

El Gran Malón

REPORTE 2019

El Gran
Malón



CEM • Ciudad Emergente

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

Santiago

2019

Este documento resume lo que fue la tercera versión de El Gran Malón. Iniciativa impulsada por Ciudad Emergente y desarrollada por una red de embajadores, maloneros, meloneras y colaboradores quienes se unieron al desafío de promover y ejecutar malones a lo largo de todo Chile desde la autogestión y la participación ciudadana.

El presente reporte que ha sido desarrollado por el equipo de Ciudad Emergente: Fernanda Anabalón, Ignacia Ávila, José Manuel Guzmán, Verónica Irrázabal, Antonia Madrid, Diego Montoya, Magdalena Pérez, Davor Posac, Isidora Rivas, Sofía Ruz, Kurt Steffens y Javier Vergara, da cuenta del proceso, sus estrategias de vinculación, alcances y los principales desafíos para su replicabilidad. Para la elaboración del informe se observó retrospectivamente el camino recorrido para desde ahí levantar aprendizajes que permitan seguir trazando un proyecto que se piensa a largo plazo, desde la colaboración mutua de los diferentes actores y habitantes de la ciudad para la promoción de encuentros y construcción de confianza social.

Se agradece el trabajo y la colaboración de los más de 300 maloneros y maloneras presentes en 48 comunas y 12 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 2019.

Ilustraciones: Patricia Aguilera.

El Gran Malón

EL 1º PASO PARA CONOCERNOS



INDICE

EL GRAN MALÓN	7
Contexto	7
Orígenes de El Gran Malón	10
NUESTROS APRENDIZAJES	15
El Gran Malón 2017	15
El Gran Malón 2018	16
ESTRATEGIA 2019	19
Objetivos El Gran Malón 2019	19
Estrategias	20
ETAPAS Y ACTIVIDADES	27
Articulando y activando redes	27
Difusión y convocatoria	32
Entrega de la cajita malonera	34
¡El día del Gran Malón!	37
Evaluando los resultados	42
APRENDIENDO DEL PROCESO	49
CONCLUSIONES	53





EL GRAN MALÓN

CONTEXTO

Que la ciudadanía ha dejado de creer en las instituciones y que las personas han dejado de confiar entre ellas, son algunas afirmaciones que se han escuchado en los últimos años. Sean cual sean las razones; el aumento de los escándalos de corrupción en las instituciones públicas y privadas, el incremento de la percepción de inseguridad vinculados a robos y narcotráfico o el dominio de un sistema donde el bienestar y los deseos individuales están por sobre los del colectivo, lo cierto es que la denominada “crisis de confianza” se ha apoderado de las discusiones sociales, políticas y académicas y hoy preocupa a la sociedad en general.

Diversos estudios avalan esta crisis. De acuerdo con La Encuesta Mundial de Valores (2010-2014) solo el 12,4% de los chilenos respondió afirmativamente a la pregunta “¿se puede confiar en la mayoría de las gente?”. En tanto, investigaciones del Centro de Políticas Públicas UC (2016), señalan que Chile se ubica dentro del



“

**EL GRAN MALÓN ES UNA
HERRAMIENTA QUE
INVITA A REPENSAR
LOS VÍNCULOS A PARTIR
DE LA CONFIANZA Y
COLABORACIÓN MUTUA”**



30% de los países con menor confianza social en el mundo, es el 5° país más desconfiado de Latinoamérica y el más desconfiado de la OCDE. Por otro lado, el Tercer Barómetro de la Felicidad (2015), señala que el 56% de las personas encuestadas dijo confiar poco o nada en personas que viven en otros barrios, un 55% declaró tener poca o ninguna confianza en personas de otra ideología política y un 48% en personas de otra clase social.

Los altos índices de desconfianza reduce las posibilidades de cooperación y aumenta la incertidumbre e inseguridad en las relaciones sociales, impactando el capital social de las comunidades, la fortaleza de las democracias y en el desarrollo económico de los países.

En este escenario, Ciudad Emergente, en su desafío por construir colectivamente ciudades para hacerlas más vivibles, propone abordar esta problemática, repensando las formas tradicionales de acercamiento social y participación ciudadana, posicionando el espacio público como el lugar para promover el encuentro, el vínculo y la interacción social de forma atractiva e innovadora.

Surge entonces “El Gran Malón”, intervención de corto plazo que invita a vecinos y vecinas de todo Chile a organizar malones un mismo día en calles, plazas y espacios públicos, con el objetivo de avanzar en un cambio de largo plazo relacionado a aumentar los niveles de confianza interpersonal en el país. Es una fiesta que a través del rescate los espacios comunes propicia el encuentro vecinal, promueve la participación ciudadana y fortalece los vínculos sociales desde la identidad local.

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

Entonces, 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.
- 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. Un encuentro vecinal que propicia 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. Una estrategia para fortalecer el tejido social, poniendo en valor el sentido de comunidad y la auto-organización en torno a un objetivo común.

ORIGENES DE EL GRAN MALÓN

El concepto del “Malón”, es un término anclado en la memoria chilena, que ha ido mudando con las décadas respondiendo a la historia social, cultural y política del país. En sus inicios, el Malón era 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, atacando inesperadamente los asentamientos 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 indígenas¹.

A mediados de siglo xx , el concepto cambia, la noción de “invasión” se asocia a la idea de fiesta. Se comienza a denominar como malones a aquellas celebraciones organizadas en el campo, dónde se “invadía” sorpresivamente la casa de alguna familia vecina, para compartir y festejar. Los participantes se organizaban para llevar las provisiones necesarias; comida, bebestibles y música. Los dueños de casa por su parte, eran invitados espontáneamente a asumir el rol de anfitriones de la velada².

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 para comer y beber y entre todos construir 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.

1. Biblioteca Nacional de Chile. "Maloqueos", en: Pehuenches y Puelches. Memoria Chilena.

2. Ibid.



▲
Malón en el
año 1962 en
Lo Espejo.
Foto de
Memorias del
siglo XXI

En definitiva, el Malón se ha ido transformando con el tiempo adquiriendo diferentes matices y significados, pero que 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, celebran juntos el encuentro ciudadano.

Ya no son necesarias invasiones ni salones para celebrar. La invitación es resignificar los lugares comunes y ocuparlos como espacios públicos locales.

El 2012, Ciudad Emergente comienza a impulsar en Chile 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, son reivindicados en sus usos tradicionales, para disponibilizarse como espacios locales de encuentro, disfrute colectivo y conversación.

Ciudad Emergente instala 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 de *The Big Lunch*, una iniciativa impulsada por The 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. En sus más de 8 años de ejecución *The Big Lunch* ha ido creciendo de forma sostenible llegando a congregarse en su versión del 2017, a más de 9,3 millones de personas, en un multitudinario almuerzo que permitió, además de vincular a comunidades de diferentes barrios, levantar proyectos asociativos que tuvieron permanencia continua a lo largo del año.

Valorando esta exitosa experiencia, 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 e 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 tres 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.

A continuación se expone lo que ha sido el desarrollo de El Gran Malón, analizando comparativamente los alcances del 2017, 2018 y 2019 e iluminando sus principales aciertos, efectos y desafíos.



NUESTROS APRENDIZAJES

EL GRAN MALÓN 2017

En el año 2017, las chilenas y chilenos vivieron un importante momento republicano al ser convocados a participar en el Proceso Constituyente, instancia que invitó a definir, a través de diálogos ciudadanos, cuáles eran los principios y temas que debían estar presentes en una Nueva Constitución para Chile.

En este contexto, se desarrollan los “Malones Urbanos por la Constitución”, iniciativa impulsada por Ciudad Emergente, que buscó apoyar el proceso a través de un herramienta de participación innovadora. Para cumplir tal objetivo, se trabajó sobre una estrategia de gobernanza y una estrategia comunicacional, que combinó una fase de socialización de El Gran Malón con un proceso de articulación social, en donde se pilotearon malones y se conformaron alianzas con la sociedad civil y el Estado. De esta forma, se articuló con más de 50 actores claves, la formación de un Consejo Consultivo y una extensa red de embajadores que vieron en la iniciativa una forma atractiva de participación.

Esta estrategia se potenció a través de una campaña comunicacional por distintos medios de comunicación como radios, prensa escrita y televisión nacional y regional. Con un mensaje sencillo: “Llegó la hora de conocernos” y una pregunta: ¿Qué le pondrías a Chile?, se buscó activar las conversaciones en las mesas maloneras.

Además, para apoyar la autogestión en las comunidades, se creó la primera versión de la Caja Malonera, un Kit de Herramientas





que contiene elementos sencillos para apoyar de manera lúdica y creativa la organización y desarrollo de los malones.

La iniciativa fue financiada por la Fundación Open Society, logrando alcanzar más de 114 malones en 8 regiones del país, donde participaron aproximadamente 11.000 personas.

EL GRAN MALÓN 2018

En la segunda versión de El Gran Malón, ya sin el financiamiento de la Fundación Open Society ni un acontecimiento político-social en proceso, el proyecto enfrentó nuevos desafíos: la búsqueda de financiamiento y avanzar en la descentralización de la iniciativa para abarcar nuevas comunas y localidades de Chile.

Para ello, se establecieron cuatro estrategias de acción: estrategia de financiamiento, estrategia de gobernanza, estrategia de descentralización y estrategia comunicacional.

La estrategia de financiamiento, consistió en la gestión de recursos a través de aportes públicos y privados. Entre las organizaciones que aportaron se encuentran; la División de Organizaciones Sociales, CORFO, Coca-Cola, Carozzi, Ogilvy, Cervecería Kross y Minera Los Pelambres.

En relación a la estrategia de gobernanza, se resolvió prescindir del Consejo Consultivo y reforzar el trabajo realizado con la red de maloneras y malorenos, así como con las ONG`s con alta presencia territorial. Además, se convocó a los gobiernos regionales y se realizaron alianzas con autoridades municipales y las direcciones de desarrollo comunitario (DIDECO) de las comunas de La Florida, Macul, Ñuñoa, Santiago Centro, Providencia, Peñalolén y Estación Central.

Para descentralizar, se propusieron tres nuevas variantes dentro del concepto de El Gran Malón: Las “Mentorías en malones”, donde se invitó a emprendedores de Valdivia vinculados al turismo y comunidad para desarrollar conversaciones sobre el desarrollo estratégico en esta temática en la región; “La Gran Mateada”, donde el proyecto adquirió una identidad nacional invitando a vecinas y vecinos a juntarse a compartir un mate; y malones urbanos en el marco de la “Maratón social”, para alentar a los maratonistas y promover la conservación en torno a las problemáticas que enfrentan los territorios.

La estrategia comunicacional centró su mensaje en la importancia de recuperar la confianza, siendo el malón una invitación para reunirse y fortalecer vínculos vecinales, en torno a una mesa. La pregunta gatillante de este año fue: ¿Cuál es tu receta para confiar?

A partir de la definición del mensaje, se reposicionó y relanzó la iniciativa a través de redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), alcanzando más de 1.217.857 personas.

Se desarrollaron 100 malones en 10 regiones y 31 comunas, reuniendo a más de 3.500 personas a lo largo de todo Chile.



ESTRATEGIA 2019

La ejecución de los Malones en los 2017 y 2018 evidenció la urgencia y la necesidad de seguir profundizando en el desafío de construir la confianza entre las personas y re habitar los espacios públicos, para esto se establecieron 3 objetivos los cuales se desarrollaron a partir de la implementación de una estrategia social, una comunicacional y una de financiamiento.

OBJETIVOS EL GRAN MALÓN 2019

1. MAYOR ALCANCE NACIONAL: DESCENTRALIZAR

A partir de los resultados observados el 2018, se puede apreciar que gran parte de los malones se concentraron en la Región Metropolitana y la Región de Coquimbo, en su versión de La Gran Mateada. A partir de este contexto se plantea como desafío reforzar el trabajo de difusión y convocatoria con mensajes claros y atractivos para motivar a más personas en nuevos barrios y localidades a lo largo de todo Chile.

2. DIVERSIFICAR PERFIL DE MALONEROS

Durante el año 2018, el 70% de las personas que coordinaron malones fueron mujeres. Con una edad promedio 38 años, más del 80% de los maloneros declaró poseer un nivel educacional alto.

Con el propósito de diversificar el perfil de los maloneros se reforzó la estrategia comunicacional incorporando nuevos elementos enfocados a seducir a una mayor diversidad de actores. Así mismo se establecieron alianzas con ONG's que abordan distintas temáticas; ambientales, juveniles, adultos mayores, culturales, entre otras, para ampliar y diversificar el alcance de la convocatoria.





3. AMPLIANDO REDES DE COLABORACIÓN

La vinculación con actores es esencial para asegurar el alcance de El Gran Malón a nivel nacional y la llegada de la iniciativa a lugares más alejados. Es por esta razón que durante el 2019, se buscó retomar y reforzar la red construida durante el 2017 y 2018, ampliando y diversificando la convocatoria de actores privados como públicos, colaboradores y maloneros y maloneras comprometidos por la causa.

ESTRATEGIAS

1. ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

Ante la dificultad de poder levantar los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, la estrategia de financiamiento dio un vuelco durante el 2019, siendo Ciudad Emergente quién asumiría los costos de la iniciativa. De este modo, se destinaron recursos humanos y físicos de la fundación para poder llevarlo a cabo. En este proceso de autofinanciar El Gran Malón 2019, colaboró la División de Organizaciones Sociales del Ministerio Secretaría General de Gobierno, imprimiendo la papelería para la Cajita Malonera.

2. ESTRATEGIA SOCIAL

La estrategia social se centró en tres procesos que se desarrollaron entre los meses de enero y abril 2019:

1. Reactivación de las alianzas y redes desarrolladas durante el 2017 y 2018. En esta instancia se contactó entonces a la red de Municipios, ONG´s y gobiernos regionales. Se les invitó a



▲
Maloneros
participantes
El Gran Malón
2019.



▲
Entrevista a
CNN durante
el Malón
Inaugural
en Barrio
República.

sumarse a esta nueva versión bajo el eslogan “El primer paso para conocernos”, desde el mes de enero a marzo.

2. Activación de nuevas redes y audiencias. Para ello, se comenzó realizando un mapeo de actores, generando una priorización según Ministerios y Servicios Públicos, Municipios, ONG´s y organizaciones de base tanto en Santiago como en regiones.

Se les invitaba a colaborar y ser parte del proyecto a través de tres formas: (1) Impulsando y/o coordinando malones en sus territorios, (2) apoyando la campaña comunicacional a través de redes sociales, (3) y articulando a Ciudad Emergente con actores locales.

3. Reactivación de la Red de maloneros y maloneras, buscando fortalecer a la red y fidelizar estos actores con la iniciativa, a través de acciones como los encuentro de maloneros, la creación de canales de información e intercambio de experiencias y el empoderamiento de maloneros y meloneras en regiones como voceros de la iniciativa en sus territorios.

A partir de estos tres procesos, se logró articular y realizar un trabajo en red, basado en la colaboración y apoyo mutuo, la cual que se vio reforzada con la descarga virtual y la entrega física del Kit Malonero³.

3. Kit Malonero o Caja Malonera: set de herramientas y elementos prácticos que facilitan la autogestión de las comunidades.



▲
Entrevistas en
radio Viña FM y
Súbela Radio.

3. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

La estrategia comunicacional para el año 2019 se inició compartiendo mensajes de agradecimiento a los maloneros que participaron de El Gran Malón 2018, y a los actores que apoyaron y acompañaron el proceso, como municipios, organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil.

Además, con el propósito de dar mayor coherencia y visibilidad a nivel nacional e internacional tanto a Ciudad Emergente como al El



▲
Lanzamiento
comunicacional
en Clemente
Fabres,
Providencia

Gran Malón se decide canalizar todo lo relacionado con la iniciativa a través de la página web y las redes sociales de la organización.

Así mismo, se fortalece el mensaje de cómo los encuentros ciudadanos, poder reunirse en torno a una mesa, conversar con tu vecino más allá de un “hola” tímido, es un ascensor que puede mejorar la confianza entre los chilenos.

Definida la estrategia y el mensaje a entregar a los medios de comunicación, se invita a la ciudadanía a realizar sus malones autogestionados 13 de abril a través de la televisión, diarios, revistas y radios. Personajes públicos, actores, periodistas participación voluntaria a través de videos subidos a Instagram para apoyar la iniciativa relevando la importancia de reunirnos y mostrando el Kit o cajita malonera.

Con el objetivo de motivar a los vecinos se realizar algunas actividades presenciales como un Encuentro de Maloneros en donde maloneros participantes de años anteriores se reunieron para intercambiar experiencias y rescatar aprendizajes. En tanto, el 16 de marzo se realiza el lanzamiento de El Gran Malón donde se invitan a maloneros, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, vecinos, cocineros y bandas a sacar sus sillas, llevar una comida para compartir y disfrutar de una fiesta barrial como puntapié inicial.



ETAPAS Y ACTIVIDADES



I. ARTICULANDO Y ACTIVANDO REDES

Durante los meses de enero, febrero y marzo el equipo de Ciudad Emergente retomó el contacto con organizaciones de la sociedad civil y que habían sido parte de la iniciativa durante el 2017 y 2018. Se les invitó a ser parte una vez más de El Gran Malón y promover colectivamente la replicabilidad en las diferentes regiones donde se despliegan.

Entre las organizaciones que se reactivaron:

- Creo Antofagasta
- Fundación Urbanismo social, sede Puerto Varas
- Fundación Junto al Barrio
- Valpo Urban Lab y comunidad Barrio Puerto
- Maratón Social de Santiago
- Agencia de Gestión Digital Waves





▲
Alcalde
de Renca
recibiendo
la cajita
malonera.

Junto con lo anterior, se retomó el contacto con Servicios Públicos y Municipalidades que ya habían sido parte durante el 2018. Entre ellas encontramos:

- División de organizaciones sociales (DOS)
- Servicio Nacional de Patrimonio Cultural
- Intendencia Regional Metropolitana
- Municipalidad de Providencia
- Municipalidad de Macul
- Municipalidad de Santiago

Paralelo a esta reactivación, se realizó un mapeo de actores claves para priorizar nuevas ONG´s, Municipios e Instituciones públicas que pudiesen estar interesados en ser parte del proyecto, incorporando el principio de descentralización. Para ello, se identificó a los actores claves, a través de un sociograma⁴ y se contactó a través de diversos métodos, invitándolos a sumarse a la nueva versión 2019. La ampliación de la red implicó desarrollar mecanismos internos para el seguimiento y acompañamiento a los nuevos actores.

4. El sociograma es un instrumento utilizado para identificar actores y grupos sociales presentes en el territorio, así como también trazar las conexiones entre ellos. Alberich, T, Arnanz, Basagoiti, M, Belmonte, R, Bru, P, Espinar, C, García, N, Habegger, S, Heras, P, Hernández, D, Lorenzana, C, Martín, P, Montañés, M, Villasanté, T y Tenze, A, (2010) Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Manual de metodologías participativas.



▲
Urbanismo
Social, Junta de
Vecinos Verbo
Divino, de
Puerto Varas

El resultado de ello, fue la incorporación a la red de colaboración una diversa organizaciones de la sociedad civil representantes de una amplia gama de temáticas: ambientales, adulto mayor, migrantes, arte y educación, liderazgo, espacios públicos, entre otras.

Organizaciones que se involucraron el El Gran Malón 2019:

- Caritas
- FUSUPO
- Colunga
- Fondo Esperanza
- Fundación Oportunidad Mayor
- Fundación Ciudadanía Inteligente
- Fundación Urbanismo Social Concepción
- WWF Chile
- Fundación Basura
- Servicio Jesuita a Migrantes
- Fundación América Solidaria
- Plades Frutillar
- Fundación Lepe

- Aldea
- Fútbol Más
- Cooperativa Juntos Compremos

Como parte de la estrategia social, también se generaron alianzas con Instituciones Públicas y Municipalidades. En el caso de las últimas, se establecieron redes de apoyo con las Direcciones de Desarrollo Comunitario para la convocatoria a organizaciones de base y para la gestión de los permisos y cierres de calles.

Se destacan las siguientes Instituciones Públicas:

- Instituto de la Juventud (INJUV)
- Seremi Minvu Los Lagos
- Municipalidad de Renca
- Municipalidad de Independencia
- Municipalidad de Cerro Navia
- Municipalidad de La Reina
- Municipalidad de Santiago
- Municipalidad de La Florida
- Municipalidad de Vitacura
- Municipalidad de Pedro Aguirre Cerda
- Municipalidad de Talcahuano
- Municipalidad de Purranque
- Municipalidad de Arica
- Municipalidad de Pica

A la activación anterior, se suma la creación de una red de maloneros y maloneras, nuevos y antiguos, que impulsaron y difundieron la iniciativa en sus barrios. Para mantener el contacto con ellos se creó un grupo de WhatsApp, para poder responder a sus dudas, apoyarlos con el cierre de calles y convocatoria de sus vecinos.

► Vecinos en el lanzamiento de El Gran Malón en Clemente Fabres.



► María Chanchita presentando el Salpicón de Quinoa.



► Presentación de Juana Fé durante el lanzamiento.



2. DIFUSIÓN Y CONVOCATORIA

LANZAMIENTO COMUNICACIONAL

El 16 de marzo se realiza el lanzamiento de El Gran Malón a las afuera de las oficinas de Ciudad Emergente ubicadas en la calle Clemente Fabres. Más de 100 personas; vecinas, vecinos, maloneros, meloneros, ONGs y autoridades disfrutaron de un malón en donde la buena cocina sorprendió a los comensales con un “Salpicón de Quinoa” preparada por la Cocinera María Chanchita (Fernanda Anabalón), y la música de Juana Fé y Mala influencia hicieron bailar a los asistentes. Además, maloneros pudieron motivar a los asistentes contando sus experiencias y resaltando la importancia de retomar la confianza.

Se realizó la grabación para un reportaje de Ahoranticias en Mega sobre El Gran Malón el cual fue emitido el 29 de marzo en la edición central con excelentes resultados e impacto en redes sociales, donde se observó un aumento de 300 seguidores en Instagram y fue Trendic Topic en Twitter con el Hashtag #Elgranmalon.

MALONES INAUGURALES

El día previo de El Gran Malón, se realizaron dos malones inaugurales junto con el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) y la municipalidad de Macul. El Gran Malón Joven, convocada por INJUV y Ciudad Emergente, tuvo por objetivo compartir un desarrollar compartir un desayuno y dialogar sobre la importancia de la participación juvenil en espacios de incidencia. Se desarrolló desde las 9.30 am del viernes 12 de abril en el pasaje General García, en pleno barrio Universitario en Barrio República. Más de 100 estudiantes de la Universidad Mayor, Universidad de las Américas, el Centro de Formación Técnica ENAC se sentaron en una mesa, en plena calle a compartir. Se sumaron a esta iniciativa bomberos, carabineros, vecinos y vecinas del sector, la Seremi Metropolitana de Desarrollo Social, Catherine Rodríguez y la directora metropolitana del INJUV, María Asunción Cekalovic.

Al lugar fue citado el medio CNN Chile quienes realizaron un despacho en directo para el noticiero de la mañana.

Paralelamente, se desarrolló el malón inaugural en el sector de Villa Santa Carolina, en la comuna de Macul. Esta iniciativa, impulsada por los vecinos y vecinas del sector, junto con la



▲ Malón Inaugural en Barrio República.

▶ Vecinos compartiendo durante el Malón Inaugural en Villa Santa Carolina.



Municipalidad de Macul fue una instancia para compartir y conocerse, así como impulsar iniciativas culturales. A la iniciativa se sumaron la Junta de vecinos y el centro cultural de la Villa, Cristina Huidobro de la Intendencia Regional y Axel Pickett Director de Desarrollo Comunitario de Macul.

3. ENTREGA DE LA CAJITA MALONERA

La Cajita Malonera o Kit es un set de herramientas que buscan a apoyar a maloneras y maloneros a gestionar, difundir y desarrollar sus malones de una forma sencilla y creativa.

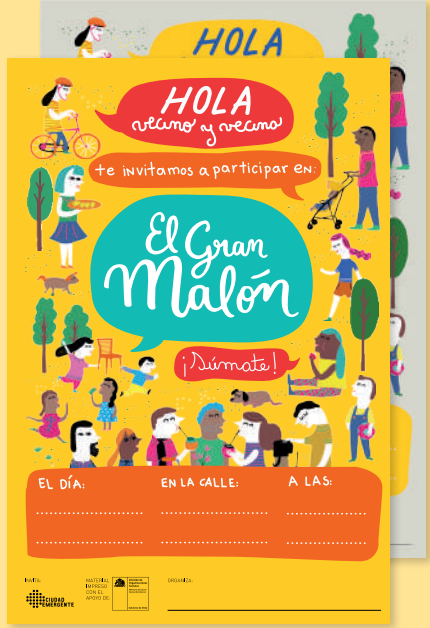
Los vecinos y vecinas que se inscribieron para realizar un malón pudieron acceder a al kit malonero (1) de forma física, recogiendo el kit en las oficinas de Ciudad Emergente o solicitando un envío por correo, (2) o de forma virtual, descargando las piezas gráficas a través de la página web de El Gran Malón.

Su versión 2019, tanto virtual como física, contuvo las siguientes herramientas:

- Guía de pasos para realizar un malón
- Guía de juegos y actividades propuestas para realizar al aire libre
- Afiches para difundir la actividad
- Formato de carta de permiso de cierre de calle para enviar al municipio
- Guía para fabricar banderines
- 30 stickers para colocar los nombres de los participantes

En su versión física, se incorporó además recetas nacionales e internacionales y una pregunta orientadora.

Durante el Lanzamiento Comunicacional se hizo entrega de las primeras cajas maloneras físicas y se puso a disposición la plataforma virtual para descargar el material, dando el puntapié inicial al período de coordinación de entrega con los interesados.



Contenido de la cajita Malonera en su versión 2019.



700

**DESCARGAS DEL
KIT VIRTUAL**

300

**MALONES
PROYECTADOS A LO
LARGO DEL TERRITORIO**

10.000

**PERSONAS
PARTICIPARON
DE UN MALÓN**

Gráfico 02
**DISTRIBUCIÓN
 DE MALONES
 REALIZADOS
 POR REGIÓN**



4. ¡EL DÍA DE EL GRAN MALÓN!

El sábado 13 de abril, vecinos y vecinas de 48 comunas de Chile se tomaron calles, plazas, sedes vecinales y canchas para celebrar, conocerse, compartir y conversar. Fueron más de 300 malones que se realizaron a lo largo del país, abarcando 12 regiones y los que participaron cerca de 10.000 personas⁵.

La iniciativa traspasó fronteras y vecinas y vecinos en de Córdoba, Argentina realizaron “El Gran Malón Cordobés”.

Entusiasmados por saber qué sucedía ese día en Chile, el equipo de Ciudad Emergente se desplegó en la Región Metropolitana para acompañar y compartir con las comunidades, construyendo en conjunto el sentido ciudadano que promueve el Malón: el valor de lo comunitario y la recuperación de los espacios públicos.

12
 REGIONES

48
 COMUNAS

⁵. Se calcula en promedio 25 personas por malón.

▶ Malón en Villa
Fundación,
Macul,



▶ Malón en
Talcahuano.



▶ Malón en Plaza
Padre Letelier,
Providencia.



▶ Malón en Cerro Navia.



▶ Malón en Torres de Tajarar, Providencia.



▶ Malón en Villa Salvador Allende. La Pintana.



▶
Malón en
Plaza Roberto
Espinoza.
Antofagasta.



▶
Malón en
Plaza Ñuñoa,
Ñuñoa. Región
Metropolitana



▶
Malón en calle
Montenegro,
Ñuñoa.



▶ Malón en Barrio Matta Sur, Santiago Centro.



▶ Malón en Puerto Montt.



▶ Malón en Villa Frei. Ñuñoa.



EVALUANDO LOS RESULTADOS DE EL GRAN MALÓN

El urbanismo táctico requiere de herramientas para poder medir los efectos de las tácticas urbanas y generar aprendizajes. En la evaluación de El Gran Malón 2019 se abordaron tres dimensiones: (1) Los efectos del malón en términos de relaciones comunitarias y capital social, (2) la efectividad de la estrategia social, midiendo los resultados de la articulación y su relación con las metas establecidas para este año, y (3) la efectividad de la estrategia comunicacional y su alcance, analizando los mensajes y la comunidad creada en redes sociales.

LOS EFECTOS SOCIALES DE EL GRAN MALÓN

Para conocer los efectos del El Gran Malón en las comunidades se aplicaron dos herramientas: observaciones participantes y encuestas ex-post a maloneras y maloneros.

Observación Participante

Se realizaron 6 observaciones participantes, 4 en la Región Metropolitana y 2 en Valparaíso. En ellas se recopiló información sobre las dinámicas de interacción entre las personas que asistían al encuentro. Para la aplicación de la encuesta ex-post se contactaron a 150 personas de forma on-line y vía telefónica, de ellas 80 contestaron la encuesta y 68 fueron válidas para ser analizadas.

▼
Malón en barrio
Matta Sur,
Santiago Centro.



PRINCIPALES HALLAZGOS

- El Gran Malón 2019 convocó cerca de 300 malones, en 12 regiones y 48 comunas de Chile. La mayoría de ellos se realizaron en sectores urbanos, y un 73% en la región Metropolitana.
- La edad promedio de los maloneros fue de 43 años, existiendo un amplio rango de edad: desde 23 a 76 años. La mayor parte de los maloneros son mujeres (66%) y registran un nivel educacional alto, donde 38% tiene estudios universitarios completos, un 19% es técnico superior completo, y un 14% posee estudios de postgrado.

Gráfico 03

SEXO Y EDAD DE LOS MALONEROS

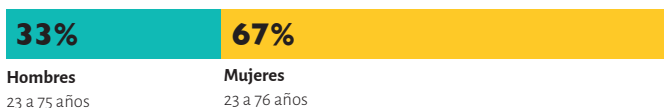
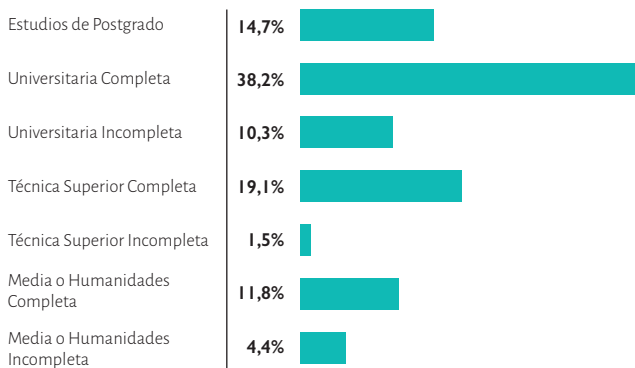


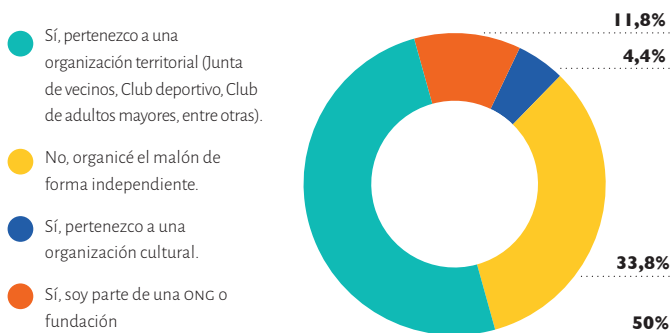
Gráfico 04

NIVEL EDUCACIONAL MALONEROS



Elaboración propia a partir de la Encuesta de Maloneros 2019

- Un 35% de los encuestados, había participado con anterioridad en el Gran Malón como organizador, y un 3% como participante.
- Un 33,8% de los y las maloneras, organizó su malón de forma independiente, es decir, sin pertenecer a ninguna organización territorial, cultural, o comunitaria.
- Un 61% de los organizadores de malones no habían participado antes de esta iniciativa y un 47% de ellos señaló que nunca se habían realizado eventos similares en sus territorios.

AL ORGANIZAR TU MALÓN 2019, ¿LO HICISTE DESDE ALGUNA ORGANIZACIÓN SOCIAL?

Elaboración propia a partir de la Encuesta de Maloneros 2019

- En promedio, los malones convocaron 37 personas⁶. Es importante señalar que la cantidad de asistentes es muy variable, ya que se registraron malones desde 5 a 500 personas.
- El 100% de los organizadores de malones, señalaron que El Gran Malón generó un impacto positivo en su comunidad, porque les permitió conocerse y compartir con los vecinos y la comunidad. Además, el 85% de los encuestados señalan que contaron con apoyo significativo de su comunidad para realizar el malón.

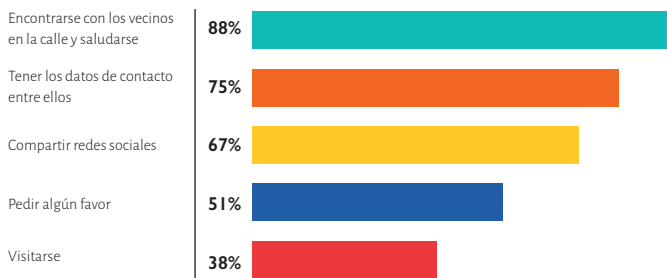
CONCEPTOS ASOCIADOS AL MALÓN 2019

- Se observaron diversas dinámicas en los malones, algunas sencillas e íntimas como compartir y conversar en torno a una mesa o parrilla, otras con mayor nivel de coordinación y organización, con juegos y actividades para niños y adultos. Al mismo tiempo, las relaciones dentro de los malones fueron relajadas, y los grupos se mostraron abiertos a compartir con personas que no conocían e incluir a los vecinos que no habían participado desde el inicio.
- El 88% de los maloneros dijeron que luego del malón fue más común “encontrarse con los vecinos en la calle y saludarse”, un 75% dijo contar ahora con los datos de contacto y un 67% “compartir redes sociales”. Un 51% declaró que ahora siente que puede pedir algún favor, y un 38% que es más común visitarse.

6. No considera 2 malones masivos de 250 (La Reina) y 210 personas (Estación Central), con el objetivo de no distorsionar la media.

Gráfico 06

EFFECTOS ENTRE VECINOS LUEGO DEL GRAN MALÓN 2019



Elaboración propia a partir de la Encuesta de Maloneros 2019

- Un 88% los maloneros consideran que durante el evento pudieron tratar temas relevantes para la comunidad, vinculados a la seguridad, a la importancia de conocerse con los vecinos y participar.
- Además, al profundizar con qué conceptos asocian El Gran Malón, los organizadores señalaron principalmente a la unidad, el compartir y a una fiesta.
- El 100% de los organizadores de malones participaría en una nueva versión del proyecto.

Gráfico 07

CONCEPTOS ASOCIADOS AL GRAN MALÓN



Elaboración propia a partir de la Encuesta de Maloneros 2019

EVALUANDO LA ESTRATEGIA SOCIAL

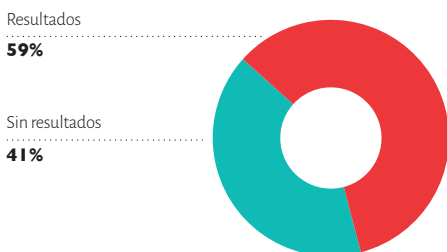
De las 60 organizaciones públicas y privadas contactadas durante el 2019, el 59% aceptaron involucrarse en la iniciativa, 11 de ellas habían participado en las versiones 2017 y 2018, dando una continuidad al proceso de articulación.

El 38% de los maloneros y maloneras se enteró de El Gran Malón a través de una reunión o charla gestionadas por la Ciudad Emergente.

La red de maloneros fue esencial para poder llegar a más territorios y personas, especialmente a través de la gestión con las autoridades de sus territorios.

Gráfico 08

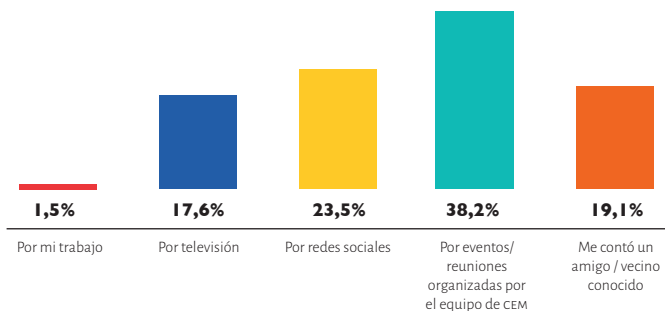
RESULTADOS SEGÚN EL TOTAL DE ORGANIZACIONES CONTACTADAS



Elaboración propia a partir de la Encuesta de Maloneros 2019

Gráfico 09

¿CÓMO TE ENTERASTE DEL GRAN MALÓN 2019?

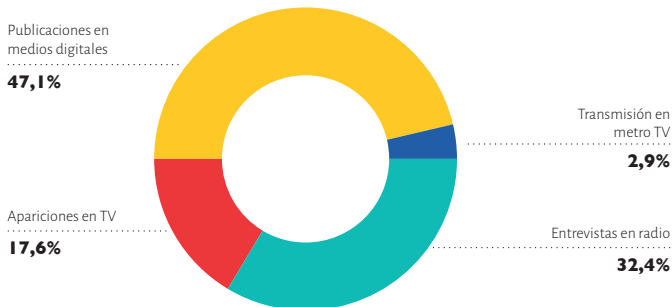


Elaboración propia a partir de la Encuesta de Maloneros 2019

EFFECTOS COMUNICACIONALES DE EL GRAN MALÓN

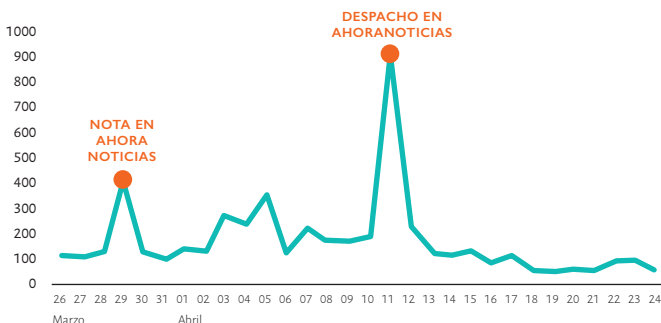
- En las dos semanas previas a El Gran Malón las apariciones en diversos medios fueron en total 34.

Gráfico 10
APARICIONES EN MEDIOS



- Los despachos en directo, como el realizado en AhoraNoticias Matinal tuvo efectos inmediato que se evidenció en las descargas de 206 kits de la página web en un lapso de media hora, considerando que el total de descargas desde el 3 de abril hasta el final de la campaña fue de 748.

Gráfico 11
VISITAS EN LA WEB DE EL GRAN MALÓN




- La presencia en redes sociales fue diario. En promedio, cada publicación de Instagram tuvo 100 likes y desde el inicio de la campaña el número de seguidores aumentó en 1.000. El humor fue parte fundamental utilizando “memes” sobre todo los días viernes. En el caso de Twitter El Gran Malón fue Trendic Topic (tendencia) en dos oportunidades, en el lanzamiento comunicacional y en el día de El Gran Malón. En Facebook y en base a la información recopilada del total de kits descargados (748) 114 personas aseguran haberse enterado por esta red social.



APRENDIENDO DEL PROCESO

Proyectando El Gran Malón 2020




La alta participación en esta tercera versión de El Gran Malón fue resultado de un intenso proceso de activación ciudadana, generación de alianzas y fortalecimiento de la campaña comunicacional. Todo ello fundado en la convicción sobre la urgencia de revertir las cifras de desconfianza interpersonal para construir un país más humano, libre y democrático.

Las estrategias implementadas para el Gran Malón 2019 permitió tener un mayor alcance territorial, descentralizando la iniciativa hacia otras regiones de Chile, incluso en el extranjero, y contagiando a diversos actores para que realizaran malones en sus barrios.

Pero el desafío continúa, construir confianza es una fiesta de largo aliento y a partir de las experiencias del Gran Malón 2019 surgen nuevos desafíos para el 2020:

1. Fortalecer el mensaje clave desde la autogestión y el espacio público



Fortalecer el mensaje de El Gran Malón como “el primer paso para conocernos” a través de algo tan simple como compartir una comida, enfatizando en dos elementos; la importancia de la autogestión y la activación de los espacios públicos.

Si bien es Ciudad Emergente es la que impulsa la iniciativa, son las propias comunidades quienes organizan los malones en sus barrios dándole los colores y sabores que mejor representan la identidad de la comunidad.

Por otro lado, el llamado a realizarlo en los espacios públicos, lugares que permiten el encuentro con otros y fomenta la apropiación y la generación de una identidad colectiva. No obstante, algunos vecinos se enfrentan a la barrera de no poder acceder a los permisos necesarios para poder realizar los malones en las calles o parques. El rol que adquieren los municipios en este sentido es fundamental, apoyando y facilitando el encuentro comunitario pacífico en los espacios públicos.

2. Potenciar el proceso con actores estratégicos

El rol de las organizaciones e instituciones públicas con despliegue territorial es fundamental para descentralizar la iniciativa y motivar la participación. En este sentido, involucrar a estos actores desde etapas tempranas es estratégico tanto para el proyecto, puesto que permite tener un mayor despliegue, como para estas redes, en la medida en que los malones son herramientas que pueden potenciar el trabajo territorial.

Esto último invita a reflexionar acerca de cómo mantener el mensaje y hacer un traspaso de la metodología de El Gran Malón que permita conservar el espíritu autogestión de las comunidades y evitar instrumentalizar la iniciativa. En este sentido, un desafío para el 2020 es, precisamente, fortalecer la comunicación con las organizaciones que trabajamos.

3. Fomentar la Red de maloneros y el trabajo durante el año

El Gran Malón como iniciativa, moviliza a numerosas personas, quienes sin necesariamente pertenecer a una organización, toman el desafío de organizar junto a sus comunidades un espacio de encuentro y convivencia pacífica.

Cada día son más los maloneros y maloneras que se suman, conformando una red comprometida que muchas veces continúa desarrollando estos encuentros en otros momentos del año. Estos vecinos y vecinas son articuladores comunitarios naturales, que acompañados y capacitados con algunas herramientas y habilidades pueden potenciar el desarrollo de sus barrios.

Surge el desafío de generar instancias de formación e inspiración a maloneros y maloneras para potenciar su rol en los territorios al mismo tiempo de fortalecer la red para dar sustentabilidad a El Gran Malón.



4. *Financiamiento sustentable: alianzas, colaboradores y fondos*

El hecho de no haber podido levantar recursos externos para el desarrollo de El Gran Malón 2019, no fue un impedimento para tener un amplio alcance y gran compromiso de maloneras, maloneros y organizaciones colaboradoras. No obstante, afectó el desarrollo de elementos relevantes para la iniciativa, como la cajita malonera. Si bien el kit cumplió el objetivo de dotar de herramientas a las comunidades para gestionar sus malones prescindió de elementos como manteles y banderines, elementos concretos que facilitan un vínculo emocional con la iniciativa.

Surge como aprendizaje y desafío para el 2020, lograr movilizar recursos financieros de terceros, que permitan ampliar el alcance de la iniciativa y fortalecer las herramientas, a través del desarrollo de una estrategia de financiamiento que inicie tempranamente, y que permita al mismo tiempo, mantener la autonomía del proyecto.



CONCLUSIONES

El Gran Malón es una iniciativa que crece año a año gracias a ciento de maloneros y maloneras, ONGs e instituciones públicas que toman el desafío de activar sus territorios para promover el encuentro, el diálogo y el disfrute.

Las más de 10 mil personas en 300 malones a lo largo de todo Chile en 2019, demuestran el interés de las personas de recuperar vínculos y construir confianza, utilizando los espacios públicos, apropiándose y retomando parte de la historia. Y es que al menos un día al año, los ciudadanos y ciudadanas se organizan, las municipalidades facilitan los cierres de las calles y las ONG's y otros actores se suman a las múltiples fiestas de cada región.

La apuesta de Ciudad Emergente es que El Gran Malón irradie su energía durante todo el año, constituyéndose como una herramienta de autogestión para y desde las propias comunidades, que permita ir mejorando poco a poco los vínculos vecinales y con ello avanzar a la construcción de la confianza. El primer paso es conocernos, saber que existimos. El segundo paso es dialogar, descubrir que no somos tan diferentes, o tal vez somos muy distintos pero que compartimos sueños, intereses, inquietudes y problemas similares. El tercer paso es trabajar juntos para hacer de nuestros barrios mejores lugares para vivir.

El Gran Malón es una oportunidad para desde el encuentro en los espacios públicos podamos revertir las estadísticas y avanzar a que el 87% de los chilenos declare que confía en la mayoría de los chilenos.





www.ciudademergente.org

Clemente Fabres 1176, Providencia.

Santiago, Chile