



# El Gran Malón

#SACA TU MESA

REPORTE 2018

## **CEM - Ciudad Emergente**

*Laboratorio de tácticas y herramientas  
para ciudades centradas en las personas*

Santiago

2018

Este documento sintetiza la segunda versión del Gran Malón, que durante los primeros meses del 2018, se propuso reactivar la red de embajadores, maloneros y colaboradores articulada durante el 2017 quienes asumieron el desafío de la autogestión y la participación ciudadana para la promoción de malones a lo largo de todo Chile.

El presente reporte ha sido desarrollado por el equipo de Fundación Ciudad Emergente Lorena Núñez, Isidora Rivas, Jose Guzmán, Sofía Ruz, Magdalena Pérez y Verónica Irrarrázabal y da cuenta del proceso desarrollado, sus estrategias de vinculación, alcances y los principales desafíos para su replicabilidad. La elaboración del informe demandó observar retrospectivamente el camino, para continuar trazando un proyecto que se piensa a largo plazo, desde la colaboración mutua de los diferentes actores y habitantes de la ciudad que anhelan nuevas formas de relacionamiento y espacios de encuentro ciudadano.

Se agradece el trabajo y la colaboración de los más de 100 maloneros y maloneras presentes en 29 comunas y 10 regiones del país, quienes movilizaron a sus comunidades y motivaron la creación de un nuevo espacio de encuentro, disfrute y conversación. Se extiende el reconocimiento, a los diferentes vecinos, vecinas, organizaciones territoriales y no gubernamentales, a los aliados de la sociedad civil y Municipios, que una vez más se hicieron parte de este proyecto, contribuyendo desde sus diferentes miradas y territorios a la co-gestión del Gran Malón 2018.

# El Gran Malón

#SACA TU MESA

**Reporte  
2018**



TEATRO UNIV

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CONTEXTUALIZACIÓN	11
ESTRATEGIAS DE EL GRAN MALÓN	15
ESTRATEGIA AÑO 2017	15
ESTRATEGIA AÑO 2018	26
ETAPAS Y ACTIVIDADES	35
<i>Aprendiendo de la experiencia</i>	
<i>Proyección del Gran Malón 2019</i>	48
REFLEXIONES Y CONCLUSIONES FINALES	53
Anexos	55





# INTRODUCCIÓN

**El Gran Malón** es una iniciativa impulsada por *Fundación Ciudad Emergente*, que busca innovar en las herramientas de participación ciudadana, invitando a los vecinos y vecinas de todo Chile a organizar malones en calles, plazas y espacios públicos, con el fin de aumentar la confianza entre las personas y fortalecer los vínculos sociales.

El Malón alude a la colaboración mutua y a la autogestión de las propias comunidades, quienes se organizan para escoger y gestionar sus lugares de encuentro, convocar a los vecinos, preparar el lugar, comida, y finalmente disfrutar juntos de esta fiesta en sus barrios.

En el año 2017, gracias al financiamiento de la *Open Society*, los malones urbanos se enmarcaron en la contingencia nacional, reforzando los encuentros locales autogestionados y de diálogo en torno al proceso nacional constituyente. Para este año, se planteó un nuevo desafío. Ya sin un financiamiento directo, el Gran Malón se llevó a cabo poniendo a prueba los principios que lo fundamentan, “la autogestión” y la “colaboratividad”, para ello fue necesario ampliar a la convocatoria a nuevos y diversos actores y colaboradores, quienes finalmente apostaron por un proyecto común que busca promover la confianza y la ocupación colectiva de los espacios públicos.

El Gran Malón es una acción de corto plazo que busca gatillar un cambio a largo plazo en los niveles de confianza y convivencia social, a través de la generación de nuevas instancias de encuentro y participación en espacios públicos. Es una invitación que debe reforzarse año a año incorporando las exigencias sociales propias del Chile contemporáneo vinculadas con el respeto a la diversidad, el fomento del multiculturalismo y la reducción de las brechas sociales.

Por lo tanto el Gran Malón es:

1. Una herramienta de participación ciudadana, que invita a repensar los vínculos a partir de la confianza y la colaboración mutua.

“

**EL GRAN MALÓN ES  
UNA ACCIÓN DE CORTO  
PLAZO QUE BUSCA  
GATILLAR UN CAMBIO  
A LARGO PLAZO EN LOS  
NIVELES DE CONFIANZA Y  
CONVIVENCIA SOCIAL”.**







◀▲  
Participantes  
de La Gran  
Mateada.

2. Un sueño en construcción permanente, de replicabilidad sencilla y que pretende convocar año a año a más ciudadanos en diferentes contextos, barrios y localidades del país.
3. Es una convocatoria al encuentro vecinal, propiciando nuevos espacios de diálogo, disfrute y asociatividad.
4. Una oportunidad para resignificar los lugares comunes, iluminando nuevas posibilidades de uso y apropiación de los espacios públicos.
5. Y fortalece el tejido social, poniendo en valor el sentido de comunidad y la auto-organización en torno a un objetivo común.

En su segunda versión, **El Gran Malón logró reunir a más de 3500 participantes en 10 regiones del país**, quienes se atrevieron a sacar sus mesas a la calle, para compartir una comida, una conversación y disfrutar desde sus espacios locales, una instancia diferente de encuentro y vinculación.

A continuación se expone lo que ha sido el desarrollo del Gran Malón en sus primeros dos años, analizando comparativamente los alcances del 2017 y 2018 e iluminando sus principales aciertos, impactos y desafíos.



# CONTEXTUALIZACIÓN

Desde el año 2013, Fundación Ciudad Emergente en su desafío por construir colectivamente ciudades más vivibles por y para las personas, comienza a re-pensar las tradicionales formas de encuentro y participación. Ante la constatación de que dichas instancias son cada vez menos convocantes y representativas, se propone una nueva mirada a partir de la generación de espacios de encuentro diferentes que promuevan la participación de manera atractiva e innovadora.

En este nuevo paradigma, el espacio público se posiciona como el lugar idóneo para convocar y llevar a cabo una invitación abierta, que no dependa de una estructura física ni se encapsule en cuatro paredes limitando la asistencia o visibilidad. La apuesta es rescatar los lugares comunes y evidenciar las distintas posibilidades que estos ofrecen para propiciar el encuentro vecinal, promover la participación ciudadana y fortalecer la identidad local.

Se acuña entonces el concepto del “Malón”, un término anclado en la memoria social chilena y que ha ido mudando con las décadas respondiendo a la historia social, cultural y política del país. En sus inicios, el Malón correspondía a una táctica ofensiva utilizada por los Mapuches durante la Colonia, para invadir de forma rápida y sorpresiva a los españoles. Estos se llevaban a cabo principalmente en la noche, cuando de forma inesperada atacaban los asentamientos de los colonos, saqueando y tomando rehenes los que luego eran utilizados para trabajos forzosos, o en el caso de las mujeres para contraer matrimonio con los indígenas<sup>1</sup>.

A mediados de siglo XX, el concepto cambia, la "invasión" ahora se asocia a fiesta. Se denomina malones a aquellas celebraciones organizadas en el campo, que consistían en invadir sorpresivamente la casa de alguna familia vecina, para compartir y festejar. Los participantes auto-organizados se encargaban de llevar las provisiones necesarias para hacer la fiesta. Comida, bebestibles y música, eran las

---

1. Biblioteca Nacional de Chile. "Maloqueos", en: Pehuenches y Puelches. Memoria Chilena. Disponible en <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-96730.html>.  
Accedido en 24/10/2018.

colaboraciones que cada participante aportaba y los dueños de casa por su parte, eran invitados espontáneamente a asumir el rol de anfitriones y participar activamente de la velada<sup>2</sup>.

Durante la décadas del cincuenta y sesenta, en los sectores más urbanos, el Malón derivó en una fiesta de barrio donde los jóvenes y familias se organizaban para reunirse y celebrar en la casa de alguna familia vecina. Cada quién llegaba con un aporte en bebidas o comidas y entre todos armaban la fiesta. Los dueños de casa participaban junto a todos sus hijos de principio a fin, inclusive en las casas más acomodadas se disponía de un salón para el baile de los jóvenes y otro para el baile de los adultos.

En consecuencia, si bien el Malón se ha ido transformando con el paso de los años adquiriendo diferentes matices y significados, este se ha replicado generacionalmente manteniendo un componente fundamental, la “celebración”. Los Mapuches celebrando sus botines, los jóvenes celebrando sus fiestas vecinales y hoy en día, vecinos, vecinas, jóvenes y familias, celebrando juntos el encuentro ciudadano.

Ya no son necesarias invasiones ni salones para celebrar. La invitación es resignificar los lugares comunes y ocuparlos efectivamente como espacios públicos locales. Se adopta entonces, el concepto de “Malón Urbano”, proponiendo el encuentro y la participación ciudadana en los distintos espacios públicos que ofrece el barrio y la ciudad. Plazas, canchas, calles o pasajes, pueden ser reivindicados en sus usos tradicionales, para disponibilizarse como espacios locales de encuentro, disfrute colectivo y conversación. De esta forma, Fundación Ciudad Emergente, propone el Malón como táctica urbana de fácil replicabilidad, mediante la cual, se espera gatillar cambios a largo plazo, que permitan mejorar las formas de relacionamiento entre los chilenos y sus vinculaciones con el entorno.

El Malón Urbano se nutre también del “*The Big Lunch*”, una iniciativa impulsada por *Eden Project* en el Reino Unido, que desde el 2009 busca construir comunidades más resilientes y mejor conectadas a través del encuentro y la promoción de los espacios y actores locales, “Nosotros congregamos a las personas para fortalecer su confianza, potenciar sus talentos y que los compartan. Nosotros apoyamos a individuos y comunidades para que ellos generen cambios positivos para abordar sus problemáticas locales”<sup>3</sup>.

En sus más de 8 años de ejecución, *The Big Lunch* ha ido creciendo de

---

2. Op.cit 1 Disponible en <http://www.memoriasdelsigloxx.cl/601/w3-article-3567.html>.  
Accedido en 24/10/2018.



▲  
*The Big Lunch*,  
iniciativa  
impulsada por  
Eden Project.

forma sostenible llegando a congregarse en su última versión del 2017, a más de 9,3 millones de personas, en un multitudinario almuerzo que permitió, además de vincular a comunidades y actores de diferentes barrios, levantar proyectos asociativos que tuvieron permanencia continua a lo largo del año.

Valorando esta exitosa experiencia de participación ciudadana, El Malón Urbano que ya venía impulsándose en diferentes barrios de ciudades como Antofagasta, Valparaíso y Santiago, asume desde el 2017 el desafío de expandirse y al igual que *The Big Lunch*, instaurar un día al año para llevar a cabo de forma simultánea malones en todo el país, definiéndose como El Gran Malón. En estos primeros dos años de desarrollo, el proyecto ha tenido diferentes alcances y ha iluminado diversas posibilidades en los múltiples contextos en que se ha implementado, así mismo ha exigido la definición de una estrategia social y comunicacional enfocada a fortalecer y amplificar el proyecto a nivel nacional.

---

3. About Eden Project Communities. Disponible en <https://www.edenprojectcommunities.com/about>. Accedido en 22/10/2018



# ESTRATEGIAS DE EL GRAN MALÓN

## ESTRATEGIA AÑO 2017

En el año 2017, Chile vive un importante momento para su vida republicana cuando los ciudadanos son convocados a participar en el "Proceso Constituyente" a través de la discusión y reflexión sobre cuáles eran los principios y temas que debían estar presentes en la nueva constitución de Chile. En este contexto se presenta a El Gran Malón como una oportunidad que podía contribuir a dicho proceso reforzando los diálogos ciudadanos a través de un espacio de encuentro y reflexión innovador. De esta forma se plantean como objetivos de los **“Malones Urbanos por la Constitución”**:

- Innovar en las herramientas de participación ciudadana, incorporando instancias de socialización de las reflexiones y resultados obtenidos durante los encuentros ciudadanos de la fase de participación del Proceso Constituyente promovido por el Gobierno de Chile.
- Promover el ejercicio del rol ciudadano, capacitando y desarrollando habilidades de participación ciudadana.
- Instalar nuevas capacidades de colaboración cívica a partir de la entrega de herramientas de autogestión para la participación ciudadana
- Aumentar la transparencia y facilitar el acceso a la información del proceso constituyente, específicamente en la fase de participación ciudadana.

Para la materialización de los objetivos se establecieron dos líneas estratégicas de acción: estrategia de gobernanza y estrategia comunicacional.

## ESTRATEGIA DE GOBERNANZA

Para el desarrollo de los “Malones Urbanos por la Constitución” realizados el 6 de abril del 2017, fue necesario socializar la idea, generar

**FRENTE AL DEBILITAMIENTO  
MEDIÁTICO DEL PROCESO  
CONSTITUYENTE EN 2017,  
SE OPTÓ POR UN MENSAJE  
COMUNICACIONAL SIMPLE Y  
DIRECTO QUE CONVOCARA  
A LAS PERSONAS:  
UNA INVITACIÓN, A  
CONOCERNOS Y A  
COMPARTIR**





una red actores estratégicos que pudieran apoyar su gestación y posterior desarrollo. Se propuso así un “Consejo Consultivo” integrado por 12 representantes del sector público, privado y la sociedad civil, quienes fueron invitados contribuir y orientar el proyecto desde sus diversas miradas y reflexiones.



**HERNÁN LARRAÍN**  
*Puelche*



**RODRIGO  
GUENDELMAN**  
*Santiago Adicto*



**ANA RIVERO**  
*Pebre*



**GINO TAPIA**  
*Fundación Teatro a Mil*



**RODRIGO ARAYA**  
*CEM / Tironi &  
Asociados*



**PABLO COLLADA**  
*Ciudadano Inteligente*



**JUAN PABLO  
SCHAEFFER**  
*Colbún*



**XIMENA ABOGABIR**  
*Fundación Casa de la Paz*



**CAMILO BALLESTEROS**  
*División Organizaciones Sociales*



**NICOLÁS CRUZ**  
*Base Pública*

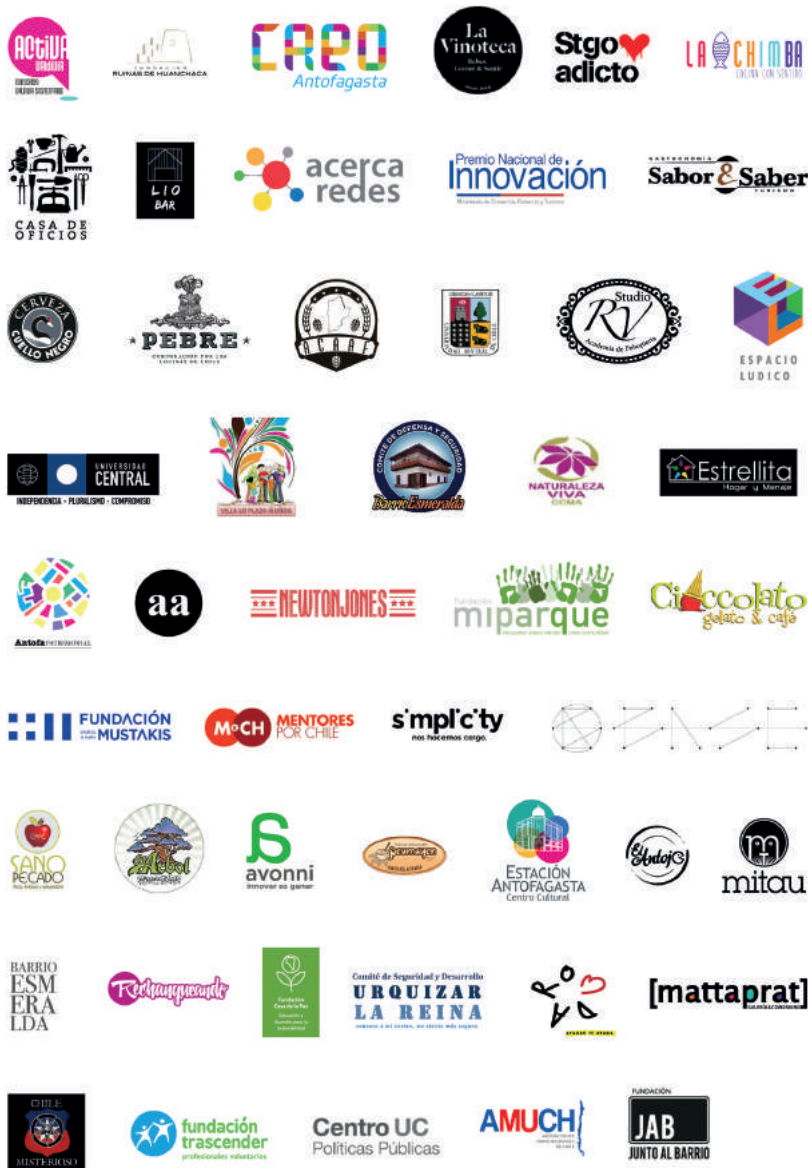


**ALEJANDRA WOOD**  
*CEM / Cesco*



**TOMÁS CORTESE**  
*CEM / Fundación Acerca  
Redes*

Así mismo se constituyeron “Alianzas estratégicas” con más de 50 organizaciones a nivel regional y nacional, quienes apoyarían en la socialización del proyecto y activación de actores y organizaciones quienes a su vez pudieran difundir la invitación y activar a su vez a otros actores.





▲ Maloneros y participantes del Gran Malón 2017.

Además, se activó una extensa red de Embajadores del proyecto, actores claves que permitieron socializar y difundir el Gran Malón como un espacio de encuentro transversal y diverso, en todo el país.

Finalmente, se conformó una red compuesta de vecinos y vecinas que en el anhelo por crear comunidad, decidieron sumarse al Gran Malón validándolo como una forma diferente y atractiva de promover la participación en sus territorios, convocando desde el espacio público local el encuentro vecinal.

El diseño de esta gobernanza permitió expandir el proyecto en diferentes contextos y localidades, integrando a la ciudadanía y potenciando sus propios roles para convocar, reunir y gestionar.

La estrategia de gobernanza combinó entonces, una fase de socialización del Gran Malón con un proceso de articulación social donde se desarrollaron, otra fase de pilotaje de malones, una tercera de establecimiento de alianzas con la sociedad civil y el Estado y finalmente la ejecución multitudinaria de un Gran Malón que se levantó desde los espacios locales de los barrios liderado por sus



▲  
Cajita  
Malonera  
utilizada el  
año 2017.

propios actores sociales.

Con el fin de promover y apoyar la autogestión de los maloneros y maloneras, se diseñó un kit de herramientas que se distribuyó en diferentes sectores y zonas geográficas del país, además de disponibilizarse en formato web descargable, facilitando la gestión de los malones y demostrando su fácil replicabilidad.

A modo de síntesis la estrategia se llevó a cabo en las siguientes etapas:

## ESTRATEGIA COMUNICACIONAL



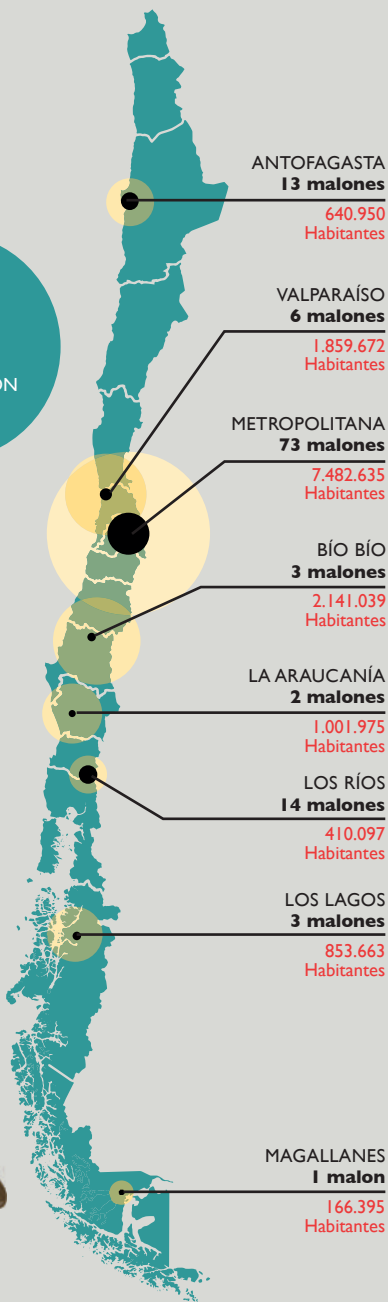


# 114

MALONES REGISTRADOS  
A LO LARGO DE CHILE

# 8

REGIONES CON  
MALONES





*Malón Barrios Bajos, Valdivia.*



*Malón Pedro de Valdivia Norte, Providencia.*



*Malón Las Pipas de Einstein, Independencia*



*Malón Inclusivo en Lenguaje de Señas, Santiago*



*Malón Pedro de Valdivia Norte, Providencia.*



*Malón Casa de Oficios, Providencia.*



*Malón Lúdico, Providencia.*



*Malón Los Alelís, Providencia*



*Malón en Barrio Yungay*



*Malón Casona 87, Puerto Varas.*



*Malón García Moreno, Ñuñoa.*



*Malón Módulo 5, Penal Colina II, Colina.*



*Malón Plaza Río de Janeiro, Providencia.*



*Malón en Huechuraba.*



*Malón Corporación Gen, Antofagasta.*



*Malón en Punta Arenas.*



*Malón Corporación Gen, Antofagasta.*



*Malón Inclusivo en Lenguaje de Señas, Santiago.*



*Malón en Recoleta.*



*Malón Growler, Valdivia.*



*Malón Barrio los Bichos, La Reina*



*Malón Growler, Valdivia.*



*Malón en Recoleta*



*Malón Barrios Bajos, Valdivia.*





*Malón Medios de Comunicación, Providencia.*



*Malón Villa la Florida, Antofagasta*



*Malón Activa Valdivia, Valdivia.*



*Malón Villa México, Antofagasta.*



*Malón Activa Valdivia, Valdivia.*



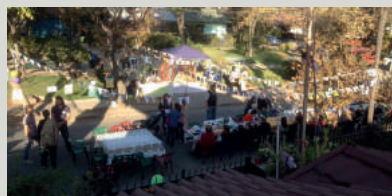
*Malón Geywitz, Valdivia.*



*Malón en Providencia.*



*Malón Exequiel Plaza, Vitacura.*



*Malón en La Reina*

## ESTRATEGIA AÑO 2018

En el año 2018, el contexto es distinto, ya sin un evento particular que marcará la contingencia nacional, El Gran Malón se plantea como desafío contribuir a la construcción de la confianza favoreciendo el encuentro y la cooperación entre vecinos.

De acuerdo con World Value Survey (2014) y la Encuesta Bicentenario (2015) un 87,6% de los chilenos declara no confiar en la mayoría de las personas, al mismo tiempo que señalan que cada día tienen menos amigos y se relacionan menos con sus vecinos.

Considerando que los vínculos interpersonales afectan de manera positiva la vida de las personas, disminuyendo los niveles de ansiedad y depresión, y aumentando la empatía, la confianza y la cooperación mutua<sup>4</sup>; se plantea los malones como instancias que permitirían el encuentro vecinal, el establecimiento de vínculos de colaboratividad para la construcción de comunidad.

En esta segunda versión, además se plantean dos desafíos adicionales; la búsqueda de financiamiento y avanzar en la descentralización promoviendo la adhesión de nuevos territorios, comunas y localidades, vinculando a nuevos maloneros y maloneras que pudiesen impulsar el malón en contextos sociales y geográficamente diversos.

Para el años 2018 se establecieron cuatro estrategias de acción: estrategia de financiamiento, estrategia de gobernanza, estrategia para la descentralización y estrategia comunicacional.

### ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

Esta estrategia se construye a partir del desafío de gestionar recursos que permitan enfrentar, desde la colaboración, la ausencia de un financiamiento directo del proyecto. De esta forma se piensa en una forma de financiamiento con aportes públicos y privados.

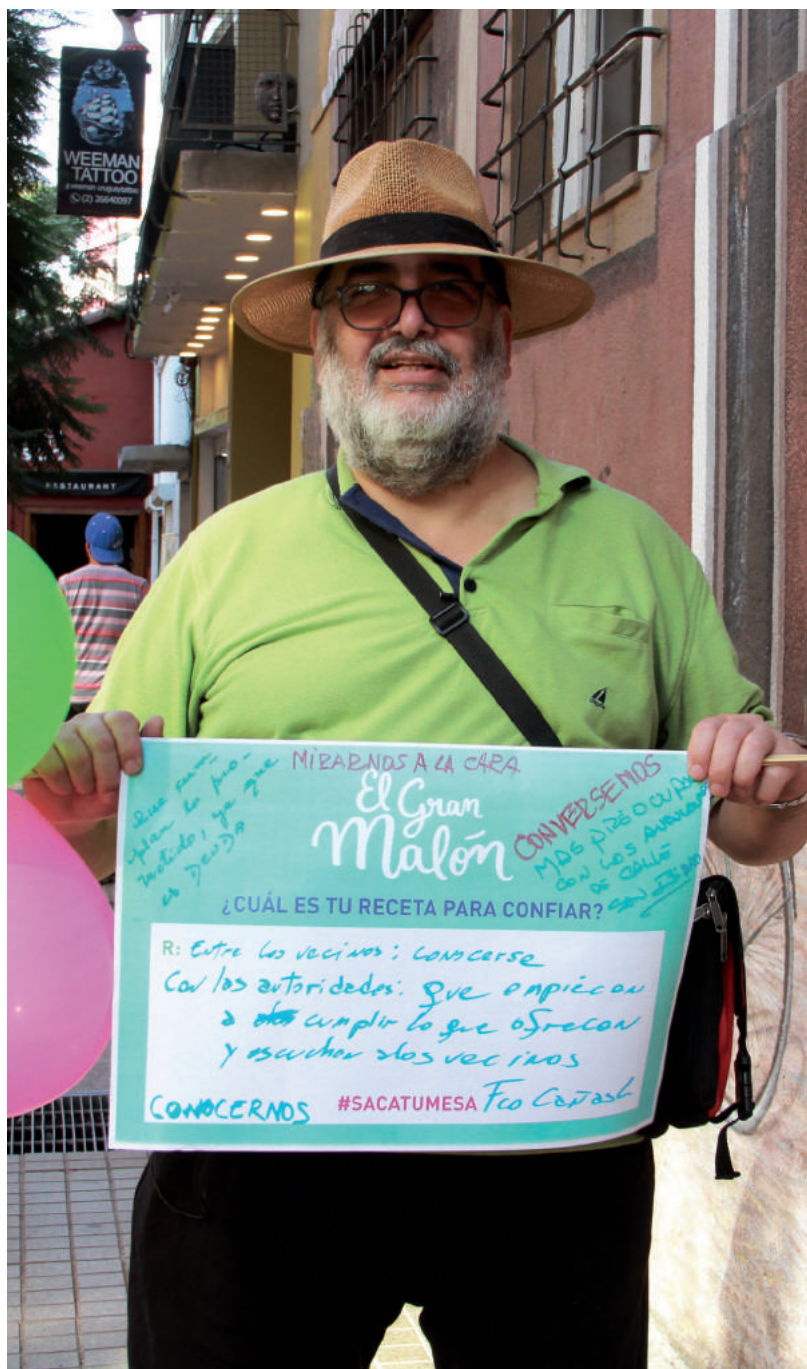
Varias empresas públicas confiaron en el proyecto materializándose en la contribución de distintos aportes con los cuales se pudo solventar parte de los costos del Gran Malón.

Aportes directos:

- **Coca Cola:** empresa que colaboró con \$20.000.000, además de la distribución de bebidas Coca Cola sin azúcar durante el lanzamiento comunicacional del Gran Malón.

---

4. Revisar Centro para la Investigación y Educación de la Compasión y el Altruismo de Stanford Disponible en <http://ccare.stanford.edu/>





Aportes in-kind:

- **Carozzi**, colaboró con la entrega de 120 manteles que fueron parte del kit de herramientas que se distribuyeron a los maloneros de todo Chile, apoyando la autogestión de las comunidades.
- **Ogilvy**, agencia de publicidad apoyó con la elaboración del guión creativo del spot del Gran Malón 2018.
- **DOS (División de Organizaciones Sociales)** de la SEGEOB (Secretaría General de Gobierno) apoyaron la difusión del proyecto a través de la impresión del material gráfico del kit de herramientas y los afiches del Gran Malón.
- **Cervecerías Kross**, colaboró con la distribución de 120 cervezas durante el lanzamiento comunicacional del Gran Malón.

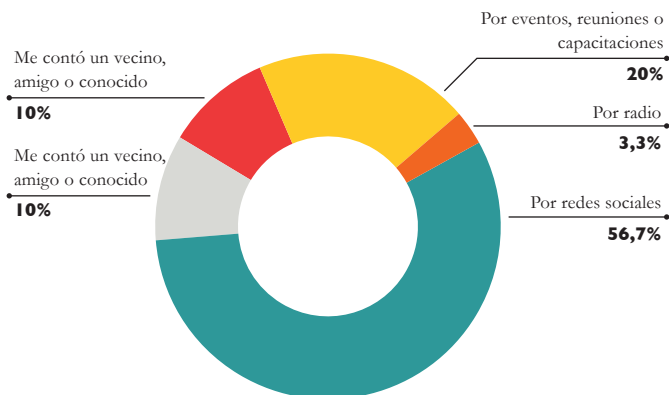
Aportes indirectos:

- **CORFO**, entregó financiamiento de \$32.676.307 para la ejecución de malones de Mentorías en turismo en la ciudad de Valdivia.
- **Minera Los Pelambres**, que entregó un financiamiento de \$44.864.372 a través del programa Somos Choapa para llevar a cabo la Gran Mateada, una adaptación de El Gran Malón en los valles de Choapa, Chalinga, Camisa y Salamanca Urbano.

## **ESTRATEGIA DE GOBERNANZA**

En la nueva estrategia de gobernanza se prescindió del Consejo Consultivo, adoptándose el Gran Malón como una iniciativa emblemática de Fundación Ciudad Emergente que sería trabajada fuertemente con la ciudadanía. De esta forma la estrategia de

## ¿DE QUÉ MANERA TE ENTERASTE DEL GRAN MALÓN 2018?



gobernanza 2018 se levanta sobre la extensa y diversa red construida entre maloneros, embajadores y colaboradores durante el año 2017, quienes fueron invitados nuevamente para que se hicieran partes de la iniciativa y apoyaran en la replicabilidad de los malones en todo Chile.

La red reactivada fue integrada por Organizaciones de la Sociedad Civil tales como: Creo Antofagasta, Activa Valdivia, Fundación Urbanismo Social, Fundación Junto al Barrio, Espacio Lúdico, Fundación Mi Parque, Fundación Casa de La Paz, Base Pública, entre otras, con quienes se dio continuidad al proceso iniciado en el 2017, fortaleciendo los vínculos que permitieron replicar malones en diferentes espacios y ciudades de Chile.

Además, se invitó a los antiguos maloneros y maloneras a sumarse una vez más al Gran Malón e impulsar nuevamente malones en sus territorios.

Otra de las acciones desarrolladas durante los primeros meses del proyecto, fue convocar a los gobiernos regionales para invitarlos a apoyar la iniciativa, a fin de mejorar la gestión en la solicitud de permisos de cierre de calle, facilitando la realización de malones y promoviendo a nivel comunal la iniciativa como una herramienta innovadora de participación comunitaria, flexible y sencilla. Para ello se llevaron a cabo reuniones con las autoridades municipales y las Direcciones de Desarrollo Comunitario, en los municipios de La Florida, Macul, Ñuñoa, Santiago Centro, Providencia, Peñalolén y Estación Central, con quienes además se evaluaron posibilidades de convenios futuros y proyecciones de trabajo colaborativo.



▲  
Maloneros y  
participantes en el  
lanzamiento de  
El Gran Malón

## ESTRATEGIA DE DESCENTRALIZACIÓN

La estrategia de descentralización se enfocó a generar acciones para expandir el Gran Malón hacia nuevos barrios, zonas y localidades. Una de las principales medidas fue diversificar el formato del Gran Malón, adecuándolo a nuevos contextos y disponibilizándolo como una táctica capaz de poner en valor la propia identidad local.

Se propusieron dos nuevas variantes dentro del concepto del Gran Malón, que se desarrollaron estratégicamente en la zona norte y sur del país, integrando nuevos territorios y actores al proceso de participación ciudadana. El primero de ellos correspondió a las “Mentorías en malones”, una invitación a los emprendedores relacionados con el turismo y comunidad en general de Valdivia, para participar en formato de Malones Urbanos, de una serie de mentorías que buscaban provocar una conversación sobre el desarrollo estratégico del turismo de Valdivia. Esta iniciativa se llevó a cabo durante siete meses y impulsada por Fundación Ciudad Emergente en articulación con Activa Valdivia y financiada por el Programa de Apoyo al Entorno para el Emprendimiento y la Innovación, de CORFO.

*Mentorías en Malones con emprendedores y comunidad de Valdivia*

El segundo formato fue “La Gran Mateada” que se llevó a cabo de forma masiva el día 28 de abril en la provincia del Choapa, específicamente en la localidad de Salamanca de la Región de



Coquimbo. Esta iniciativa que surgió desde el propio interés de la comunidad y su anhelo por rescatar sus tradiciones populares, donde el mate se identifica como un elemento identitario que los reúne. La Gran Mateada contó con el financiamiento de Minera Los Pelambres a través del programa Somos Choapa, lo que permitió disponer apoyos en Santiago y una coordinadora territorial local en Salamanca.

Además, se impulsaron dos malones urbanos en el marco de la Maratón Social de Santiago, el día 8 de abril, invitando a los vecinos del sector del Mercado Central en la comuna de Santiago y del Estadio Nacional en Ñuñoa, a salir a las calles para disfrutar de un desayuno y espectáculos callejeros, alentar a los maratonistas y conversar sobre temáticas que hacen sentido desde los propios territorios, como fueron la migración, el patrimonio local y la integración social.

Gráfico 03

### NUEVOS FORMATOS DE EL GRAN MALÓN





►  
Mentorías  
en malones,  
Valdivia.



►  
Maratón  
Social, Estadio  
Nacional.



►  
La Gran Mateada,  
Provincia de  
Choapa



## ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

En este segundo año de malón y ya sin la contingencia del proceso constituyente, se replanteó el mensaje con el cual se quería convocar y la estrategia comunicacional que debía ser atractiva, positiva y contagiadora.

Respecto al mensaje, durante el Gran Malón del 2017 se invitó a la ciudadanía a reunirse en torno a una mesa, disfrutar de una comida y conversar sobre qué le pondrían a Chile. En base a esta pregunta aparecieron varios conceptos entre los que destaca el respeto, la

solidaridad y la confianza. Teniendo esto en consideración, se decide apostar por la confianza como una práctica posible de ser fortalecida paulatinamente, considerando además que de acuerdo con estudios realizados por *World Value Survey* (2014) Chile presenta en la actualidad uno de los índices más desalentadores en términos de confianza interpersonal, ya que solo el 12,4% declara confiar en alguien que no conoce. Es decir, un 87,6% de los chilenos desconfía del otro, lo que tiene repercusiones en el debilitamiento de las relaciones interpersonales de los chilenos y la fragilidad de los vínculos sociales.

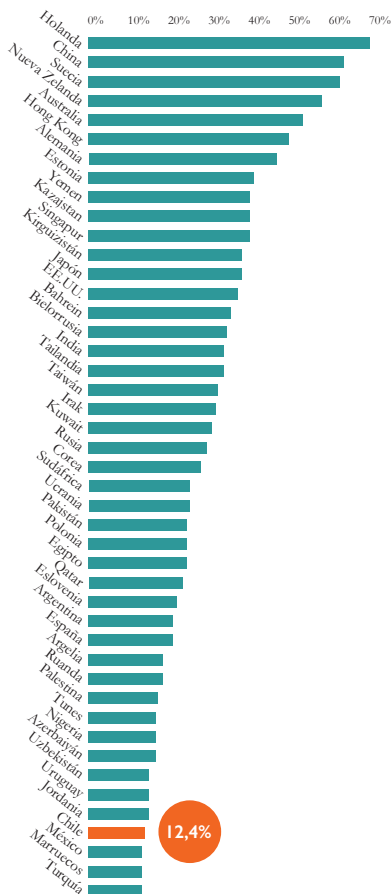
Considerando esto, se propone como idea gatillante para la segunda versión del Gran Malón, la pregunta ¿Cuál es tu receta para confiar?, intentando provocar la conversación vecinal a lo largo de las mesas maloneras de todo Chile.

Definido el mensaje, el centro de la estrategia comunicacional del Gran Malón 2018 estuvo puesto en transformar la invitación de reunirse en torno a una mesa para fortalecer los vínculos vecinales en una causa común. La agencia de publicidad *Waves* estuvo a cargo del desarrollo y ejecución del plan de medios y comunicaciones, el cual se puso en marcha mediante una campaña digital

Gráfico 04

### CONFIANZA ENTRE LAS PERSONAS

% que afirma "Se puede confiar en la mayoría de las personas"



## PLAN DE MEDIOS

### REPOSICIONAMIENTO

- MENSAJES CLAVE
- 16 - 22 de Marzo 2018

### RELANZAMIENTO

- KICK OFF
- 22 de Marzo 2018

### AUTOGESTIÓN

- TRASPASO DE CONOCIMIENTO (DESCARGABLES)
- 22 de Marzo 2018

### CONFIRMACIÓN

- SÚMATE A UN MALÓN
- 2 - 6 de Abril, 2018

### CAUSA

- #SACATUMESA
- 7 de Abril, 2018

implementada durante los meses de marzo-abril, con un plan de reposicionamiento y relanzamiento en redes sociales.

El plan de reposicionamiento se inició el 16 de marzo anunciándose, a través de las redes de Ciudad Emergente, la proximidad del evento pero sin entregar mayor información para mantener el suspenso e interés de la audiencia.

En Twitter, Facebook e Instagram se implementaron covers (imágenes de fondo) con el anuncio, además de stories y encuestas, testeando así tendencias de participación y levantando datos sobre los intereses generales en torno a El Gran Malón.

En la etapa de relanzamiento se emitieron mensajes audiovisuales, difundiendo el evento desde las redes, con videos de los

embajadores invitando a sumarse el 7 de abril a El Gran Malón.

Las stories de Instagram cobraron especial relevancia al ser patrocinadas, además de incrementar valor con las recetas de cocina compartidas en la plataforma. Esto, sumado a la particular gráfica utilizada, marcó un hito en términos de posicionamiento de marca en redes.



1.217.857 personas vieron alguna de las 134 publicaciones de la campaña, ya sea a través de la página de Facebook CEM + EGM, el evento en Facebook CEM y la cuenta en Instagram CEM + EGM. De ellos un 2,88% de personas dieron me gusta, hicieron comentarios, compartieron o pincharon el enlace de la publicación. 6.617 personas visitaron el sitio del [elgranmalon.cl](http://elgranmalon.cl) y descargaron el kit malonero.



# ETAPAS Y ACTIVIDADES

Si bien El Gran Malón es un hito que ocurre de forma paralela en todo Chile, es un proceso que se inicia mucho antes de la fiesta la ciudadana y no se acaba con su ejecución.

A continuación se describen las etapas de todo el proceso de El Gran Malón 2018:



## ETAPA I: ACTIVANDO REDES.

Durante los meses de febrero y marzo se retomó el contacto con las diferentes organizaciones de la sociedad civil, que habían sido parte de la red articulada durante el proceso de El Gran Malón 2017, invitándolos a ser parte una vez más del Gran Malón y promover colectivamente la replicabilidad de malones en las diferentes regiones del país.

Algunas de las organizaciones que se reactivaron fueron:

- **Activa Valdivia**, con quienes se impulsaron colaborativamente mentorías en malones sobre la actividad turística de la ciudad Valdivia, que permitió generar una red de trabajo de emprendedores turísticos de la zona.
- **Creo Antofagasta**, que junto a sus encargados territoriales y las Juntas de Vecinos de Cirujano Videla, Villa Las Américas, Corvallis, Lautaro y El Golf, realizaron 5 malones en la ciudad.

- **Fundación Junto al Barrio (JAB)**, que junto al malonero Lucio Díaz impulsaron nuevamente un malón en la población Los Nogales, en el sector de Estación Central y promovieron 3 nuevos malones en la Región de Coquimbo, uno en conjunto con la Junta de Vecinos Cristóbal Moya y otros dos en la población Santa Lucía y Pedro Aguirre Cerda del sector de La Antena en la ciudad de La Serena. Los malones permitieron en estos casos, conocer los anhelos, fortalezas y necesidades de los territorios en los que Junto al Barrio ha comenzado su intervención, aportando al proceso de diagnóstico y participación social.
- **Fundación Casa de la Paz**, quienes por segundo año impulsaron un malón en el Centro Penitenciario Colina II, en donde se compartió un almuerzo con los internos y se conversó sobre la confianza, la familia, reciclaje, plantas y experiencias de vida.
- **Fundación Sordos de Chile**, nuevamente impulsaron un malón en el Parque O'Higgins, donde la conversación estuvo puesta principalmente en la integración de las personas con capacidades diferentes y en cómo pensar espacios de convivencia más incluyentes.
- **Valpo Urban Lab y Comunidad Barrio Puerto**, organizaron el primer Malón del Barrio Puerto en Valparaíso, donde vecinos, locatarios y líderes vecinales compartieron una comida en la tradicional Plaza Echaurren y conversaron sobre confianza, colaboración, honestidad, escucha y participación.

Maratón Social fue otro de los grandes aliados del Gran Malón 2018 y es que en su objetivo por hacer de Maratón una fiesta ciudadana que celebra la ocupación del espacio público desde el deporte y las calles, apostó por impulsar junto a Ciudad Emergente, dos malones urbanos durante la Maratón de Santiago, congregando vecinos y artistas callejeros en los sectores del Mercado Central y el Estadio Nacional.

Otras organizaciones que participaron fueron Base Pública, Fundación Colunga, Tironi y Asociados, Corporación Pebre, Espacio Lúdico, Ogilvy, Guapo Films, Grupo Scout San Gaspar, entre otros.

Finalmente se establecieron redes de apoyo con algunos de los municipios de la ciudad de Santiago, y donde el apoyo de algunas Direcciones de Desarrollo Comunitario fueron claves tanto para convocar a las organizaciones sociales de base, como para la gestión de permisos y cierre de calles. Dentro de las alcaldías que se sumaron al desafío del Gran Malón 2018, estuvieron:

- Municipalidad de Santiago

- Municipalidad de Providencia
- Municipalidad de Macul
- Municipalidad de Ñuñoa
- Municipalidad de Peñalolén

## **ETAPA 2: ENCENDIENDO MOTORES**

### **LANZAMIENTO Y MALONES INAUGURALES**

El día 22 de marzo se celebró el lanzamiento del Gran Malón en el edificio de Base Pública en Santiago, y contó con la presencia de dirigentes barriales, vecinos, vecinas, líderes de Fundaciones, ONG'S, alianzas privadas y autoridades participaron de la experiencia disfrutando de una rica comida y espectáculo musical, recreando el espíritu colectivo del Malón e inspirándose para organizar sus propios malones en sus territorios.

Entre los vecinos participaron antiguos y nuevos maloneros de diferentes barrios de Santiago y Valparaíso, entre ellos: vecinos de Barrio Lastarria, Matta Sur, García Moreno, Barrio Yungay, Barrio El Llano, Villa UC Macul, Comité de Seguridad de la Reina, vecinos de parque Inés de Suárez, vecinos de Barrio Puerto, entre otros. Además participaron representantes de organizaciones de la sociedad civil, tales como: Fundación Junto al Barrio, Circo Social, Espacio Lúdico, Fundación Sordos de Chile, Base Pública, Grupo Scout San Gaspar, Casa en Blanco, Centro Cultural América Latina de Villa Portales, entre otros.

El lanzamiento contó además con la colaboración de cervezas Kross, Coca Cola y el restaurante 2661, quiénes otorgaron calidez al espacio, enriqueciendo desde la comida y los bebestibles, el encuentro y disfrute.

Luego del lanzamiento se llevaron a cabo dos malones inaugurales; el primero de ellos con el apoyo de la Dirección de Desarrollo Comunitario de la Municipalidad de Macul, en la plaza del sector Villa Universidad Católica, y el segundo apoyado por Fundación Casa de la Paz en el recinto penitenciario Colina II. La cobertura realizada por Mega Televisión en el matinal Mucho Gusto de Mega permitió reforzar la invitación a impulsar o sumarse a los malones.

## **ETAPA 3: NUEVAS AUDIENCIAS - DISTRIBUCIÓN DEL KIT DE HERRAMIENTAS**

Una de las innovaciones realizadas este 2018 fue el re-diseño la “Cajita malonera” con el fin de actualizar los contenidos y mejorar el kit de herramientas en función de la experiencia del año anterior y con la intención de apoyar de manera lúdica y creativa la autogestión de los malones.

El Kit en su versión 2018 contuvo lo siguiente:

1. Guía paso a paso para realizar un malón,
2. Guía de juegos y actividades propuestas para realizar al aire libre,
3. Pregunta orientadora del malón “Cuál es tu receta para confiar”,
4. Afiches a color y en blanco/negro para difundir la actividad,
5. Formato de carta de permiso de cierre de calle para enviar al municipio,
6. Recetario de comidas nacionales e internacionales para cocinar en el malón,
7. Banderines de colores de género para ornamentar el espacio,
8. Guía para fabricar banderines,
9. Tizas de colores para utilizar en los juegos y actividades,
10. Mantel para vestir la primera mesa que se saca a la calle,
11. 30 stickers para colocar los nombres de los participantes.



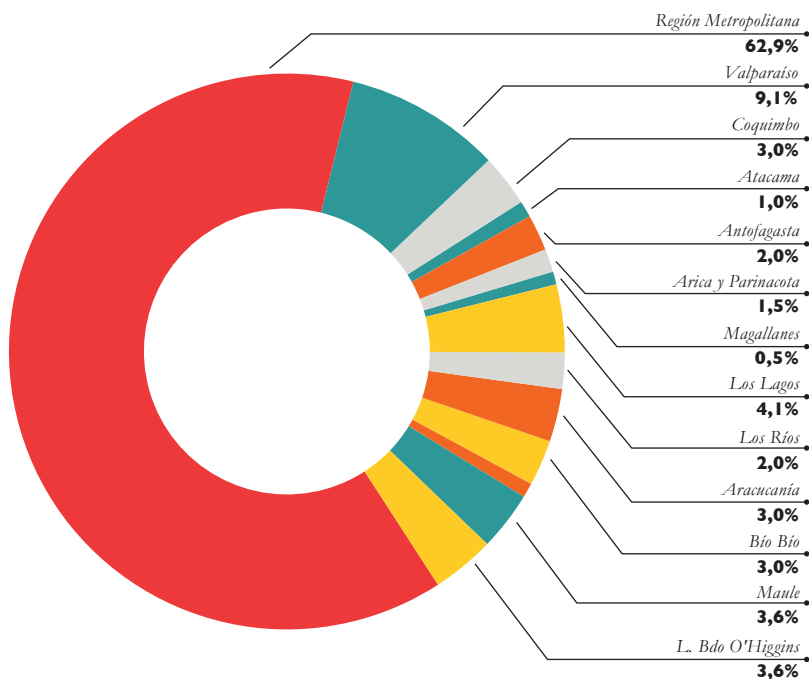


El kit de herramientas pone a disposición de los maloneros diferentes elementos que facilitan la organización del malón y colaboran también con la promoción y gestión de los espacios públicos locales.

Desde Marzo del 2018 a través de la página web *www.elgranmalon.cl* las personas interesadas pudieron descargar todo el material escrito de forma digital. Desde marzo hasta fines de abril, hubo alrededor de 200 descargas del kit desde 64 comunas a lo largo de Chile:

Gráfico 05

**DESCARGAS DEL KIT A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB REPRESENTADAS EN REGIONES**

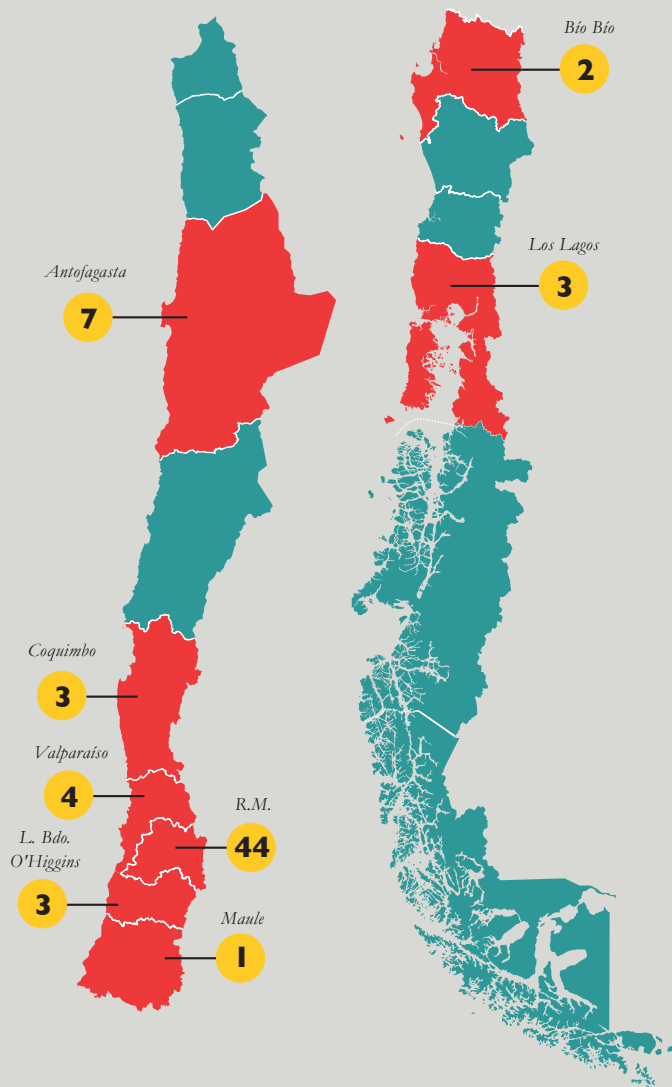


Durante el lanzamiento del Gran Malón se hizo entrega de las primeras Cajita Malonera, posteriormente se coordinó la entrega de los kit a los interesados que llegaron hasta la oficina de Ciudad Emergente. Además, se enviaron a regiones kit maloneros para apoyar a la distancia la autogestión local.

Se hizo entrega de 65 cajitas maloneras distribuidas geográficamente de la siguiente manera:

Gráfico 06

### DISTRIBUCIÓN DE LA CAJITA MALONERA A LO LARGO DE CHILE



## ETAPA 4: PARTICIPANDO, EL DÍA DEL GRAN MALÓN

El 7 de abril, día de El Gran Malón, en 14 comunas de Chile de forma paralela vecinos se reunieron en sus calles, plazas, sedes vecinales y chanchas para conocerse, compartir y conversar. El equipo de Ciudad Emergente se desplegó a nivel de Santiago, para acompañar los diferentes malones, compartir la experiencia con los maloneros y vecinos y enriquecer el vínculo con los diferentes participantes y comunidades. Se comparte y transmite desde un relato ciudadano el sentido social que promueve el Malón, nutriendo desde la mesa y sus diálogos, el valor de lo comunitario y el encuentro vecinal.

Durante el día del Gran Malón, ocurrieron de forma paralela 58 malones (dentro de los registrados), además de los dos malones que se ejecutaron en el marco de la Maratón Social, cifra a la que luego se sumó la ciudad de Salamanca con 38 mateadas que paralelamente se llevaron a cabo el día 28 de abril en los valles de Choapa, Chalinga, Camisa y Salamanca Urbano, movilizandando a 824 salamanquinos y salamanquinas en 27 localidades.

Gráfico 07

### RESULTADOS GENERALES: LA GRAN MATEADA



Salamanca Urbano

🕒 11 Mateadas  
👣 227 Mateadores

Valle Chalinga

🕒 4 Mateadas  
👣 77 Mateadores

Valle Choapa

🕒 14 Mateadas  
👣 310 Mateadores

Valle Camisa

🕒 9 Mateadas  
👣 210 Mateadores

**Total:**

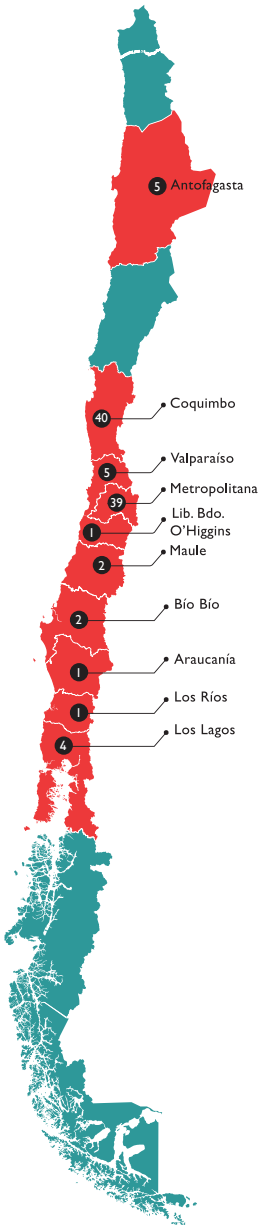
🕒 38 Mateadas

👣 824 Mateadores

**DURANTE EL AÑO 2018,  
SE EJECUTARON 100  
MALONES, LOS QUE A LA  
FECHA HAN MOVILIZADO  
A MÁS DE 3500 PERSONAS**



## MALONES A LO LARGO DE CHILE



De forma posterior se registraron malones en las ciudades de La Serena y La Calera, y en las comunas de La Reina, Las Condes, Barrio Vaticano chico, entre otras.. Lo interesante de ella es que ha sido la propia ciudadanía la que de forma autónoma ha adoptado la idea del malón como una forma diferente y atractiva de convocar internamente en sus territorios.

En síntesis durante el año 2018, se ejecutaron 100 malones, los que a la fecha han movilizado a más de 3500 personas (considerando un media de 35 participantes por malón) a lo largo de 10 regiones del país.

### ETAPA 5: EVALUANDO LO REALIZADO - SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PROCESO DE AUTOGESTIÓN

Para evaluar la experiencia del Gran Malón en su segunda versión 2018 se decide seleccionar dos dimensiones de abordaje: (1) La herramienta implementada y sus efectos en términos de relaciones comunitarias y capital social, (2) La actividad comunicacional, midiendo el alcance de las actividades realizadas y la comunidad creada en redes sociales.

#### EVALUACIÓN DE LA HERRAMIENTA: LOS EFECTOS COMUNITARIOS

Para la evaluación de las actividades se construyó un instrumento de medición basado en la “Encuesta Sentido de Comunidad”, elaborada en la primera versión del Gran Malón. La Encuesta Sentido de Comunidad evalúa por un lado las actividades desarrolladas, y por otra, permite tener una aproximación al capital social de las comunidades encuestadas. Esta es una encuesta de construcción propia que tomó (1) la estructura de metas propuestas para este proyecto y (2) la estructura que aborda la encuesta que realiza The Big Lunch luego de sus encuentros. La medición se hizo mediante un sistema online, y el universo estuvo definido por los organizadores de malones (60 personas pertenecientes a diferentes regiones de Chile). La aplicación del instrumento se realizó entre el 11 de abril al 4 de mayo de 2018, lográndose un retorno de 30 casos.



### Principales hallazgos

- La edad promedio de los organizadores de malones fue de 38 años, observándose una mayor proporción de mujeres quienes representaron el 70% de los maloneros. La mayoría de los maloneros registran un nivel educacional alto siendo un 46,7% universitario completo y 33,3% estudios de postgrado.
- Un 57% más de la mitad de los maloneros organizó su malón de forma independiente, es decir, sin pertenecer a ninguna organización territorial, funcional ni comunitaria en sus barrios. Un 53% de ellos señala que nunca se habían realizado eventos similares en sus territorios.
- El Gran Malón como herramienta autogestionada por las comunidades, utiliza en su gran mayoría el espacio público para su desarrollo, convocando a 35 personas según la mediana de los malones registrados.
- El 100% de los organizadores de malones, señalaron que los “Malones Urbanos” generaron un impacto positivo en su comunidad y un 67% de los maloneros cree que después del Gran Malón confía más en sus vecinos.
- Un 86% los maloneros aseveran haber tratado temas relevantes para la comunidad, entre los que destacan el sentido de comunidad, confianza, convivencia y buen trato, vínculos y vida comunitaria, y futuro de la comunidad. Se destacan también en los temas de

conversación aquellas problemáticas específicas de los barrios como seguridad e iluminación.

- El malón es asociado a diferentes ideas según los propios maloneros, destacando conceptos como: comunidad, compartir, encuentro, humanidad y solidaridad.
- 100% de los organizadores de malones señaló que participaría en una nueva versión del proyecto, con lo cual es posible afirmar que el Gran Malón tiene proyección en el futuro.

Gráfico 09

#### CONCEPTOS ASOCIADOS AL MALÓN



- En términos de alcance de la iniciativa, es posible señalar que 10 regiones participaron del Gran Malón este 2018, desarrollándose principalmente en sectores urbanos. Su impacto es mayor en las Regiones de Coquimbo, producto principalmente de la Gran Mateada en donde 27 localidades se realizaron mateadas y la Región Metropolitana donde 14 comunas se sumaron a la iniciativa y principalmente aquellas localizadas en el sector centro y oriente de Santiago.
- En relación a la pregunta “¿Cuál es tu receta para confiar?” las principales respuestas se relacionan con la necesidad de conocerse, saludarse, comunicarse, perder el miedo al encuentro, liberarse de los prejuicios, la sinceridad en el vínculo vecinal, el compartir, y la amabilidad.

Hablar con la verdad,  
abrir el corazón y  
mirarnos a los ojos



Organizar un malón  
compartido y bailable para  
conocernos mejor y tener  
una convivencia inolvidable.

Crear que en comunidad  
podemos hacer cosas  
mejores

Ser buena onda para  
vincularse aprovechando  
los espacios

Aprender a  
saludar a los  
vecinos



Liberarse de  
prejuicios



Liberarse de  
prejuicios

Reunir a los vecinos para  
darles a conocer el  
deseo de compartir  
como una gran familia





**Ser amable** **Alegría**  
**Compartir** **Comunicación**  
**Ser sincero** **Otros**  
**Conocer al otro**  
**Ser solidario** **Malonear**  
**Saludar al vecino**  
**Perder el miedo**

## EVALUANDO LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

La estrategia comunicacional implementada durante el Gran Malón 2018 consiguió convocar a la mayor parte de los asistentes al evento, pues un 56,7% de éstos declara haberse enterado de la invitación a través de redes sociales.

Con un alcance total de 1.217.857 personas que vieron las publicaciones, la campaña implementada en redes sociales consiguió posicionar el evento, aumentando la comunidad digital de CEM, tanto en Facebook como en Instagram, plataformas en las que se invirtió para promocionar contenidos específicos para su difusión.

Desde esta perspectiva, podemos concluir que la campaña tuvo un buen desempeño, logrando el objetivo de promover exitosamente un mensaje y obteniendo una respuesta favorable a éste.

Sin embargo, al tratarse de una campaña orientada principalmente a las redes sociales, se aprecia que la llegada por medio de mensajes en televisión, radio y prensa escrita es muy baja o prácticamente inexistente. Entonces, y en base a esta evidencia, queda planteado el desafío de diversificar la estrategia comunicacional del Gran Malón a futuro, impulsando el evento y su espíritu a través de las distintas plataformas de difusión y no sólo las redes sociales, siendo capaces al mismo tiempo de generar alianzas que motiven a líderes de opinión a abrazar el concepto de fortalecer los vínculos entre comunidades, contagiando a otros a participar.

# APRENDIENDO DE LA EXPERIENCIA

## *Proyección del Gran Malón 2019*

Al analizar retrospectivamente los dos primeros años de desarrollo del Gran Malón, se iluminan diferentes aprendizajes y desafíos, que requieren ser considerados para ir mejorando la iniciativa año a año. Considerando también las propias exigencias que el contexto país demanda y las necesidades que socialmente se levantan desde los territorios, las comunidades y sus formas de relacionamiento.

El Gran Malón significa sostener y contagiar un sueño que se sustenta en la necesidad del vínculo, de resignificar los propios espacios y ocuparlos colectivamente, fortaleciendo la participación y el sentido de comunidad. Sin embargo, para que esto ocurra, el Gran Malón debe fortalecerse como hito de participación, asociatividad y encuentro vecinal. El objetivo entonces, está puesto a largo plazo, y apunta a ir avanzando en los niveles de confianza que hoy desalentadoramente sitúan al país entre los más desconfiados del mundo.

Apostando por ello es Ciudad Emergente ha decidido concentrar los esfuerzos durante los primeros meses de cada año, en darle forma y continuidad al proceso articulado en el año anterior, para promover colectivamente el Gran Malón como una forma diferente de pensar la ciudadanía, la participación y los espacios locales. En este sentido, es la propia articulación social generada durante el 2017 y 2018, la que se reconoce como el principal capital social del proyecto.

Se considera un acierto, el haber decidido impulsar el Gran Malón pese a no contar con un financiamiento directo asociado, ya que esto puso a prueba la propia capacidad de autogestión de la Fundación y sus redes con los diferentes actores y organizaciones de la sociedad civil. Esto permitió involucrar a 10 regiones que participaron desde diferentes contextos y localidades, en el desarrollo del Gran Malón 2018, motivado la participación de más de 3500 personas, quienes decidieron salir a la calle con sus mesas para compartir con el otro, un otro que simbólicamente se volvió un conocido, un amigo, un vecino con nombre y apellido, pudiendo inclusive, vivir por primera vez un encuentro vecinal en el espacio público (el 60%).

### **LA INVITACIÓN SENCILLA DEL GRAN MALÓN**

El Gran Malón invita de forma sencilla y cercana a ocupar las calles, las plazas, los pasajes y canchas, todos los espacios comunes donde



antiguamente se reunían los padres, los abuelos y la vecindad para compartir una vida colectiva. La idea es retomar aquellas prácticas que nutrían la vida pública chilena, poniéndolas en valor desde el contexto actual. Es invitar a la ciudadanía a derribar sus propios prejuicios, miedos y desconfianzas, resignificar la otredad e inclusive los lugares y fortalecer desde el vínculo la orgánica vecinal y los espacios físicos de participación y representación.

Se releva con el Gran Malón no solo la vida en comunidad, sino también la memoria social anidada en los antepasados, los mismos que constantemente y hasta el día de hoy relatan y recuerdan con nostalgia los malones de mitad del siglo XX. Habla, por lo tanto, del pasado, invitando a soñar y proyectar desde la auto-organización un país diferente, con ciudadanos capaces de romper las barreras que los alejan, para vincularse y construir desde lo local un nuevo sentido de comunidad.

Fundación Ciudad Emergente impulsa esta iniciativa desde un espíritu cívico, lo que implica entender que su objetivo es que las personas se movilicen a través de la autogestión en relación a aquellos motores sociales que las convocan y conmueven. En este sentido, la Fundación promueve el Gran Malón a través de la motivación, el acompañamiento y el apoyo tangible a través de la Cajita Malonera que enriquece y facilita la experiencia de hacer un malón. No hay aquí una búsqueda de dependencia ni asistencialismo, es una invitación que se concreta en la medida en que hay actores locales que desean impulsar espacios de

encuentro, colaboratividad y transformación. Por otro lado, no tiene fronteras ni significados preestablecidos y debe ser cuidadoso como proyecto con la instrumentalización o el marketing excesivo, que puede desviar el espíritu de una iniciativa que se sustenta desde la sencillez y la buena onda, en el sentido de comunidad.

## **LA OPCIÓN POR PONER EN VALOR LOS TEMAS MOVILIZADORES DE LOS MALONES**

Este año, a diferencia del 2017, el Gran Malón no se enmarcó en un contexto predeterminado como fue el proceso de diálogos constituyentes, la intención estuvo puesta en gatillar reflexiones acerca de la confianza, valorándola como una característica actualmente muy debilitada a nivel social en el Chile contemporáneo. La pregunta ¿Cuál es tu receta para confiar?, arrojó diferentes ingredientes para una receta que se debe cocinar colectivamente con convencimiento y paciencia, lo que refuerza la idea de pensar el Gran Malón como un proyecto a largo plazo.

En relación a los temas particulares que aparecieron a lo largo de las mesas maloneras en todo Chile, destacan conceptos asociados al sentido de comunidad, como también a la resolución de problemáticas locales. Otros de los temas fueron los relacionados al espacio público y la posibilidad que se abre desde el Malón, de activarlo como un lugar de encuentro y conversación.

Estos resultados invitan también a reflexionar acerca de los temas que el Gran Malón, como plataforma de activación ciudadana, busca gatillar. ¿Será necesario proponer temáticas o más bien se deberían enfocar los esfuerzos en recoger las conversaciones y énfasis que



aparecen desde los diferentes contextos y rincones del país?, ¿como se relevan dichos temas y cuales son sus significancias?, ¿de qué forma los recogemos, sin caer en la tecnificación de una estrategia tan sencilla y cercana como el Gran Malón?

## **EL GRAN MALÓN IRRADIA SU ENERGÍA A LOS 365 DÍAS DEL AÑO**

El Gran Malón como iniciativa tiene una adherencia mucho más amplia que salir un día al año compartir una comida en los espacios públicos. Si bien esta experiencia es única, es importante considerar que hay ciudadanos que no pueden salir a la calle el día propuesto por Ciudad Emergente, pero que cautivados con la idea del Gran Malón deciden realizar sus malones en otros momentos del año. Así lo revelan los datos recogidos este año, que muestran que alrededor de 30 malones se realizaron en otras fechas, lo que representa un 50% más de los malones registrados en la versión 2018 del Gran Malón.

Por lo tanto, es necesario definir el cómo Ciudad Emergente acompaña esos malones posteriores y de qué manera se registran y comunican dichos encuentros, respetando la autonomía de su organización pero relevando el entusiasmo y la autogestión de las comunidades.

## **HACER DEL GRAN MALÓN UN PROCESO MÁS QUE UN EVENTO**

El Gran Malón es un proceso que considerar tiempos extendidos y que involucra el diseño y desarrollo de una serie de acciones. Para desarrollar la estrategia de gobernanza, financiera, de descentralización y comunicacional, se requiere de tiempo y de un trabajo territorial más intenso y descentralizado, con el fin de promover la iniciativa en lugares y contextos cada vez más diversos. Para ello se requiere estructurar una planificación estratégica, que considere tiempos más holgados para la re-activación de redes y para ampliar la invitación a diferentes organizaciones, actores y colaboradores.

Es uno de los desafíos para el año 2019 es poder diversificar el Gran Malón y disponibilizarlo abierta y cercanamente a los diferentes contextos del Chile actual. En este sentido la iniciativa puede aprovecharse para activar nuevos diálogos y espacios de encuentro, donde prime el respeto a la diversidad y la integración, pudiendo relevarse temáticas como la interculturalidad, la promoción de derechos, el mundo juvenil y sus diversas expresiones, la ancianidad y la infancia, entre otras, lo que podría acercar los imaginarios generando dinámicas virtuosas, que los conecten y visibilicen.



# REFLEXIONES Y CONCLUSIONES FINALES

Pensar el Gran Malón y sus proyecciones futuras, requiere un ejercicio de reflexión constante en el cual Ciudad Emergente debe preguntarse año a año hacia dónde se dirige la iniciativa, cuales han sido sus intersticios, sus alcances y tropiezos, pues en el anhelo por construir ciudades colectivamente. El Gran Malón es sin lugar a dudas uno de los proyectos emblemáticos de la Fundación. Aquel que de forma más permanente puede hacer eco, contagiar, mutar y expandirse, y para ello resulta necesario:

- Pensar el proyecto sobrepasando la lógica de “evento”, para construirlo colectivamente desde el proceso, esto significa además ir más allá de las cifras, para centrarse en la profundidad a sus efectos y en lo que puede gatillarse localmente a partir de esos encuentros.
- El Gran Malón requiere inspirarse mutuamente, con y desde lo colectivo, por lo tanto es necesario integrar las propias miradas de quienes están en los territorios activando sus malones, autogestionando sus espacios y promoviendo sus canales autónomos de participación.
- La iniciativa debe comunicarse acertada y masivamente en diferentes barrios, ciudades y contextos, para lo cual es necesario desarrollar una estrategia comunicacional compleja que logre transmitir el espíritu del proyecto de forma clara, atractiva y cercana.
- Promover el Gran Malón como una estrategia innovadora de participación ciudadana, que integra desde la diversidad y el respeto, a diferentes actores y sectores de la sociedad civil. Se debe avanzar entonces en descentralizar y diversificar la iniciativa, generando una participación transversal e incluyente, que integre diferentes zonas, causas, barrios y contextos con el fin de ir paulatinamente avanzando en la integración social a través de la participación ciudadana.





- Pensar el Gran Malón como un proyecto a largo plazo, que en lo inmediato potencia los vínculos a través del encuentro vecinal, pudiendo progresivamente aumentar los niveles de confianza interpersonal entre los habitantes de una misma ciudad.
- El Gran Malón resignifica los espacios públicos a través de la ocupación sana y lúdica de los vecinos y vecinas, haciendo de los lugares comunes y cotidianos, espacios de encuentro y representación colectiva, lo que progresivamente puede incidir en las percepciones sobre el propio territorio y sus significados. Y es que espacios más transitados y visibles serán siempre entornos más seguros y autorregulados.
- Fundación Ciudad Emergente, como impulsora del proyecto, no conduce el Gran Malón, sino más bien lo incita, promoviéndolo desde la inspiración colectiva y el sentido de comunidad y por lo tanto, respeta su autonomía, su diversidad y formas, apoyando la autogestión de las propias comunidades a través de herramientas de fácil replicabilidad que colaboran en la ejecución de los malones.
- El Gran Malón es posible gracias a la articulación social y el trabajo en red y por lo tanto es necesario año a año avanzar en el fortalecimiento de la red de maloneros y maloneras, la red de embajadores y socios estratégicos que compartiendo los mismos ideales sociales de transformación local-global, deseen sumarse a este desafío de ciudadanía. Por lo tanto se hace necesario, activar espacios a lo largo del año que permitan reforzar la orgánica y el espíritu del proyecto, posibilitando instancias de aprendizaje colectivo, intercambio de experiencias, relatos y anhelos comunes de quienes comparten las mismas ganas por hacer de sus barrios lugares más amables y compartidos.
- Es necesario observar año a año como esto va creciendo y adecuándose a la realidad y sus exigencias, identificando por una parte la relevancia que el Gran Malón tiene como un proyecto masivo de participación ciudadana, y por otra, develando sus principales alcances, retos y posibilidades.

# ANEXOS

## ENCUESTA EL GRAN MALÓN

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
01 Género	Masculino
	Femenino
	Otro
02 Edad	Número
03 ¿Cuál es tu nivel educacional más alto alcanzado?	Sin estudios
	Básica o Preparatoria Incompleta
	Básica o Preparatoria Completa
	Media o Humanidades Incompleta
	Media o Humanidades Completa
	Técnica Superior Incompleta
	Técnica Superior Completa
	Universitaria Incompleta
	Universitaria Completa
	Estudios de Postgrado (máster, doctorado)
04 Participaste de El Gran Malón el año 2017?	Sí
	No
05. Al organizar tu Gran Malón este 2018 ¿Lo hiciste desde alguna de las siguientes organizaciones sociales?	Sí, pertenezco a una organización territorial (Junta de Vecinos, Club Deportivo, Club de Adultos Mayores, Centro de Madres)
	Sí, pertenezco a una organización cultural
	Sí, soy parte de una ONG o Fundación
	No, organicé el malón de forma independiente
06 En el Gran Malón del 2018 ¿en qué comuna se realizó el malón donde participaste?	Pregunta Abierta
07 ¿Entre qué calles se reunieron para realizar el Gran Malón en que participaste este 07 de Abril? Especificar dirección, parque, plaza, recinto (gimnasios, escuelas, canchas, etc).	Pregunta Abierta
08 ¿Cuánta gente crees que asistió al Gran Malón en el que participaste?	Pregunta Abierta

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
09 En tu barrio o comunidad ¿se habían realizado encuentros similares al Gran Malón entre los vecinos? Por ejemplo, almuerzos vecinales, celebración de festividades, entre otros.	<p>Sí, anualmente se realizan actividades de este tipo</p> <hr/> <p>Sí, semestralmente se realizan actividades de este tipo</p> <hr/> <p>Sí, mensualmente se realizan actividades de este tipo</p> <hr/> <p>Sí, semanalmente se realizan actividades de este tipo</p> <hr/> <p>No, nunca hemos realizado actividades de este tipo</p> <hr/> <p>No aplica</p>
10 ¿Crees que hubo colaboración entre los vecinos para organizar el Gran Malón? En términos de conseguir el lugar, gestionar autorización, preparar el espacio, entre otros.	<p>Sí</p> <hr/> <p>No</p> <hr/> <p>No aplica</p> <hr/> <p>En caso de haber existido colaboración ¿en qué fue específicamente?</p>
11 ¿Crees que durante El Gran Malón se trataron temas relevantes para tu comunidad?	<p>Sí</p> <hr/> <p>No</p>
12 Nos interesa mucho saber cuáles fueron esos temas relevantes ¿Los recuerdas? Cuéntanos	Pregunta Abierta
13 ¿Realizaron la actividad de responder la pregunta "Cuál es tu receta para confiar"?	<p>Sí</p> <hr/> <p>No</p> <hr/> <p>No sé</p>
14 ¿Cuáles fueron los consensos o principales ideas recogidas en torno a la pregunta "¿Cuál es tu receta para confiar"?	Pregunta Abierta
15. ¿Crees que El Gran Malón tuvo un impacto positivo en tu comunidad?	<p>Sí</p> <hr/> <p>No</p>
16. Posterior al Gran Malón ¿Crees que puedes confiar en tus vecinos?	<p>Sí, más que antes</p> <hr/> <p>Sí, pero igual que antes</p> <hr/> <p>No, menos que antes</p> <hr/> <p>No aplica</p>

<b>PREGUNTAS</b>	<b>ALTERNATIVAS DE RESPUESTA</b>
17. Después de El Gran Malón ¿Qué tan frecuente se dan estas estas situaciones?	Encontrarse con los vecinos en la calle y saludarse Visitar a vecinos en sus casas o recibirlos en la tuya Pedir o hacer algún favor a sus vecinos
18. ¿Usted se sumaría a una nueva versión de el Gran Malón el próximo año? Especifique respuesta	Sí No Especifique respuesta
19. ¿De qué manera se sumaría?	Organizando un Gran Malón Participando de un Gran Malón No me sumaría
20. ¿Con qué palabra asocia el Gran Malón?	Pregunta Abierta
21. ¿De qué manera te enteraste de el Gran Malón?	Me contó un amigo/vecino/conocido Por redes sociales (facebook, Instagram, Twitter) Por Televisión Por Radio Por prensa escrita Por eventos/reuniones/capacitaciones antes del 07 de Abril Otro, especifique
22. ¿Te gustaría participar de algún encuentro entre maloner@s de diferentes lugares para compartir experiencias este 2018?	Sí No