio social. Editorial Plural Editores. 2001. p 119

¹⁴ IBID p 65

destrezas para la producción en videos: investigación, guión, cámara, sonido, edición, producción y difusión.

El proyecto produjo manuales para instructores y participantes, para orientar el proceso de capacitación mediante ejercicios de preguntas y respuestas y actividades prácticas.

Los resultados obtenidos por el programa son notables y muestran el alcance de los logros: 150 peruanos fueron capacitados como productores de video, 200 más aprendieron a utilizar los programas de video en actividades rurales. Se produjeron más de mil videos. Al terminar el proyecto 550.000 campesinos habían sido beneficiados por las sesiones de capacitación de video.

Finalmente en Colombia encontramos la experiencia del periódico Semillas, este es una publicación del Proyecto Pacofor -Desarrollo de la Participación Comunitaria en el Sector Forestal-, en Colombia.

El Proyecto, que se realiza a través de un convenio entre los gobiernos de Colombia y Holanda, la FAO y las Corporaciones Autónomas Regionales de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Tolima, busca contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias campesinas e indígenas de su zona de influencia a través de actividades forestales y agroforestales con participación comunitaria. El proyecto cuenta, en la actualidad, con la participación de cerca de 7.000 habitantes de la zona rural.

El periódico “Semillas” ha permitido participar a todos sus lectores de una gran experiencia en la cual el centro de atracción fue un elemento que abunda en las fincas cafeteras: “La Guasca del plátano”.

Esta se convirtió en la historia de Luz Idalba Ocampo Mejía quien quiso compartir con campesinos, campesinas e indígenas de cuatro departamentos colombianos. Esta campesina del municipio de Pensilvania, ubicado a cerca de 5 horas de la ciudad más cercana en la zona cafetera colombiana, Manizales, encontró en el periódico Semillas una forma de romper distancias; a través de este medio impreso, ella dio a conocer su experiencia en la elaboración de artesanías con la guasca del plátano, un elemento que abunda en las fincas de la región y al que sólo recientemente se le está dando uso, posibilitando así la obtención de ingresos, especialmente por parte de las mujeres.

Semillas se publicó por primera vez en el año 2000 y desde entonces la difusión de experiencias que los habitantes de las zonas rurales consideran exitosas, como

la de la guasca de plátano, es uno de los temas sobre los que los corresponsales, hombres y mujeres, campesinos e indígenas escriben con mayor frecuencia.

El periódico partió de la base de que es necesario indagar sobre las necesidades reales de expresión y de información de las comunidades con las que trabaja el proyecto Pacofofor –Por esta razón, se decidió no publicar secciones fijas, sino esperar los materiales de los corresponsales y otros voluntarios para establecer cuáles son las secciones que se publicarán en cada edición.

2. OBJETIVO GENERAL

Fomentar la participación ciudadana entre los habitantes de la urbanización Santa Lucia a través del diseño e implementación de un medio de comunicación alternativo.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reactivar las organizaciones de base de la urbanización Santa Lucía.
- Visibilizar a los habitantes de la urbanización Santa Lucía
- Establecer una red social de medios de comunicación alternativos en Cartagena de Indias.

4. ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN

La fundación de la Urbanización Santa Lucía se remonta al 13 de diciembre de 1973. Ésta urbanización se encuentra ubicada en la Unidad Comunal de Gobierno Urbano No. 13, Localidad No. 3, Industrial de la Bahía, limita al norte con la Transversal No. 54, (carretera de la Cordialidad) y Urbanización de los Alpes. Al sur con la Carrera 71, Colegio Biffi. Al este con la Diagonal 31 (Carretera Troncal de Occidente o Avenida Pedro de Heredia) y la Urbanización San Pedro. Y al oeste con la antigua vía de San Sebastián de Ternera y el Barrio Anita.

La ubicación de la Urbanización de Santa Lucía es privilegiada, debido a que geográficamente se encuentra en el vértice de las dos principales vías de acceso a la ciudad de Cartagena y por uno de sus lados pasa la antigua vía de San Sebastián de Ternera. Su posición ha contribuido en un alto porcentaje al crecimiento de la comercialización en sus alrededores.

Su población es de clase media (estrato 4), situación económicamente definida, profesionales en su mayoría, empleados en un alto porcentaje, el resto de la población son pensionados e independientes.

En términos generales no hay problemas de tipo social, en lo que respecta a salud y educación están cubiertos de una u otra manera, así: en salud su cobertura es amplia porque depende de las empresas donde son vinculados, el resto lo cubren las afiliaciones independientes al sistema de seguridad social en salud o a medicina prepagada en algunos casos. En educación prácticamente está cubierta en casi un ciento por ciento (100%), por las consideraciones anotadas anteriormente. Sus habitantes están integrados aproximadamente por cinco (5) miembros en cada casa o apartamento, componiendo un total de 220 unidades de viviendas.

Santa Lucía es un barrio netamente residencial, registrado como residencial tipo c, su uso del suelo está destinado, principalmente a la vivienda familiar compatible con ciertos comercios, en la actualidad en los alrededores de ésta podemos encontrar innumerables negocios tales como:

- Tiendas: Tienda Don J, Tienda la Muñe, Supertienda La Cordialidad, Tienda y Asadero Buena Vista.
- Supermercados: Carulla Vivero S.A.

- Almacén de zapatos: Calzado CECI, Bra Estilos
- Almacén de electrodomésticos: Disnar, Araujo
- Restaurantes: La Bonguita, Restaurante Costa China
- Compraventas: El Acuario, Santa Lucía
- Ópticas: Centro Óptico Buena Vista
- Laboratorios clínicos: Fernández, La Castellana, Santa Lucía
- Instituciones de salud: UMD, CENDHA, Naturizza, Zodes Bolivar-Saludables UT. A.R.S. y Barrios Unidos de Quibdo
- Bancos y Corporaciones: Bancolombia, Davivienda
- Instituciones Educativas: Citucar, Itec
- Instituciones Oficiales: Bienestar Familiar, Estación de Bomberos
- Farmacias: Drogas La Economía
- Spa: Divannis Mendoza spa

4.1. Proceso de Participación en Santa Lucía

A mediados de los años 80s, la **Junta Promejoras**, un organismo conformado por un grupo de vecinos, vieron la necesidad de integrarse para realizar actividades de recreación, construyendo gracias a estos eventos el parque central, después de esto, ésta asociación de vecinos fue desplazada por la Junta de Acción Comunal (JAC), un organismo elegido democráticamente e instituido por las leyes colombianas, Ley 743 de 2002, que tiene como función velar por el bien común de su sector.

A partir de este momento, los procesos de este nuevo organismo han sido distintos, donde se han alcanzados logros significativos para la comunidad, pero también desaciertos que han sumado más y que han generado desconfianza, donde las expectativas generadas por esta institución a la comunidad en muchas ocasiones se han en simples expectativas, creando una barrera notoria ante cualquier proyecto de participación ciudadana, hecho que fue palpable en las primeras reuniones, pero que se fueron rompiendo poco a poco debidos a las estrategias utilizadas en el proceso.

Se encontró en las distintas reuniones una comunidad fragmentada, dividida, lo que complicaba cualquier intento de participación colectiva, los miembros de la comunidad en general se sentían viviendo en una isla aparte, debido a la falta de

comunicación y de participación ciudadana que existe entre estos y la Junta de Acción Comunal.

Este distanciamiento generó una barrera que impidió que los vecinos interviniesen en los procesos comunitarios que se han querido emprender en la urbanización, lo que ha ocasionado que los planes de trabajo quedasen a mitad del proceso, llegando a un desconocimiento general entre los vecinos y el monopolio del liderazgo.

5. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

5.1. Diagnóstico de la comunidad

En todo barrio de la ciudad de Cartagena, existe una figura representativa de la comunidad, elegida democráticamente y a la que conocemos con el nombre de Junta de Acción Comunal (JAC), cuya labor primordial es velar por el bien común de su sector.

En teoría todos lo conocemos, pero en los distintos barrios de la ciudad, ésta figura no parece representar los intereses de todos o de una gran parte de sus habitantes, para no caer en generalizaciones. Este caso no es nada ajeno a la Urbanización Santa Lucía donde esta organización barrial se encuentra fragmentada, creando una división indirecta entre sus diferentes manzanas convirtiéndolas en isla.

Descontento que se generó no por el mal manejo de la junta sino, por la falta de comunicación; que se reflejó en el desconocimiento de la comunidad de los proyectos y actos realizados por este organismo. Problema que llevó a que se desarrollará desconfianza, mermando así la capacidad de participación en pro del desarrollo de su urbanización.

La ausencia de una autoridad cívica, como lo fue el anterior presidente de la Junta de Acción Comunal (Mauricio Eljach) y otros miembros de la misma generó una ruptura de este organismo dejando huérfanos a una comunidad que ya se había acostumbrado a no tener representantes de su urbanización.

Con la intención de impulsar la participación en este grupo de vecinos y detectando esta problemática, se decidió convocar a una reunión contando con la colaboración de unos pocos vecinos de este sector.

El método utilizado fue el de puerta a puerta, donde se hizo entrega de circulares para convocar a una reunión con los vecinos de las manzanas A, B, B1, B2, B3, J y edificios, haciendo un énfasis: trabajar en conjunto en beneficio de la comunidad, en olvidar el pasado y concentrarse en el presente, pensando en el futuro y que cada miembro de la comunidad tiene una herramienta valiosa, su voz.

Teniendo como referencia los distintos ejemplos de participación ciudadana, donde “el grin”¹⁵ espacio de encuentro donde se deliberaba el futuro de una

comunidad, se decidió escoger como espacio de deliberación, la cancha múltiple, aquí se realizó la primera reunión el jueves 31 de agosto de 2006 a las 7:00p.m, donde la asistencia fue satisfactoria, 17 fueron los primeros en aceptar el llamado a la construcción de este proyecto, sin mencionar aquellos que llegaron tarde, pero que decidieron dejar su voz y voto en esta reunión.

Al iniciar la reunión se socializó el proyecto, teniendo en cuenta que el papel desempeñado por ellos era de actores principales y ejecutivos del proyecto y que el papel del comunicador social, era de facilitador. Teniendo en cuentas las barreras que existían en esta comunidad se insistió que la aplicación y culminación de este propósito dependía de su unión y participación.

Para que exista precisamente estas dos últimas variables mencionadas anteriormente, se utilizaron dinámicas para romper el hielo, donde el objetivo principal era crear un ambiente favorable de trabajo que llevará a la gente a interactuar entre sí, además se llevaron a cabo dinámicas de reflexión y de trabajo en grupo, para lograr esa unión y participación de los asistentes a las reuniones; dichas dinámicas condujeron a identificar líderes de la misma comunidad.

Seguido de esto, se les hizo entrega de unas hojas en la que cada uno desde su experiencia, planteaban cuales eran los problemas de su comunidad, luego se realizó una enumeración aleatoria para dividirlos en 3 grupos, cabe anotar que cuando se les mencionó la división, su actitud fue positiva y sorprendente.

Cada grupo tuvo un guía asesor quien se encargaba de despejar las dudas que se iban presentando y vigilar que la dinámica de trabajo se llevara correctamente.

En el grupo No 1, con la asesoría de Lewis Carballo se escogieron los siguientes temas: inseguridad y falta de identidad, participación y ausencia comunicativa entre los habitantes de la Urbanización Santa Lucía y sus organizaciones de base. En este grupo se notó la receptividad de las ideas expuestas por cada uno de los miembros del equipo.

En el grupo No 2, con la asesoría de Humberto Padilla se escogieron: inseguridad y Falta de identidad, participación y ausencia comunicativa entre los habitantes de la Urbanización Santa Lucía y sus organizaciones de base, en este grupo también la receptividad y valoración del otro jugó un papel crucial.

¹⁵ Espacios de encuentro públicos creados por el pueblo en costa de marfil con el fin de deliberar la palabra y hacer escuchar su voz. Raol German Blé El concepto de espacio publico. Un punto de vista africano en torno al "grin" costa de marfil Revista académica de la federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social FELAFACS, Diálogos de Comunicación, No 69, 2004.

En el grupo No 3, con la asesoría de Henry Palencia se seleccionaron: inseguridad y auge de la circulación y estacionamiento de volquetas que invaden y contaminan visual y ambientalmente el sector, aquí la dinámica estuvo en ocasiones entorpecida, por esa misma desconfianza en la JAC y por el afán de justificación de unos de los miembros por el no respaldo de la comunidad.

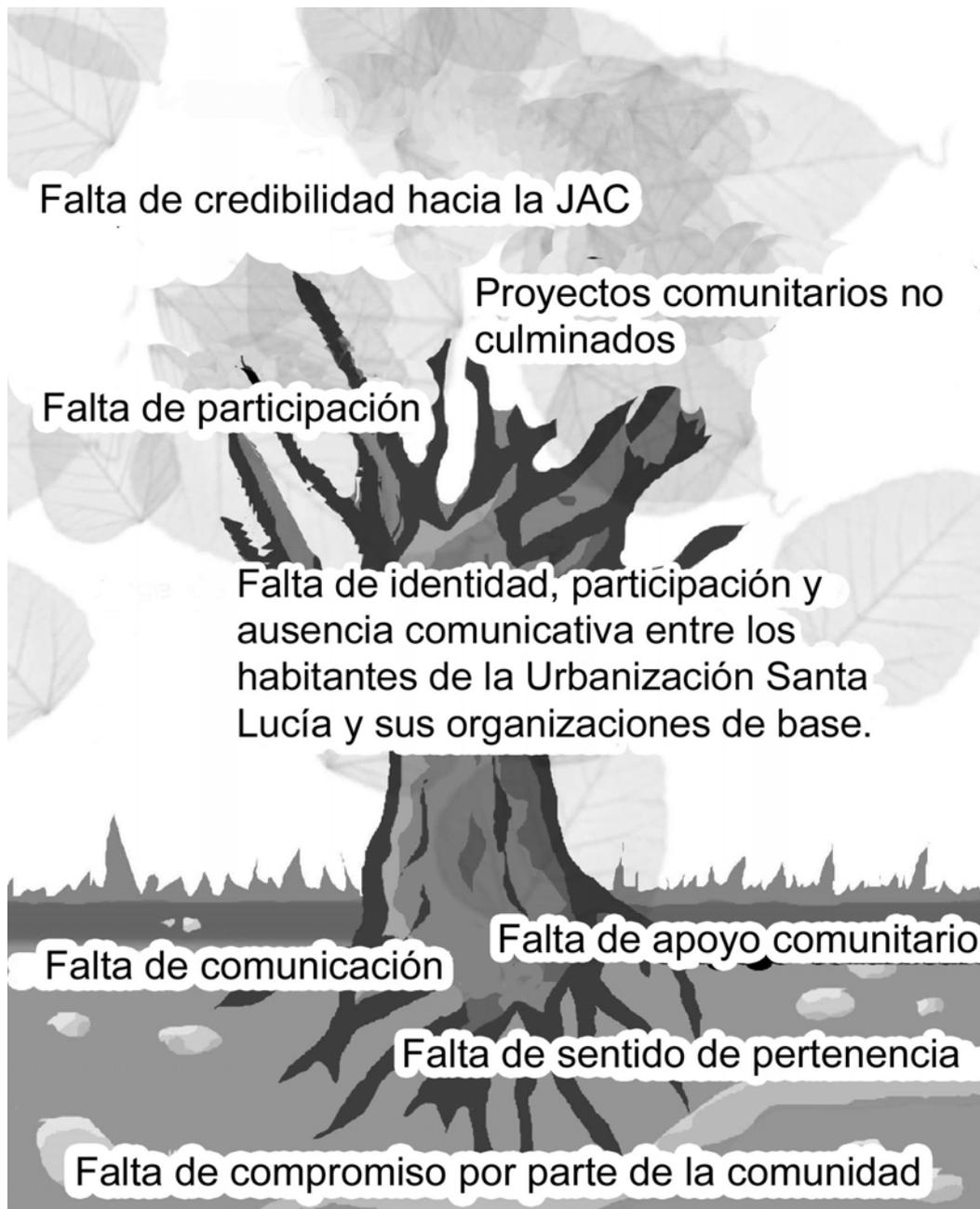
Curiosamente después de someter en plenaria la escogencia del problema a tratar, aunque recibió muchos votos, la inseguridad, problema que coincidió en cada uno de los grupos, no contó con los votos suficientes y en su lugar el problema con más votación fue: Falta de identidad, participación y ausencia comunicativa entre los habitantes de la Urbanización Santa Lucía y sus organizaciones de base.

Finalmente, se procedió por método de participación voluntaria a realizar el árbol de problema y soluciones, donde activamente cada uno daba su opinión.

A partir de ese momento, se fue rompiendo el hielo y recuperando poco a poco la confianza en los procesos de participación ciudadana.

Problema: Falta de identidad, participación y ausencia comunicativa entre los habitantes de la Urbanización Santa Lucía y sus organizaciones de base.

5.2 Árbol de Problema



6. ANÁLISIS DE SOLUCIONES

Una vez analizadas las causas y consecuencias del problema, la comunidad de Santa Lucía de una manera participativa a través de grupos o comités, diseñó las estrategias y actividades, que consideran adecuadas para darle solución al problema planteado.

6.1. Estrategias

- Divulgación y conocimiento del problema
- Participación y apoyo comunitario

6.2. Actividades

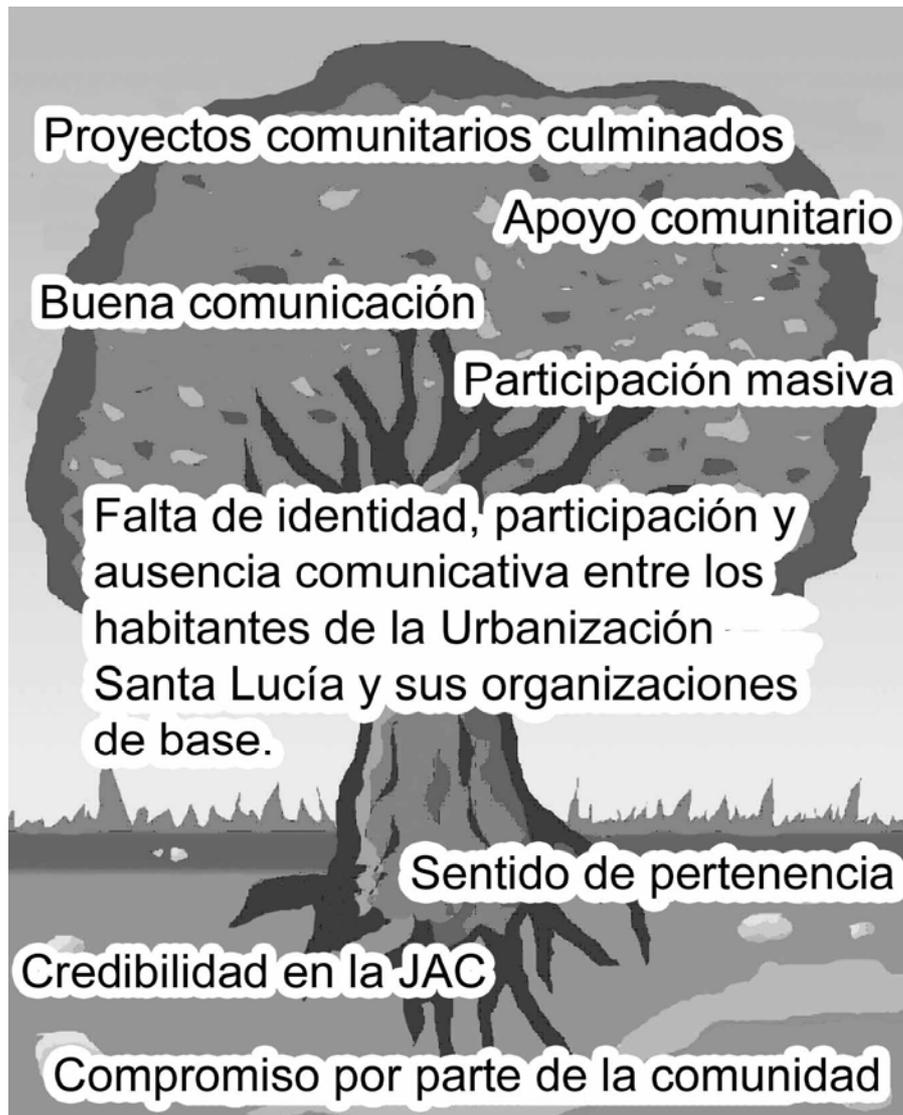
6.2.1. Divulgación y conocimiento del problema:

- Realización de nota periodística por parte del noticiero “Infórmate Cartagena”
- Institucionalización de las reuniones quincenales.
- Creación de un Boletín informativo “El Buen Vecino”

6.2.2. Participación y apoyo comunitario:

- Recepción de periodistas del noticiero local “Infórmate Cartagena” de Telecaribe
- Organización de Integraciones para la comunidad
- Jornada de Arborización y limpieza del parque
- Jornadas de integración familiar
- Creación de un frente de apoyo de ese sector

6.3 Árbol de Soluciones



7. MI BUEN VECINO

Además de ser el título del proyecto de participación ciudadana, es el nombre del periódico comunitario que circula en la Urbanización Santa Lucía, este nació con la idea de mejorar los canales de comunicación que existen en la comunidad, logrando de esta forma una mejor participación y apoyo de todos los vecinos en los procesos que quiera realizar la Junta de Acción Comunal (JAC).

El primer ejemplar circuló el 14 de septiembre de 2006, como una hoja volante a blanco y negro llamado inicialmente **El Buen Vecino**, nombre acordado por todos los vecinos en la primera reunión realizada 15 días atrás de su primer tiraje.

Su impacto en la comunidad fue extraordinario, de 17 personas que asistieron inicialmente a la primera reunión del proyecto se pasó a 35, estas últimas aluden que “se acercaron a la reunión, porque a sus casas llegó un periódico que los motivó y les mostró que en realidad Santa Lucía estaba organizada”.

Una de esas nuevas personas que aceptaron la invitación, propuso que se cambiará el pronombre **EL**, por el pronombre **MI**, esto con el fin de sentir el periódico mucho más cercano, pues el decir **Mi Buen Vecino** evocaba una cercanía sin igual en todos y cada uno de los vecinos. Y así fue, como a partir del 28 de septiembre de 2006, el periódico se comenzó a llamar Mi Buen Vecino, acompañado de su slogan: “*Trabajando Unidos por la Comunidad que nos Merecemos*”.

A partir de ese momento su evolución fue en acenso, de esa hoja volante se pasó a un plegable a blanco y negro al cual se le comenzó a dar estructura de periódico, en su interior lo acompañaban secciones que enriquecían su contenido.

Seguido de esto, se procedió a agrandar su tamaño y a cambiarle el color, fue por esto, que se comenzó a diagramar en tamaño carta, color azul, y cuatro páginas; este cambio fue significativo para toda la comunidad, pues se dieron cuenta, que el periódico más que un sueño se había convertido en una realidad comunitaria y comunicativa.

Actualmente **Mi Buen Vecino**, cuenta con ocho páginas, en las que se muestra el acontecer de Santa Lucía, cada una con un estilo único narra los hechos más relevantes que sucedieron en 15 días.

A la fecha el periódico tiene una circulación de 300 ejemplares quincenales que nutren de información comunitaria a las de 220 casas y barrios aledaños.

La sostenibilidad de **Mi buen Vecino**, se basa en la publicidad de pequeñas, medianas y grandes empresas ubicadas en el sector, además, el periódico tiene una donación de quinientos pesos (\$500), dinero utilizado en los gastos varios del equipo periodístico y de mercadeo del quincenal.

El impacto del periódico durante su circulación demuestra que ha sido muy importante tanto en la comunidad a la que va dirigida como a algunas personas ajenas al barrio las cuales han recibido algunas edición. La respuesta de los vecinos a esta iniciativa se ve marcado en las cifras de las personas que han asistido a las reuniones que se han realizado, a 170 haciende el número de participantes en las reuniones.

8. ESCRIBIENDO MI BUEN VECINO

“El objetivo principal del análisis del discurso, consiste en producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje al que hemos denominado discurso”¹⁶. El discurso es la base de la comunicación pues, sin éste la comunicación es casi nula. Para la construcción de un discurso, el emisor tiene que tener en cuenta con que estilo o forma se dirige al/los sujeto(s) y que acciones e interacciones (medio) deben emplear de acuerdo al contexto social de sus receptores.

Es necesario también, hacer una mediación de acuerdo a los procesos de interacción social y cognitivos del contexto, para lograr una empatía entre los actores sociales y el medio. Antes de construir un discurso, se tiene que partir de una tema, estos son cruciales para el entendimiento del discurso y establecer coherencia global. “Ciertamente los temas desempeñan un rol central en el discurso. Sin ellos sería imposible entender aquello lo que globalmente trata el texto. Solamente nos será posible entender los fragmentos locales del discurso y no sus relaciones globales”.¹⁷

Los medios comunitarios deben tener en cuenta los elementos mencionados anteriormente para la construcción de sus discursos o productos comunicativos, para lograr mantener una heterogeneidad cultural y una mayor interacción entre el canal y el contexto social.

Manuel Martín Serrano, plantea un esquema básico y fundamental, sobre las diferentes mediaciones que debe realizar un medio de comunicación.

Si lo implementamos en un periódico comunitario, como es Mi Buen Vecino, se podrá lograr establecer un contacto más estrecho entre el periódico y la comunidad pues, el primero construirá el producto comunicativo de acuerdo a las necesidades del segundo.

Martín Serrano, nos habla primero de un proceso de selección del acontecer público que consiste en que “determinadas instituciones comunicativas, a través de determinados medios de comunicación masivos, por el concurso de determinados emisores, selecciona determinados objetos de referencia.”¹⁸ Lo

¹⁶ VAN DIJK TEUN, La Noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información. Edit Paídos. Barcelona. España 1996 Pág. 45

¹⁷ IBID Pág. 59

¹⁸ SERRANO MANUEL MARTIN. Las mediaciones de los medios de comunicación. En sociología de la comunicación de masas. Tomo I Escuela y autores. Edit. Gustavo Gilli S.A. Barcelona 1985. Pag. 152.

anterior lo sustentamos teniendo en cuenta que estamos localizados en una ciudad llamada Cartagena de Indias pero se decide trabajar en la comunidad de Santa Lucía específicamente el problema de la falta de identidad, participación y ausencia comunicativa.

Entre varios referentes del acontecer público de esta comunidad se decidió trabajarle única y específicamente a la participación ciudadana, en un espacio determinado llamado Santa Lucía y en un tiempo que tiene que ver con antecedentes y consecuencias del mismo y que concierne a un número de agentes o actores sociales.

“La mediación cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambia tenga lugar en la concepción del mundo de las audiencias, aunque para proporcionarles ese lugar sea preciso intentar la transformación de esa concepción del mundo.¹⁹

Este proceso consiste en evaluar y ordenar coherentemente los datos que nos suministra la comunidad sobre los diferentes acontecimientos, eventos y hechos de interés para toda la comunidad. Cada una de estas informaciones que son publicadas o registradas en Mi Buen Vecino involucran también a personajes es decir a los habitantes de la comunidad quienes se convierten en los protagonistas de cada uno de los relatos. Cada uno de estos personajes que desempeñan diversos roles, que persiguen diversos objetivos tanto colectivos como individuales y realizan acciones e interacciones con otros actores. Esto se proyecta a través de imágenes diacrónicas reforzadas con testimonios y la interpretación de quienes construyen cada 15 días este producto comunicativo.

La información que se publica en Mi Buen Vecino va dirigida específicamente de acuerdo a los intereses del sector, en este quincenario no hay espacio para aquella información que no tenga una directa relación con las necesidades de consumo de sus lectores.

El enfoque de noticias de este medio informativo esta enmarcado bajo la premisa que “la transmisión de un mensaje no solo cuenta ‘lo que se dice’, sino también ‘la forma como se dice’”, esto significa que el contenido puede ser modificado por las formas de expresión de dicho contenido.

En Mi Buen Vecino las noticias van encaminadas a resaltar las actividades positivas que realiza la comunidad, (proyectos sociales, actividades deportivas y/o culturales, jornadas de limpieza, integración, editoriales) en este periódico no hay espacio para la crónica roja, sus noticias buscan transformar a la comunidad a

¹⁹ IBID Pág. 146

través de la apertura de espacio donde ellos se vean representados, y expresen lo que ocurre en su cotidianidad.

NUEVAMENTE SOMOS NOTICIA ²⁰

“Debido a los grandes resultados que ha arrojado el proyecto de participación ciudadana que se ha venido desarrollando en nuestra comunidad, el 9 de mayo, el periódico **EL UNIVERSAL** de Cartagena, realizó una nota periodística en la que se buscaba mostrar a la opinión pública los alcances que puede traer para un comunidad el trabajo mancomunado de todos sus habitantes.

En dicha noticia, **El Universal** destacó la labor de Mi Buen Vecino como mediador y masificador de la información. Aseguró que Mi Buen Vecino ha ayudado a que se conozcan los problemas del barrio y los proyectos que tiene la Junta de Acción Comunal, además de ser un medio innovador que ha satisfecho a toda la comunidad.

Ojala que este sea un aliciente para que TÚ vecino, trabajes unido por la comunidad que te mereces”

El discurso que se construye en este medio informativo tiene como objetivo darle sentido social a cada texto, es decir, a través de mensaje significativos para los grupos y la gente que recepciona. Los discursos tienen una finalidad social o un objetivo comunitario; están hechos con la intención de llevar algún mensaje al público, por esto son portadores de sentido, se hacen circular en la sociedad para que la gente se informe, para entretener, para dar a conocer un producto comercial, para mover a la colaboración humanitaria, o con cualquier finalidad.

La segunda mediación de la que nos habla Martín Serrano es la Estructural que busca “conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor.”²¹

En este proceso de mediación estructural se busca seleccionar el género, el medio, un determinado espacio donde ubicar el producto comunicativo en el caso de la prensa para llegar a determinadas audiencias.

La comunidad de una manera democrática en un espacio de concertación y construcción colectiva determinaron cual debería ser la imagen que debía proyectar Mi Buen Vecino, con el propósito que quienes lo leyeran se sintieran representados, nombrados e identificados.

²⁰ Noticia publicada en Mi Buen Vecino edición 16. mayo.24.2007

²¹ IBID Pág. 146

Como Santa Lucía es una comunidad donde la mayoría son jóvenes y las personas adultas laboran todo el día y carecen de poco tiempo, Mi Buen Vecino tenía que ser un medio que contuviera pocas paginas para facilitar su lectura, en la actualidad cuenta con 8 paginas.

En la primera página se publica la noticia más relevante que dentro de ese acontecer público considera el equipo designado por la comunidad, generalmente se acompaña de muchas fotos, previamente seleccionadas que estén dentro de la filosofía y premisa de incentivar la participación ciudadana y generar sentido de pertenencia. (Ver anexo 1)

Dentro de Mi Buen Vecino se manejan diversos géneros periodísticos entre ellos la crónica que se convirtió en una de las secciones de este quincenario, porque se busca resaltar la información urbana de personajes o de hechos importantes que suceden en la urbanización. Además, porque permite un estilo personal que, a pesar de las restricciones a la que está sometido, deja un margen para que el cronista introduzca y conjugue su personalidad. (Ver anexo 2)

Otras de las secciones de su páginas interiores encontramos gestionando donde se destacan los informes, gestiones y avances de los procesos que desarrolla la Junta de Acción Comunal. Esta sección representa un pilar fundamental para el proceso participativo y, a la vez, generar confianza en esta importante organización de base que había perdido credibilidad. (Ver anexo 3)

En la página cuatro se asignó para Mi Buen Vecino, sección que lleva el titulo del periódico, y busca resaltar a un vecino adulto de la comunidad, a aquel que con sus actitudes a través de los años ha contribuido al progreso del barrio. En esta se permite al lector un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados o queridos. A cada morador destacado para este espacio se le elabora un perfil donde se describen características de cada personaje; estas incluyen: datos biográficos, rasgos de personalidad, hobbies, hábitos cotidianos, principal actividades, entre otros. (Ver anexo 4)

En la quinta página SaludAtuvida, es una sección dedicada a los temas de salud de interés para la comunidad. Esta sección es escrita por médicos, sicólogos, odontólogos, químicos farmacéutico y/u otro profesional de la salud que desee colocar sus conocimientos al servicio de la comunidad. (Ver anexo 5)

En la página seis, se designó para los jóvenes (Zona Joven) se determinó que era necesario tener un espacio donde se mostrará el trabajo, y las habilidades en diferentes campos donde se destacan los adolescentes de la comunidad con el

propósito de incentivarlos a ser hombres y mujeres que aportan y contribuyen al desarrollo social de su comunidad. (Ver anexo 6)

En esta página no es una sección fija, sino, que periódicamente es dedica al deporte y en otras ocasiones al paladar gourmet. La primera se creó porque en la comunidad existe una gran afición por los diferentes deportes y a la vez se quiere en caminar a los jóvenes y niños hacia las actividades deportivas con el propósito de demostrarles que el deporte es vida. (Ver anexo 7)

Por otra parte paladar gourmet tiene como objetivo que los vecinos tengan otra forma de interactuar, comunicarse, socializar, compartir e incentivar la vecindad a través del intercambio de recetas culinarias, como deliciosos platos del caribe colombiano, cócteles y postres.

La comunidad determinó que era necesario reservar un espacio para aquellos eventos significativos para cada ser humano como son sus cumpleaños, matrimonios, grados, entre otros, porque a través de él los individuos comparten sus alegrías con el resto de la comunidad. Además, donde se pudiera resaltar las cualidades literarias de quienes habitan la zona. De esta manera se le esta dando voz a quienes antes no la tenían permitiendo que Mi Buen Vecino se convierta en un medio espejo donde sus habitantes reflejan todas sus vivencias. (Ver anexo 8)

8.1. Así Titula Mi Buen Vecino

En Mi Buen Vecino, se busca transmitir sensaciones a los lectores a través del titulo, captando de primera instancia su atención, reteniéndolo de esa forma a leer la noticia. La forma como se titula una noticia implica ya una interpretación de la misma. El titulo sin duda es una primera selección valorativa de la noticia que implica un modo de condicionar al lector para que lea y juzgue con simpatía o que rechace un acontecimiento.

Ejemplos de estos titulares pueden ser:

- ÉXITO TOTAL EN LA FIESTA DE INTEGRACIÓN DE SANTA LUCÍA
- SEÑAL COLOMBIA VISITÓ A MI BUEN VECINO
- MI BUEN VECINO EN LA PANTALLA CHICA
- LOS REYES DE LA VÍA
- SOMOS NOTICIA
- NUEVAMENTE SOMOS NOTICIA

8.2. El Color de Mi Buen Vecino

Mi Buen Vecino cuenta con un equipo interdisciplinario todos habitantes en la misma urbanización entre ellos un diseñador y publicista quien de acuerdo a sus conocimientos y experiencias sugirió la utilización del color "azul bronce" por que este permite que los textos sean de fácil lectura y no canse la vista, las fotografías imprimen nítidas y salimos del tradicional color negro en este tipo de impresiones, igualmente nos permite tener una identidad propia diferente a la gran mayoría de los medios impresos.

8.3. Mi Buen Vecino en Imágenes

Cuando se trata de pensar un hecho, las fotos juegan un papel importante ya que ellas concretan el hecho, lo visualizan. En este quincenario se busca mostrar el mayor número de imágenes para hacer de la diagramación algo llamativo, limpia y fresca visualmente. En lo posible las fotografías registran escenas y gente del barrio para que las recorte o colecciona y se logre con esto una mayor relación: medio-lector.

9. MI BUEN VECINO TRANSFORMANDO SANTA LUCÍA

Este quincenario ha demostrado hasta la actualidad con hechos que ha solucionado en gran parte el problema de comunicación que mantenía alejados a estos dos actores sociales JAC – sociedad de Santa Lucía.

Podemos destacar los siguientes logros que resaltan la importancia del trabajo en equipo y la unidad para lograr metas claras y realizables gracias a este medio:

Mi Buen Vecino logró visualizar a sus lectores, a su público, ayudó a fortalecer a la JAC como una organización sólida y confiable. Creó un espacio donde todos los vecinos tienen la oportunidad de informarse de lo que pasa en su barrio y de comunicar sus ideas.

Además esta herramienta de comunicación ayudó a la reactivación de la JAC, consiguiendo en la sección, Gestionado, informes de las gestiones, proyectos y avances de los mismos, realizados en un principio por el frente de apoyo que surgió como una alternativa temporal, por el quebrantamiento de la JAC como organización; esta reactivación incentivó la participación y mermo el índice de abstencionismo en las elecciones de la JAC, (de 150 inscritos hubo 66 votos) esto permitió realizar las tareas respectivas para reactivar la Junta de Acción Comunal, llevando a las urnas la conciencia de sí al voto.

Por otra parte, otro de los logros importantes fue la alianza estrategias alcanzada entre comunidad y policía nacional a través de la consecución de un mini CAI en el lugar más neurarjico del sector como lo es el parque central, este fue construido con aportes de toda la comunidad logrando con esto una integración y movilización hacia la consecución de la tranquilidad en lo que a seguridad se refiere. Esta alianza ha permitido mermar los problemas de inseguridad del sector, debido a que se han incrementando los patrullaje y la presencia policial en la zona cada día es más intensa, lo que ha logrado una comunidad mucho más segura.

Todo este trabajo comunitario ha permitido la integración de los vecinos entorno a su barrio; se han retomado las diferentes actividades recreativas que años atrás no se realizaban tales como: fiestas de integración por conmemoración a la virgen de Santa Lucía, patrona del barrio, el 13 de diciembre, fiesta de los niños, ciclovías, bingos bailables, campeonatos de dominó copa integración Mi Buen Vecino, festival del dulce cartagenero, en el que los vecinos donaron dulces de diferentes sabores y con esto disfrutaron de una tarde llena de música, integración y mucha diversión; y finalmente la Minimicrocopa Mi Buen Vecino campeonato realizado con el fin de buscar la integración y la práctica del deporte por parte de los niños de la urbanización.

Sin lugar a dudas uno de los logros más significativos de este proyecto comunitario ha sido el de incentivar la participación infantil y juvenil, estos son los que lideran el proceso en la urbanización, lo podemos notar iniciando con la presidenta de la JAC, y finalizando con los realizadores del quincenario Mi Buen Vecino.

Este cúmulo de actividades ha generado más confianza hacia el trabajo en grupo donde se ha alcanzado un crecimiento a nivel individual y colectivo. Las personas cada día están creyendo más en el proceso, se han dado cuenta que los cambios son posibles, y que el trabajo en conjunto y comunitario es una buena apuesta para el presente y futuro. La propuesta inicial de trabajar con las manzanas A, B, B1 B2, B3 J y edificios quedó en el pasado, ya el proyecto se ha expandido por toda la urbanización con una excelente acogida.

Por último, Mi buen Vecino se ha convertido en una herramienta transformadora social reconocida en las agendas públicas de medios nacionales como Señal Colombia a través de su programa La Sub 30, los periódicos locales El Universal, Nuestro Diario y La Verdad, radios comunitarias como vibración estereo, así también como en los órganos informativos de divulgación interna de la Universidad Tecnológica de Bolívar, El Cartero y Hora T.

Estos son resultados que aun no paran y que demuestran la efectividad de un proyecto que midió las barreras y planteó soluciones a partir de referencias de experiencias comunicativas trabajadas en otras ciudades que demuestran una vez más que los cambios sociales son posibles siempre y cuando exista un nivel de empoderamiento, participación y comunicación en la comunidad en la cual se va a intervenir.

10. CONCLUSIONES

Los medios alternativos cualquiera que este sea, se constituyen en una nueva plaza para la democracia, esto se sustenta en el surgimiento de nuevos actores sociales, que buscan abrir espacios y reconocimiento público. Actores que se han apropiado de herramientas para proyectar o difundir sus ideas, sus memorias, sus historias, despertando el interés colectivo, la curiosidad que todos tenemos por saber que pasa y que podemos aportar siempre y cuando salgamos beneficiados, logrando participación, empoderamiento y creando opinión pública, que construya saberes, que plantee estilos de vida solidarios, de convivencia, de tolerancia y finalmente de desarrollo sostenible.

Basado en lo anterior, Mi Buen Vecino se constituye en un medio eficaz, que ha logrado visibilizar a los habitantes de Santa Lucía, mostrando en cada página el acontecer de estos personajes que se convierten en los protagonistas de cada uno de los relatos.

Por otra parte, Mi buen Vecino se convierte en una nueva apuesta hacia la transformación ciudadana en Cartagena, pues busca relatar a través de sus contenidos todas aquellas actividades positivas que realiza la comunidad tales como proyectos sociales, actividades deportivas y/o culturales, jornadas de limpieza, integración entre otras.

Por último esta experiencia ha servido como espejo para otras comunidades, convirtiéndose en un proyecto piloto a partir del cual otros barrios de la ciudad empiecen a construir medios alternativos con el propósito de crear una red en Cartagena para generar identidad y sentido de pertenencia por la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- BLANCO AMALIO, CABALLERO AMPARO, DE LA CORTE LUÍS, Psicología de los grupos. Editorial Pearson, Prentice Hall, 2005.
- CHÁVEZ JESÚS. RODRÍGUEZ HUMBERTO. TORRES IVÁN. Canal comunitario del municipio de Turbaco TV MANA, televisión para el desarrollo local. 1998. 108p. Trabajo de grado (Comunicador Social). Universidad Jorge Tadeo Lozano del Caribe. Facultad Comunicación Social.
- CORREDOR CURE RICARDO. La comunicación a favor de los planes de desarrollo. Ponencia. Pasto. 1995.
- GUMUCIO DRAGON ALFONSO. Haciendo olas: Historia de Comunicación para el cambio social. Editorial Plural Editores. 2001
- HABERMAS JURGEN, Teoría de la Acción comunicativa. Editorial Taurus, 2001.
- HORTON PAUL, HUNT CHESTERS. Sociología y sociedad, la comunidad en la sociedad de masas. Editorial MCGraHill. Bogotá. 1980.
- MAX-NEEF MANFRED, ELIZALDE ANTONIO, HOPENHYN MARTÍN, desarrollo a escala humana, una opción para el futuro.
- OROZCO GOMEZ GUILLERMO, Recepcion y mediaciones, casos de investigaciones en America Latina. Editorial Norma. 2002
- RAOL GERMÁN BLÉ. El concepto de espacio publico, un punto de vista africano entorno al "grin" en Costa de Marfil. Revista académica de la federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social FELAFACS. Diálogos de Comunicación. No 69, 2004
- RAYMUNDO ABELLO LLANOS. YAHEMN BAEZA PAGER. Investigación y Desarrollo. Revista del centro de investigación en desarrollo humano. universidad del Norte. Vol. 11 N° 2 Diciembre 2003

- SERRANO MANUEL MARTÍN. Las mediaciones de los medios de comunicación. En sociología de la comunicación de masas, Tomo I Escuela y autores. Editorial Gustavo Gilli S.A. Barcelona 1985 Pág.
- VAN DIJK TEUN A. La noticia como discurso, comprensión estructura y producción de la información. Editorial Paídos. Barcelona. España. 1996.
- <http://cimas.eurosur.org>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://rivendel.wordpress.com>
- <http://sepiensa.org.mx>
- <http://www.choike.org>
- <http://www.comminit.com>
- <http://www.gobernabilidad.cl>
- <http://www.uasb.edu.ec>
- www.asocam.org