



EL GRAN MALÓN

MALONES URBANOS POR LA
CONSTITUCIÓN: HERRAMIENTAS DE
INNOVACIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
EN PROCESO CONSTITUYENTE
IMPLEMENTADOR: FUNDACIÓN CIUDAD
EMERGENTE

Noviembre 2017
Santiago

REPORTE FINAL

CIUDAD EMERGENTE

Este reporte, corresponde a la implementación de malones urbanos por la constitución: herramientas de innovación de participación ciudadana en proceso constituyente , ejecutado entre los meses de enero y abril de 2017 y cuyos resultados se detallan a continuación.

El presente reporte fue desarrollado por el equipo de Fundación Ciudad Emergente, compuesto por Sofía Ruz, Kurt Steffens, Maria Isabel Varela, Josefina Fortunatti, Davor Posavac, Pablo Soriano, Verónica Irarrazabal, Javier Vergara Petrescu y Consultora Puelche compuesto por Hernán Larraín y Blanca Larraín.

Junto con esto, agradecemos a las más de 50 instituciones que apoyaron esta iniciativa a nivel nacional, y especialmente a; CREO Antofagasta y Activa Valdivia, a la agencia de Comunicaciones Simplicity, a la División de Organizaciones Sociales del Ministerio Secretaría General de Gobierno, al Gobierno Regional Región Metropolitana, Municipalidad de Valdivia, Fundación Superación Pobreza, Programa Servicio País, Fundación Teletón, Fundación Techo, Fundación Colunga, Fundación Ciudadano Inteligente, BASE Pública, XX Bial de Arquitectura de Chile, Comunidad de Organizaciones Solidarias, Fundación Rhonda, Fundación Casa de la Paz, Asociación de Municipalidades de Chile, Fundación Junto Al Barrio, Fundación Acerca Redes, Corporación Pebre, Fundación Mi Parque, Santiago Adicto, La Chimba Cocina con Sentido, ONG Espacio Lúdico, Patio Remolino, Centro Cultural Estación Antofagasta, Antofapatrimonial, Restorán Sanopecado,

Rechanguendo, Fundación Ruinas de Huanchaca, Asociación de Cerveceros Artesanales de Antofagasta, Galería y cowork Matta-Prat, Programa Quiero Mi Barrio del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Consorcio Valdivia Sustentable, la Universidad Austral, el Programa Quiero Mi Barrio de Valdivia, la Chocolatería Peumayen, la cafetería Cioccolato, Bar el Arbol, Tienda La Estrellita, Bar Liobar, la líder de opinión en redes sociales Pamela Matus @PamelaMatus_, el Grupo de Música Newtonjones.

Y especialmente, muchas gracias a las 11,400 personas que se reunieron el día 8 de abril a compartir con sus vecinos en El Gran Malón 2017 a lo largo de todo Chile.

La Ilustración de la Portada es de Pati Aguilera.

EL GRAN MALÓN

MALONES URBANOS POR LA CONSTITUCIÓN:

HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN DE PARTICIPACIÓN

CIUDADANA EN PROCESO CONSTITUYENTE

IMPLEMENTADOR: FUNDACIÓN CIUDAD EMERGENTE

Noviembre 2017

Santiago

REPORTE FINAL



El Gran Malón

CONOCIENDO LO QUE PASÓ

el 8 de abril 2017

EL GRAN MALÓN LOS NÚMEROS

LOS MALONES

114

— Malones —
➤ REGISTRADOS ➤

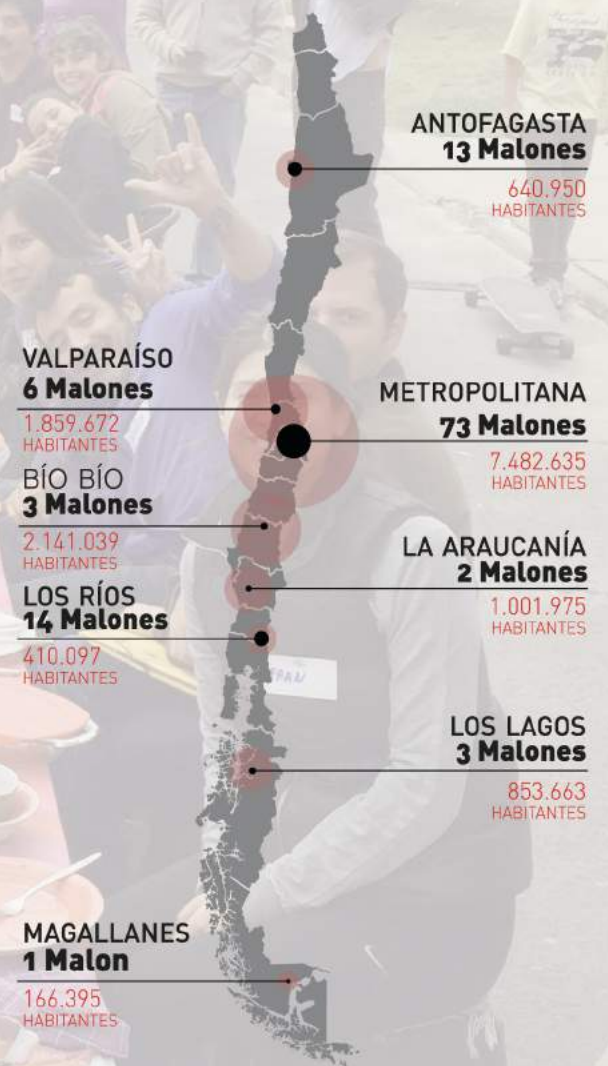
11.400

Personas participaron
— en un —
≡ MALÓN ≡

— PALABRAS —
➤ ASOCIADAS AL MALÓN ➤

Confianza
Unidad **Compartir** Cultura Social
Encuentro
Unión **Convivencia** Participación
Conocerse Comida

Comunidad



▶ LOS MALONEROS ◀

▶ ¿QUÉ LE PONDRÍAS ◀ A CHILE?



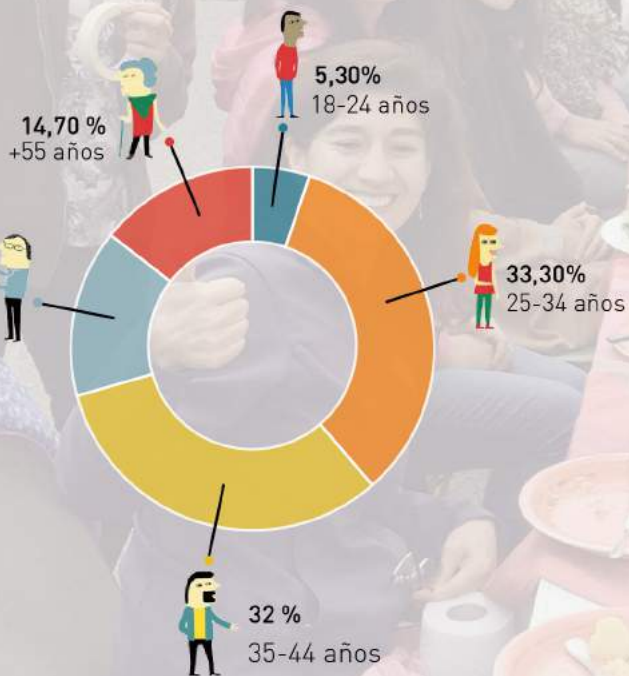
60 %

Son Mujeres

40 %

Son Hombres

Amabilidad Música Gobernante Inteligente y Honesto
 Educación Igualdad Cultura
 Participación Empatía
Solidaridad
 Respeto
Confianza
 Amor Justicia Alegría
 Honestidad Educación Gratuita y de Calidad Menos Desprezivos



▶ CONCEPTOS CLAVE ◀ porcentaje de menciones



ÍNDICE

I. Resumen Ejecutivo

II. Introducción

III. Estrategia y Gobernanza

IV. Etapas y Actividades

Etapa 0: Construyendo un relato: Definición conceptual y comunicacional del proyecto.

Etapa 1: Generando las habilidades: Capacitaciones

Etapa 2: Implementado la herramienta: Pilotos de malones - versión ejemplares.

Etapa 3: Nuevas audiencias: Distribución de KITs Malones Urbanos autogestionados.

Etapa 4: Participando: El día de El Gran Malón.

Etapa 5: Evaluando lo realizado: Seguimiento y evaluación del proceso de autogestión.

Síntesis de las etapas y actividades - línea del tiempo

V. Proyecciones de El Gran Malón: ¿Y cómo seguimos?

VI. Reflexiones y conclusiones finales

I

REPORTE



▲ Imagen 01, Malón Comunicacional Padre Letelier, Providencia

El proyecto busca innovar en herramientas de participación ciudadana en Chile, incorporando instancias de “socialización” de lo obtenido durante los encuentros ciudadanos de la fase de participación del Proceso Constituyente, junto con ejercitar el rol ciudadano de las personas.



I. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto Malones Urbanos por la Constitución es una iniciativa impulsada por Fundación Ciudad Emergente que busca innovar en las herramientas de participación ciudadana en el marco del Proceso Constituyente de Chile. El proyecto fue desarrollado junto a la Consultora Puelche, en alianza con 50 instituciones a nivel nacional, reuniendo a más de 11.400 personas el día 8 de abril de 2017, quienes compartieron con sus vecinos en una instancia llamada El Gran Malón a lo largo de todo Chile.

El proyecto busca innovar en herramientas de participación ciudadana en Chile, incorporando instancias de “socialización” de lo obtenido durante los encuentros ciudadanos de la fase de participación del Proceso Constituyente, junto con ejercitar el rol ciudadano de las personas, capacitando y desarrollando habilidades de participación ciudadana, e instalando capacidades de colaboración cívica a partir de la entrega de herramientas de autogestión para la participación ciudadana.

Para esto, se impulsó un evento a nivel nacional llamado El Gran Malón, inspirado tanto en las tácticas “Malones Urbanos” desarrolladas por Fundación Ciudad Emergente, como también en una estrategia de participación ciudadana nacida en el Reino Unido el año 2009 llamada The Big Lunch, impulsada por Eden Project que tiene por objetivo “construir comunidades más resistentes y mejor conectadas” el cual convoca a 7,3 millones de personas en un mismo día, generando múltiples iniciativas y proyectos entre las comunidades que funcionan durante todo el año.

El primer Gran Malón de Chile fue entonces, un encuentro entre vecinos en un formato de “Malones” (una convivencia comunitaria en el espacios públicos), para compartir una comida y un diálogo, fortaleciendo la confianza, el relacionamiento y el capital social de las comunidades. Los chilenos se reunieron en un formato no convencional, abierto y autogestionado, continuando con la lógica de los ELAS (encuentros locales autoconvocados) impulsados por Gobierno en el marco del Proceso Constituyente. Durante “El Gran Malón” se generó una conversación nacional acerca de Chile y sus desafíos, en torno a una pregunta “gatilladora”: ¿Qué le pondrías a Chile?, y respondida como parte de una dinámica de levantamiento de información a lo largo del país en los diferentes encuentros.

Para asegurar el cumplimiento de los desafíos y objetivos planteados se establecieron tres niveles de gestión; el primer nivel constituido por un Consejo Consultivo compuesto por 12 actores claves del ámbito público, privado y sociedad civil en temáticas relacionadas a la participación en Chile. En un segundo nivel, se constituyó una red de Alianzas Estratégicas con más de 50 organizaciones a nivel regional y nacional. En tercer lugar, se activó una extensa red Embajadores del proyecto que fueron actores claves para (1) socializar y difundir la invitación y (2) implementar la herramienta de innovación de Malones Urbanos de forma extensiva a lo largo de todo el país. Para fortalecer la convocatoria, se desarrolló una campaña comunicacional la cual alcanzó alrededor de 16 millones de visualizaciones en medios TV, radios, prensa escrita y digital de todo el país.

Imagen 02, Respuesta a pregunta ►
¿Qué le pondrías a Chile?





Como estrategia de innovación en participación ciudadana y autogestión, tanto a la Red de Embajadores, como a toda aquella persona interesada en realizar un Malón, se le entregó un KIT de El Gran Malón, consistente en un conjunto de documentos para facilitar la organización y desarrollo de un Malón. El KIT se compone de una *guía de pasos*, que van desde cómo convocar hasta cómo decorar el lugar, un *afiche* para difundir la actividad dentro del barrio, recetas de cocina, los *resultados sistematizados del proceso constituyente*, una *lámina con la pregunta ¿Qué le pondrías a Chile?* y un *permiso de cierre de calles* para presentarlo en la Municipalidad respectiva. Se distribuyeron más de 1.000 Kits a lo largo de Chile, entregadas en dos versiones, una impresa con más de 729 kits entregados, y otra en formato digital, a través del sitio web de el Gran Malón (www.elgranmalon.cl) con un total de 300 descargas.

Para la evaluación del proyecto Malones Urbanos por la Constitución, se construyó un instrumento llamado “Encuesta Sentido de Comunidad” que evalúa, por una parte, las actividades desarrolladas, y por otra parte, permite generar una primera aproximación al capital social de las comunidades de los encuestados. La encuesta se realizó a una base de datos de 114 maloneros, quienes se reunieron a 8 Regiones del país; Antofagasta, Bío-Bío, La Araucanía, Los Lagos, Los Ríos, Valparaíso y la región Metropolitana, y en 70 comunas a lo largo de Chile.

Algunos de los principales hallazgos son los siguientes:

El Gran Malón es una herramienta que logra convocar a personas que no necesariamente participan. Sólo el 25,3% de ellos había participado en un ELA y un 51% declara que en su barrio no se realizaban actividades similares. El Gran Malón genera un impacto positivo en las comunidades. 93,3% de los organizadores dicen que el Gran Malón tuvo un impacto positivo, y un 72% asegura que a propósito de esta iniciativa, existió colaboración entre los vecinos.

En relación a la herramienta como un espacio de participación y debate de temas relevantes para comunidad, es posible afirmar que ésta efectivamente logra provocar conversaciones y reflexiones que son importantes para las comunidades que participan. Un 79% de los encuestados declara haber conversado temas que consideran relevantes. En forma específica, los principales temas abordados en los malones estuvieron relacionados con la seguridad, y luego temáticas asociadas a palabras como “comunidad, vecinos, participación y barrio”. Adicionalmente, existen otras palabras relacionadas, como “conocer, colaboración” que dan cuenta de la orientación de estas temáticas.

El Gran Malón es una iniciativa positiva que las personas asocian a “comunidad, compartir, participación, convivencia, encuentro, confianza y conocerse” y tiene grandes proyecciones en el tiempo, pues un 97,3% declara que sí participaría de una nueva versión de esta iniciativa.



Posterior a la realización de El Gran Malón, y con el objetivo de incidir en aquellos que toman las decisiones en nuestros territorios, junto con dar a conocer el proceso y los resultados obtenidos, se desarrolló un **Plan de Incidencia de Corto, Mediano y Largo plazo**, acompañado de **3 instancias estratégicas**.

Una instancia institucional con la Secretaria General de Gobierno (SEGEOB) y la Secretaría General la Presidencia (SEGPRES), para socializar resultados y comprometer apoyo para fortalecer la réplica de la iniciativa de participación El Gran Malón y avanzar en la validación de nuevas herramientas para la participación ciudadana.

Una instancia política, con los asesores urbanos de los candidatos Presidenciales de Chile, invitándolos a responder la pregunta “¿Qué Le Pondrías a Chile? Para luego comparar los respuestas frente a la misma pregunta respondida por los 11.400 Chilenos que se reunieron en malones el día 8 de abril.

Una instancia pública, abierta a la ciudadanía en un formato de Malón Impostergable, en alianza con la iniciativa Vota Inteligente de la Fundación Ciudadano Inteligente. En esta oportunidad, se presentaron los resultados de El Gran Malón y se socializaron las comparaciones entre las respuestas de los candidatos presidenciales recogidas previamente con las respuestas de los 11.400 maloneros, todo esto, para apoyar el proceso de voto informado previo a las elecciones presidenciales de Chile de 2017.



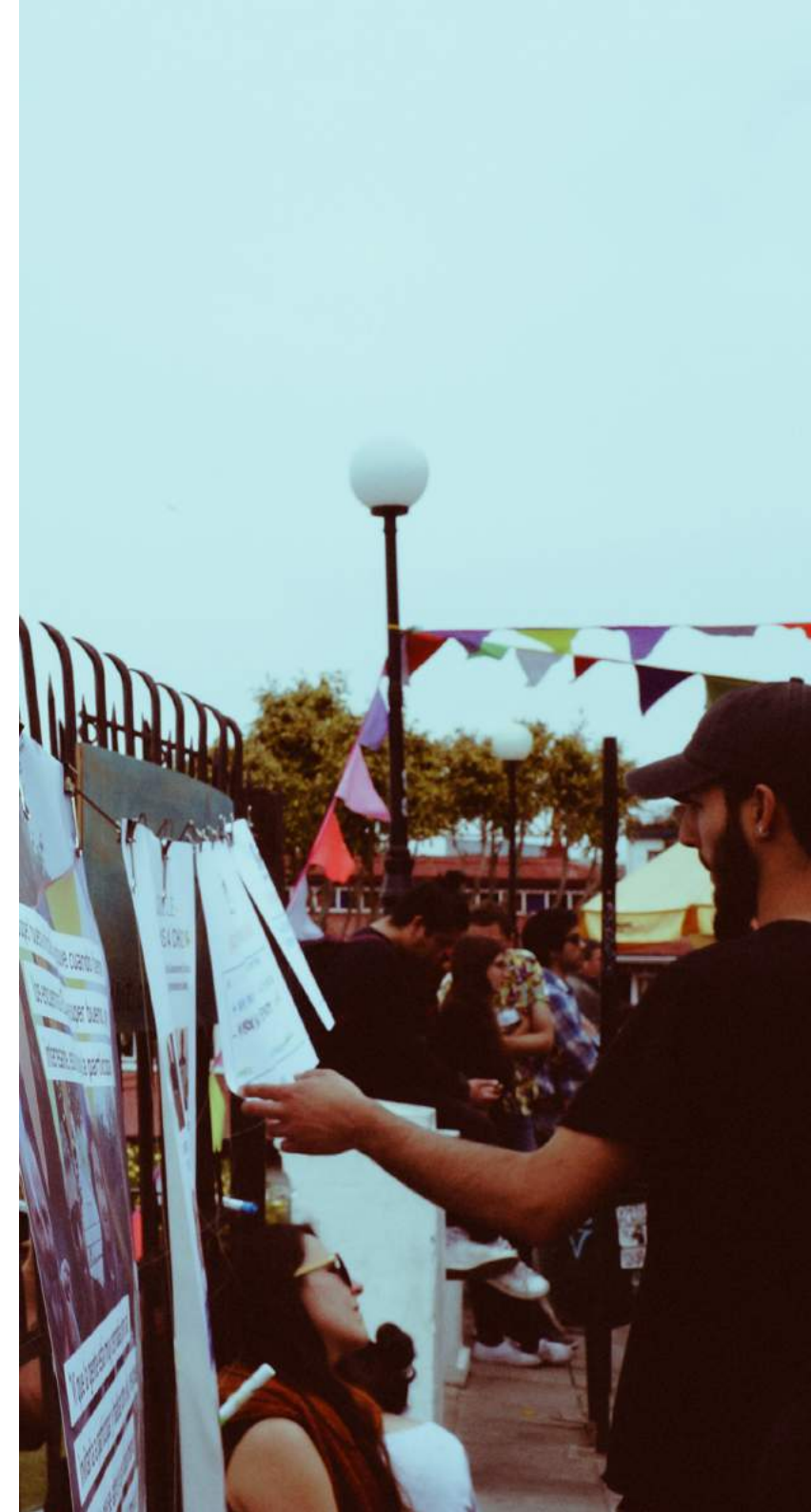
◀ *Imagen 05, Entrega de resultados Ministerio Secretaría General de la Presidencia.*

En el **Plan de Incidencia** se incorporan acciones de incidencia en distintos niveles bajo una lógica de progresividad. Entendiendo que en la medida en que El Gran Malón se vaya fortaleciendo e insertando como una práctica cotidiana en las comunidades, la cohesión social será más fuerte y potenciará procesos reflexivos y de discusión más complejos cuyos resultados requerirán de estrategias de incidencia más profundas.

Finalmente, es posible argumentar que

El Gran Malón se presenta como una herramienta para poder incidir en políticas públicas del país y se perfila como una herramienta de participación ciudadana que fomenta el empoderamiento cívico y avanza en el fortalecimiento de la democracia. Durante El Gran Malón 79% de las personas declara haber conversado temas relevantes para sus comunidades, y a partir de acciones del Plan de Incidencia, es posible argumentar que tomadores de decisiones de alto nivel como los asesores urbanos de los Candidatos Presidenciales se mostraron interesados en estas respuestas. Esto sienta un precedente para el Plan de Incidencia de futuros Malones, ya que 93% de los asistentes y organizadores de malones declara interés en volver a repetir esta experiencia, siendo este un antecedente positivo para avanzar en la cohesión vecinal y la consolidación de una práctica que apunta a fortalecer la democracia en Chile.

Imagen 06, Entrega de resultados en Malón Impostergable, Valparaíso ►



El Gran Malón se puede perfilar como una acción exportable a otros contextos latinoamericanos con desafíos similares y con un camino para recuperar la confianza de abajo hacia arriba, desde la interpersonal a la institucional.

Dentro de las problemáticas que enfrentó el proyecto se encuentra el debilitamiento mediático del Proceso Constituyente en 2017, junto con el riesgo latente de instrumentalización de la iniciativa, desde actores representantes del poder u organismos con intereses previamente definidos. Junto con esto, se presentaron barreras políticas en gobiernos locales de oposición al actual gobierno que impidieron una implementación fluida de los Malones. Esto debido a la asociación del proyecto con el Proceso Constituyente, el cual estaba altamente politizado, pese a que había perdido fuerza durante los meses de ejecución del proyecto. Frente a la problemática del debilitamiento mediático del Proceso Constituyente en 2017, se optó por un mensaje comunicacional simple y directo que convocara a las personas. El mensaje invitaba también a informarse y dialogar en torno a que Chile estaban pasando cosas, siendo una de ellas el Proceso Constituyente, donde los altos niveles de participación, sobre todo, los referentes a los Encuentros locales Autoconvocados, expresaban un importante interés por participar. En base a este aprendizaje, para futuras réplicas se sugiere trabajar concentrando los esfuerzos en continuar promoviendo formatos de Encuentros locales Autoconvocados.

La creación de una gobernanza diversa y comprometida con el proyecto Malones Urbanos por la Constitución, incluyendo un Consejo Consultivo, una Red de Alianzas y una Red de Embajadores, fue un facilitador del proyecto. Para futuras réplicas se busca potenciar esta figura junto con lograr mayor alcance tanto con una campaña comunicacional más profunda y un despliegue territorial extensivo. La red de Alianzas construidas para el proyecto, permitió desarrollar y expandir la iniciativa de forma exponencial, principalmente a partir

de la generación de una plataforma para la ampliación de las capacitaciones incorporando organizaciones sociales paraguas, grupos religiosos, fundaciones y otros. Al mismo tiempo, una red de embajadores comprometidos con los valores de El Gran Malón es un elemento fundamental para motivar a más personas a unirse a esta iniciativa, no solo por el potencial que tiene esta red de generar nuevos Maloneros que organicen un Malón en sus comunidades, sino también, por la capacidad que tienen de difundir y poner en valor la iniciativa.

El Gran Malón se puede perfilar como una acción exportable a otros contextos latinoamericanos con desafíos similares y como un camino para recuperar la confianza de abajo hacia arriba, desde la interpersonal a la institucional: El Gran Malón se percibe como herramienta para la cohesión social capaz de penetrar distintos contextos culturales manifestado por el interés que despierta en otros países al exponer acerca de la iniciativa. Organizaciones de países como México, Colombia y Argentina han manifestado su interés en adaptar y replicar la iniciativa de El Gran Malón en sus contextos nacionales. Esto, principalmente, por un diagnóstico compartido en todos estos países acerca del debilitamiento sostenido de la confianza, las relaciones humanas y la confianza interpersonal. En esa línea, El Gran Malón convierte por un determinado espacio de tiempo, el espacio público en un escenario para compartir y establecer lazos de confianza entre invitados. Es una herramienta que aborda la confianza interpersonal dentro de un territorio y pretende gatillar procesos que apunten hacia la construcción de capital social de una comunidad. El Gran Malón es una herramienta que al promover un espacio de confianza en un escenario lúdico y dinámico, permite promover la cohesión social entre sus participantes como primer impulsor para la creación de capital social de una comunidad retroalimentándose de la institucionalidad.

*Imagen 07, Respuesta a
¿Qué le pondrías a Chile?* ►



El Gran Malón busca innovar en herramientas de participación ciudadana, ejercitar el rol ciudadano, instalar nuevas capacidades, involucrar y convocar en torno al proceso constituyente y aumentar la transparencia del proceso.



II. INTRODUCCIÓN

El proyecto Malones Urbanos por la Constitución es una iniciativa impulsada por Fundación Ciudad Emergente que busca innovar en las herramientas de participación ciudadana en el marco del Proceso Constituyente de Chile.

Para su implementación, el proyecto contó con un equipo de Fundación Ciudad Emergente especializado en el desarrollo de Malones Urbanos, apoyados por la Consultora Puelche, con quienes se estableció un plan de trabajo para alcanzar las metas establecidas en el proyecto:

- Innovar en herramientas de participación ciudadana (incorporando instancias de “socialización” de lo obtenido durante los encuentros ciudadanos de la fase de participación del Proceso Constituyente).
- Ejercitar el 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.
- Desarrollar una pregunta que involucre y convoque a las personas a reunirse en Malones Urbanos y aportar al proceso Constituyente.
- Aumentar la transparencia y facilitar el acceso a la información del proceso constituyente, específicamente en la fase de participación ciudadana.

◀ *Imagen 08, Malón Plaza La Paz, Los Romeros Concon, Valparaiso.*

El proyecto Malones Urbanos por la Constitución se implementó en Chile durante el año 2016-2017, logrando reunir a más de 11.400 personas a lo largo de Chile en un formato de “Malones”, un encuentro entre vecinos en el espacios públicos, para compartir una comida y un diálogo, fortaleciendo el relacionamiento y el capital social de las comunidades.

Los chilenos se reunieron en un formato no convencional, abierto y autogestionado, continuando con la lógica de los ELAS (encuentros locales autoconvocados) impulsados por Gobierno en el marco del Proceso Constituyente. En esta ocasión, el encuentro se llamó “El Gran Malón” y se generó invitando a las comunidades a conocerse, compartir y conversar acerca de Chile y sus desafíos, durante un mismo día, en torno a una pregunta “gatilladora”: ¿Qué le pondrías a Chile?, y respondida como parte de una dinámica de levantamiento de información a lo largo del país en los diferentes encuentros.

El gran desafío del proyecto fue construir un nuevo espacio de participación ciudadana autoconvocada, de manera de pasar de un momento de participación acotado generado a partir de la etapa de participación del Proceso Constituyente, a un proceso de participación continua, ejercitando de esta forma el rol de ciudadanía activa, involucrada por los temas que dan forma a sus barrios y ciudades.



“El Gran Malón”, una invitación a conocer a tus vecinos a partir de una comida, para conversar acerca de “¿Qué le pondrías a Chile?”.

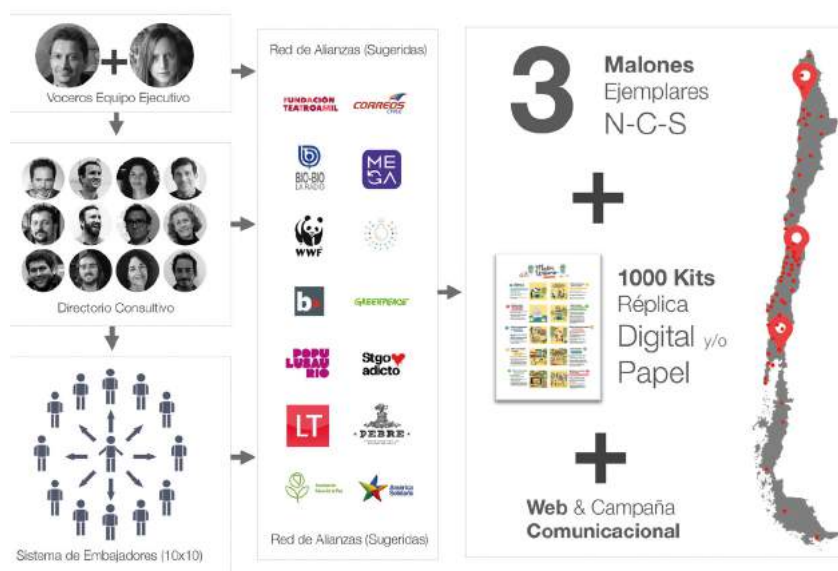
III. ESTRATEGIA Y GOBERNANZA

Para asegurar el cumplimiento de los desafíos y objetivos planteados se establecieron tres niveles de gestión; el primer nivel constituido por un **Consejo Consultivo** compuesto por 12 actores claves del ámbito público, privado y sociedad civil en temáticas relacionadas a la participación en Chile, su misión era acompañar al equipo ejecutivo, asesorar en la toma de decisiones en el diseño conceptual y en su implementación.

En un segundo nivel, se constituyó una red de **Alianzas Estratégicas** con más de 50 organizaciones a nivel regional y nacional. el objetivo de esta red nace desde una estrategia para socializar el proyecto y activar las redes mediante actores y organizaciones que conocieran con mayor detalle la invitación de El Gran Malón y fueran activadores de la invitación.

En tercer lugar, se activó una extensa red **Embajadores del Proyecto** que fueron actores claves para (1) socializar y difundir la invitación y (2) implementar la herramienta de innovación de Malones Urbanos de forma extensiva a lo largo de todo el país.

Esta nueva gobernanza permitió que este proyecto fuera una invitación desde la sociedad civil hacia la sociedad civil a participar de una forma autogestionada y abierta a la sociedad chilena.



◀ Imagen 10, Estructura organización Malones

Desarrollando del mismo modo la estrategia consistente en ***“Aprender, implementar y autogestionar”*** aplicando tácticas para la participación ciudadana innovadoras y de corto plazo, que buscan un impacto en el largo plazo, en la cohesión social y capital social.

Para convocar a más personas, el proyecto evolucionó su conceptualización, a una iniciativa abierta y atractiva, que comunicacionalmente permitiera reunir a los chilenos de forma inclusiva, en torno a un proceso de participación autogestionada, capaz de adaptarse a cada uno de los barrios y replicarse año a año. La iniciativa se comunicó entonces como “El Gran Malón”, una invitación a conocer a tus vecinos a partir de una comida, para conversar acerca de “¿qué le pondrías a Chile?”, lo que permitió cumplir de mejor forma con el objetivos de innovar en herramientas de participación ciudadana y ejercitar el rol ciudadano incorporando nuevas capacidades de colaboración mediante la autogestión, además de aumentar la transparencia y facilitar el acceso a la información de la etapa de participación del proceso constituyente.

Imagen 11, Malón en Corporación GEN, Antofagasta. ►



Los tres niveles de gestión de El Gran Malón corresponden a un Consejo Consultivo, una red de Alianzas estratégicas y una red de Embajadores.

IV.

EL CAMINO RECORRIDO: ETAPAS Y ACTIVIDADES

La primera fase de trabajo realizado estuvo orientada a un proceso creativo que buscaba conceptualizar la iniciativa más detalladamente, identificando gatilladores que permitieran hacer de este proyecto, una invitación extendida a todo el país:

Creación del Consejo Directivo: La primera instancia creada fue el directorio. Para ello, se seleccionaron diversos actores de sectores con experiencia en participación ciudadana para aportar en conceptualización e implementación de la iniciativa. En diciembre del 2016, se reúne por primera vez un consejo compuesto por 12 personas del sector privado, público y la sociedad civil en temáticas de participación (ver imagen 12).

El Consejo sesionó durante 6 meses con una reunión al mes, quien en conjunto al equipo de ejecutivo conformado por Ciudad Emergente y Puelche generaron las definiciones conceptuales así como comunicacionales de la iniciativa junto con asesorar la fase de implementación.

Conceptualización y definición comunicacional: Manteniendo la estrategia planteada inicialmente, se definió simplificar comunicacionalmente la invitación a la ciudadanía en pos de amplificar su participación. Resulta fundamental hacer una referencia al contexto sociopolítico del país durante los meses de diseño e implementación de la iniciativa, particularmente en relación al proceso constituyente. Luego de la fase de participación, concluida en agosto del año 2016, el proceso constituyente fue disminuyendo su presencia en la opinión pública y los medios de comunicación. De acuerdo a las encuestas



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

Durante el desarrollo del proyecto el Proceso Constituyente fue perdiendo fuerza en los medios de comunicación y en la opinión pública.

nacionales¹ y a que la entrega del informe de sistematización de la fase de participación del proceso constituyente, realizada en enero del 2017, que tuvo una baja cobertura mediática. A su vez, el Gobierno retrasó la entrega de los proyectos de ley comprometidos para (1) la reforma sobre el mecanismo para modificar la constitución y (2) el proyecto sobre el contenido de una nueva constitución. Todo lo anterior fue fundamental para comprender la definición conceptual y comunicacional del proyecto.

La estrategia adoptada para la conceptualización y definición comunicacional se estableció en base a tres principios centrales:

1. Pasar de una invitación cerrada al Proceso Constituyente (focalizada principalmente entre aquellos que habían participado) hacia una invitación abierta a la ciudadanía en la cual los resultados de la fase de participación del proceso constituyente fueran un estímulo, una herramienta para la conversación durante el encuentro.
2. Pasar de una invitación dispersa temporalmente (donde cada uno podría implementar la herramienta en cualquier momento) hacia una concentrada donde todos los ciudadanos se reunirían en un mismo día (considerando la posibilidad de realizar el encuentro en los días cercanos) y se generándose malones en todo Chile.
3. Construir un mensaje simple, abierto y atractivo que permitiera lograr los objetivos planteados inicialmente, pero ampliando los márgenes de participación y convocatoria.

¹ Encuesta Cadem - Plaza Pública / Encuesta CEP (Noviembre 2015 - 2016)

Uno de los referente internacional y con el cual Ciudad Emergente ha desarrollado proyectos y transferencias de conocimientos en pro del aprendizaje de prácticas centradas en la participación ciudadana fue The Big Lunch, una iniciativa nacida en el Reino Unido el año 2009 impulsada por Eden Project que tiene por objetivo “construir comunidades más resistentes y mejor conectadas”.²

The Big Lunch reúne a las personas para construir confianza y fortalecer espacios de participación en temáticas nacionales, regionales y locales. Un día al año en el Reino Unido se autoconvocan en los espacios públicos y generar una conversación entre los vecinos de diferentes barrios. El proyecto se ha realizado 8 años seguidos y el 2016 logró convocar a 7,3 millones de personas en un mismo día, generando múltiples iniciativas y proyectos entre las comunidades que funcionan durante todo el año.

La definición conceptual y comunicacional derivó en “El Gran Malón”, una invitación a conocernos, compartir y conversar acerca de nuestro país y sus desafíos mediante una pregunta gatillante. La invitación que se le hizo a toda la ciudadanía estuvo centrada en la autogestión de la herramienta del malón y en que las personas pudiesen organizar su propio malón, convocando a sus vecinos y utilizando los espacios públicos. Para eso, se generaron instancias y herramientas que pudiesen facilitar la autogestión, y a su vez, provocar una conversación en torno al país, inspirándose en lo conversado durante el proceso constituyente, para lo que se diseñó una guía de fácil lectura con las ideas fuerza y las prioridades generadas en la fase de participación.

²<https://www.edenprojectcommunities.com/about>

Imagen 13, The Big Lunch, Fundación ►
Eden Project, Reino Unido



Las Red de Alianzas
estuvo presente
en distintos niveles de
escala territorial, desde
el local al nacional,
aportando al desarrollo
del proyecto en
diferentes ámbitos.

De forma complementaria, se implementó una estrategia comunicacional que permitiera socializar el mensaje, dando a conocer la iniciativa, e invitar a organizar su propio malón, abierta a todos los medios de comunicación tradicionales, buscando sumar a la mayor cantidad de radios, prensa escrita y televisión a nivel nacional y regional que fuera posible. A su vez, se generó una campaña digital que permitiera construir comunidades estas fueron principalmente: Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp. El diseño e implementación de la estrategia comunicacional estuvo acompañada por Simplicity, una agencia de publicidad y comunicaciones que aportó, principalmente, en la difusión y gestión en medios.

RED DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS:

Se establecieron alianzas con diferentes organizaciones a lo largo del país pertenecientes a la sociedad civil, privadas y del estado quienes permitieron difundir e implementar en distintas etapas el proyecto.

Las alianzas generadas fueron 52, algunas con presencia solo local, interregional y nacional (Imagen n°14, alianzas generadas),y con diversos roles. Algunas alianzas fueron claves en la organización y convocatoria de las capacitaciones, otras en el trabajo territorial en Antofagasta, Santiago y Valdivia y finalmente hubieron alianzas que permitieron amplificar la invitación, activando las redes de estas organizaciones. Cabe destacar que La gran mayoría de las organizaciones en alianza, fueron también organizadores de malones y muchos de ellos de alta convocatoria.



▲ Imagen 14, Alianzas Estratégicas



RED DE EMBAJADORES:

Esta red fue uno de los pilares fundamentales del proyecto y su objetivo fue amplificar la iniciativa a diferentes regiones de Chile de forma transversal en cuanto a edad, nivel socioeconómico e ideología política. Su conformación fue a través de capacitaciones, medios de comunicación, distribución de kit, entre otras, y sus objetivos fueron, (1) difundir la invitación a sumarse a El Gran Malón, así como (2) activar sus redes y organizar un malón el día 8 de abril.

RED DE MALONEROS:

Mediante la encuesta a los organizadores de El Gran Malón, se pudo identificar un alto grado de entusiasmo frente a la iniciativa donde un 97% declaró que volvería a participar de una nueva versión y un 82% que lo haría bajo un rol de organizador. Esta figura no estaba planteada al inicio del diseño de gobernanza, pero se transformó en un grupo fundamental para poder darle continuidad a la iniciativa derivado de la ejecución del proyecto.

EQUIPO EJECUTIVO:

Se estructura a partir de la dirección ejecutiva de Fundación Ciudad Emergente, siguiendo los lineamientos del proyecto y del consejo consultivo.

El coordinador general es responsable promover y apoyar a que cada jefe territorial obtenga los resultados esperados y a su vez es responsable de reportar el estado de avance del proyecto al Director ejecutivo y al Consejo de El Gran Malón, además de establecer alianzas que beneficien transversalmente a la organización.

◀ *Imagen 15, Equipo ejecutivo CREO Antofagasta, Antofagasta*

Los coordinadores territoriales se enfocaron en promover el cumplimiento de las metas circunscritas a las ciudades de Antofagasta, Santiago y Valdivia, según sea el caso, y son ellos quienes establecen alianzas con actores locales, levantan y administran la red local de embajadores, coordinan y capacitan a los organizadores de Malones, y hacen la entrega del Kit físico y de la Cajita Malonera a los maloneros locales. Las tareas desprendidas de los objetivos esperados por parte del Jefe territorial, cuenta con un apoyo territorial, cuya función es la de auxiliar en las tareas de coordinación local.

Cabe mencionar que en el caso de Antofagasta y Valdivia, el cargo de apoyo territorial es reemplazado por profesionales de las entidades patrocinadoras, CREO Antofagasta y Activa Valdivia, lo que les permite recibir una transferencia de conocimiento para que en el futuro puedan replicar la iniciativa.

En Santiago, son dos los apoyos territoriales con el objetivo de abarcar la extensión territorial y densidad demográfica de la ciudad, junto con apoyar y hacer seguimiento a los malones autoorganizados que están fuera de las ciudades propuestas en el proyecto. Se implementa un área de comunicaciones comprendida por un administrador de redes sociales (Community manager) y una diseñadora, esta área depende del coordinador general y es apoyada, mediante una pauta comunicacional, por la agencia de Publicidad y comunicaciones Simplicity.

De forma esporádica, se suma también al equipo ejecutivo, un equipo de apoyo, y cuya función es realizar diferentes tareas como armado de kit, montaje de los malones ejemplares, llamadas telefónicas a la red de embajadores, mailing, entre otras de similares características.

Imagen 16, Malón Ejemplar Antofagasta, 2 Marzo 2017 ►



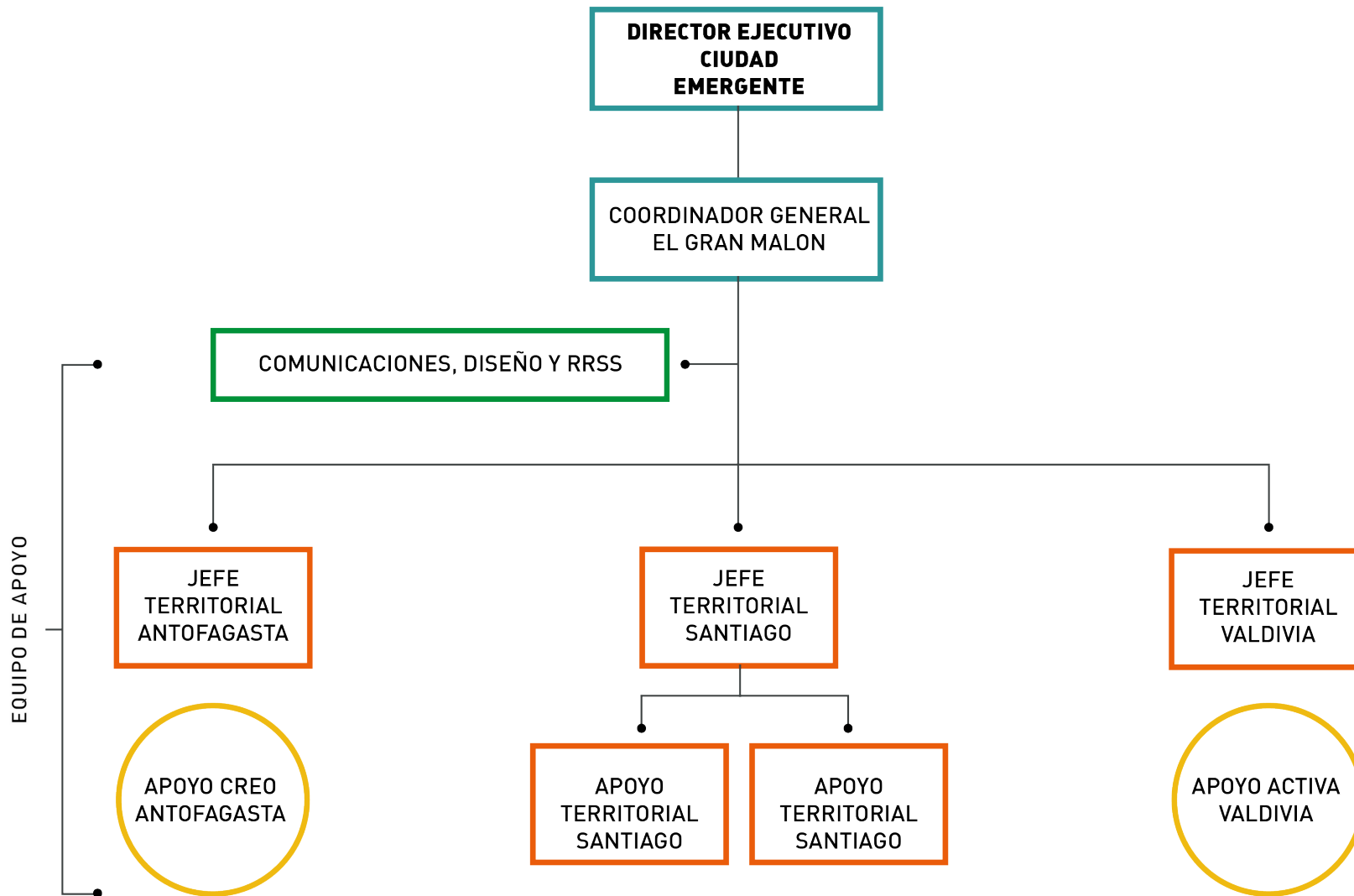


EL PEBRE DE CHILE

Ingredientes:

- Respeto (con gotas de tolerancia)
- 2 tazas de sonrisa.
- 1 pizca de humildad.
- Un baño de confianza.

Y un gran toque de amistad.



◀ Imagen 15, Malón En Vitacura

▲ Imagen 17, Esquema organizacional equipo ejecutivo





▲ Imagen 18, Red de Embajadores

Los tres niveles de gestión de El Gran Malón corresponden a un Consejo Consultivo, una red de Alianzas estratégicas y una red de Embajadores.



ETAPA I

GENERANDO

LAS HABILIDADES: CAPACITACIONES

Para sumar a más personas y transferir las herramientas necesarias para implementar Malones, se llevaron a cabo diez capacitaciones distribuidas en Antofagasta, Santiago y Valdivia, estaba dividida en tres partes, en la primera cada asistentes se presentaba, luego el capacitador exponía los objetivos y alcances esperados del proyecto, presentaba el video promocional, y describía cada paso para organizar un Malón, los mismo que se entregaban en el Kit, junto con promover que los participantes de cada Malón, luego de leer los resultados del proceso constituyente, respondieron la pregunta; ¿Qué le pondrías a Chile?, para finalizar se invitaba a compartir una comida con todos los participantes, haciendo referencia a lo que ocurriría durante el Malón del día sábado 8 de abril.

Antofagasta:

Se hicieron tres (3) capacitaciones a líderes sociales y fueron realizadas por Francisco Vera Jefe territorial de la región y Davor Posavac Coordinador General.

- **Capacitación 1:** Asistieron 12 Vecinos de Villa Las Palmas,
- **Capacitación 2:** Asistieron 11 Vecinos de la villa Cirujano Videla.
- **Capacitación 3:** Asistieron 12 líderes Sociales en espacio MattaPrat.

◀ Imagen 19, Capacitación Festival Ñam, Santiago

Santiago:

- **Capacitación 4:** Asistieron 30 profesionales del programa Servicio País de la Fundación Superación Pobreza quienes mediante una presencia permanente en distintas comunas del país promueven el desarrollo de comunidades rurales. Esta capacitación fue realizada por su Director Nacional Felipe Petit.
- Capacitación 6: Asistieron 30 personas y fue parte del Festival Ñam, llevada a cabo por Josefina Fortunatti, apoyo territorial de Santiago.
- **Capacitación 7:** Asistieron 67 Encargados de Participación del Estado y fue realizada por Javier Vergara, Director Ejecutivo de Ciudad Emergente.

Valdivia:

Se hicieron dos (2) capacitaciones a líderes sociales y fueron realizadas por Rose Marie Haverbeck Jefa territorial de la región en la oficina de Activa Valdivia.

- Capacitación 8:** Asistieron 12 asistentes y se realizó.
- Capacitación 9:** Asistieron 14 líderes sociales.



*Imagen 20, Capacitación dirigentes sociales
Oficina Activa Valdivia, Valdivia* ►

Los tres niveles de gestión de El Gran Malón corresponden a un Consejo Consultivo, una red de Alianzas estratégicas y una red de Embajadores.

ETAPA 2

IMPLEMENTANDO LA HERRAMIENTA: PILOTOS DE MALONES - VERSIÓN EJEMPLARES

2.1 Trabajo territorial: Antofagasta, Valdivia y Santiago.

Uno de los primeros objetivos del equipo ejecutivo, fue construir una red de las alianzas estratégicas, algunas de ellas con presencia nacional y otras solo a nivel local.

Para buscar y establecer la primera red de alianza, se utilizó como guía los objetivos esperados para el proyecto, es así como algunas alianzas permitieron que operará el equipo territorial en Antofagasta y Valdivia, y otras apoyaron en distintos niveles a difundir y replicar la iniciativa.

Norte:

Se generó una primera Alianza con Creo Antofagasta, Creo es un plan para Antofagasta que se dedica a enfrentar el crecimiento de la ciudad mejorando la calidad de vida de sus habitantes, esta alianza permitió que el equipo operara desde sus instalaciones, junto con esto, aportaron con su base de datos de actores relevantes de la ciudad. Además se crearon alianzas con La Chimba Cocina con Sentido, Patio Remolino, Centro Cultural Estación Antofagasta, Antofapatrimonial, Restorán Sanopecado, Rechangeando, Fundación Ruinas de Huanchaca, Asociación de Cerveceros Artesanales de Antofagasta, galería y cowork Mattaprat, Programa Quiero Mi Barrio del Ministerio de Vivienda y Urbanismo.

Centro:

Las alianzas generadas en Santiago, estuvieron principalmente enfocadas en difundir la convocatoria a más regiones del país a través de organizaciones que tuvieran presencia



◀ Imagen 21, Malón "Ejemplar" Santiago.

en otros territorios, estas fueron; Corporación Pebre, Fundación Junto al barrio, Programa Servicio País, Fundación Colunga, Comunidad de Organizaciones Solidarias, Fundación Techo, Fundación Rhonda, Casa de la Paz, Teletón, Asociación de Municipalidades de Chile, Gobierno Regional Región Metropolitana.

Sur:

En Valdivia, al igual que Antofagasta, se estableció una primera alianza con Activa Valdivia una plataforma del Consorcio Valdivia Sustentable, quienes nos permitieron operar desde sus oficinas. Se sumó a la alianza de Activa Valdivia, la Universidad Austral, el Programa Quiero Mi Barrio, la Chocolatería Peumayen, la cafetería Cioccolato, Bar el Arbol, Tienda La Estrellita, Bar Liobar, con la líder de opinión en redes sociales Pamela Matus @PamelaMatus_, y el Grupo de Música Newtonjones.

2.2 Los Malones “ejemplares” realizados:

Para difundir el proyecto, capacitar e invitar a la mayor cantidad de personas posible a realizar su propio malón el día sábado 8 de abril, se llevó a cabo 4 Malones ejemplares, tres de los cuales se realizaron en las ciudades de Antofagasta, Santiago y Valdivia, respectivamente. Las invitaciones a estos Malones estuvieron dirigidas a representantes o líderes de distintos sectores de la sociedad.

Se organizó, además, un Malón para los medios de prensa, diario y televisión y en redes sociales de El Gran Malón.

Imagen 22, Malón “Ejemplar” Santiago





Estos Malones “ejemplares” fueron los siguientes:

Malón “ejemplar” Santiago:

Se realizó el día jueves 26 de enero a las 19:00. En el Centro de Creación Infante 1415 de la Municipalidad de Providencia. Asistieron alrededor de 180 personas y contó con el apoyo de la Corporación Pebre, Los Chefs Alfredo Gutiérrez y Cristián Correa, Maldito Barman, el cantante payador Pavel Aguayo y el sonido de Mitau producciones.

Malón “ejemplares” Antofagasta:

Se realizó el día jueves 2 de marzo a las 19:00 en el Centro Cultural Estación. Antofagasta. Asistieron 71 personas. y contó con el apoyo de los Chefs Pablo Godoy, Claudio Santibáñez y Edison Contreras de La Chimba cocina con sentido y la Asociación de Cerveceros artesanales de Antofagasta.

Malón “ejemplares” Valdivia:

Se realizó el día jueves 9 de marzo a las 19:00 en la Galería Réplica de la Escuela de Arte de la Universidad Austral, asistieron alrededor de 50 personas. La comida estuvo a cargo del Chef Ricardo Ortega Schmied, de Lio Bar, la Cerveza Cuello Negro, Peumayen y Ciccolatto y contó con la música del grupo Newton Jones.

Malón “ejemplares” comunicacional:

Se realizó el día sábado 11 de marzo, en el pasaje Padre Letelier, comuna de Providencia, su objetivo fue presentarlo a los medios de comunicación y así poder motivar a un número mayor de personas en todo Chile a organizar su propio Malón, los medios que asistieron fue Canal 13, el Mercurio y la Tercera.

◀ *Imagen 23, Malón Comunicacional 11 de Marzo de 2017*

ETAPA 3

NUEVAS AUDIENCIAS: DISTRIBUCIÓN DE KIT DE HERRAMIENTAS DE MALONES URBANOS AUTOGESTIONADOS.

El Kit es un conjunto de documentos para facilitar la organización y desarrollo de un Malón, se compone de una guía de pasos, que van desde cómo convocar hasta cómo decorar el lugar, un afiche para difundir la actividad dentro del barrio, recetas de cocina, los *resultados sistematizados del proceso constituyente*, una lámina con la pregunta *¿Qué le pondrías a Chile?* y un *permiso de cierre de calles* para presentarlo en la Municipalidad.

El kit se entregó en dos versiones, uno impreso y el otro en formato digital, la versión impresa del kit fue distribuida a los embajadores de El Gran Malón y en cada una de la capacitaciones y reuniones efectuadas con un total de 729 kit entregados, el formato digital se distribuyó a través del sitio web de el Gran Malón con un total de 300 descargas.

Cajita Malonera: Como una forma de reforzar el interés por realizar un Malón y otorgarle un grado de identidad y cohesión a la puesta en escena de cada uno de ellos, se hizo entrega a los organizadores o Maloneros de una “Cajita Malonera”. Esta nueva herramienta estaba compuesta por una caja cuyo formato era de 20x20x20 centímetros, y en su interior contenía los siguientes productos;

- Una cinta de Banderines,
- Una Guía para fabricar banderines.
- Un juego de mesa
- Una caja con tizas de colores
- 30 Stickers para escribir los nombres de los participantes

Imagen 24, Cajas Maloneras ►





ETAPA 4

PARTICIPANDO: EL DÍA DEL EL GRAN MALÓN

El día de El Gran Malón fue el sábado 8 de abril de 2017, ocurrió en todo Chile y reunió a más de 11.400 personas a lo largo de 9 nueve regiones del país. Como antesala del día sábado 8 de abril y con el objetivo de dar un puntapié inicial al proyecto, el día viernes 7 de abril se realizaron dos malones, uno de ellos se llevó a cabo en el instituto nacional de Fundación Teletón, el que fue cubierto por canales de televisión y el otro ocurrió en el Centro Penitenciario Colina 1, organizado por Fundación Casa de La Paz y donde participaron los reclusos del Módulo 5.

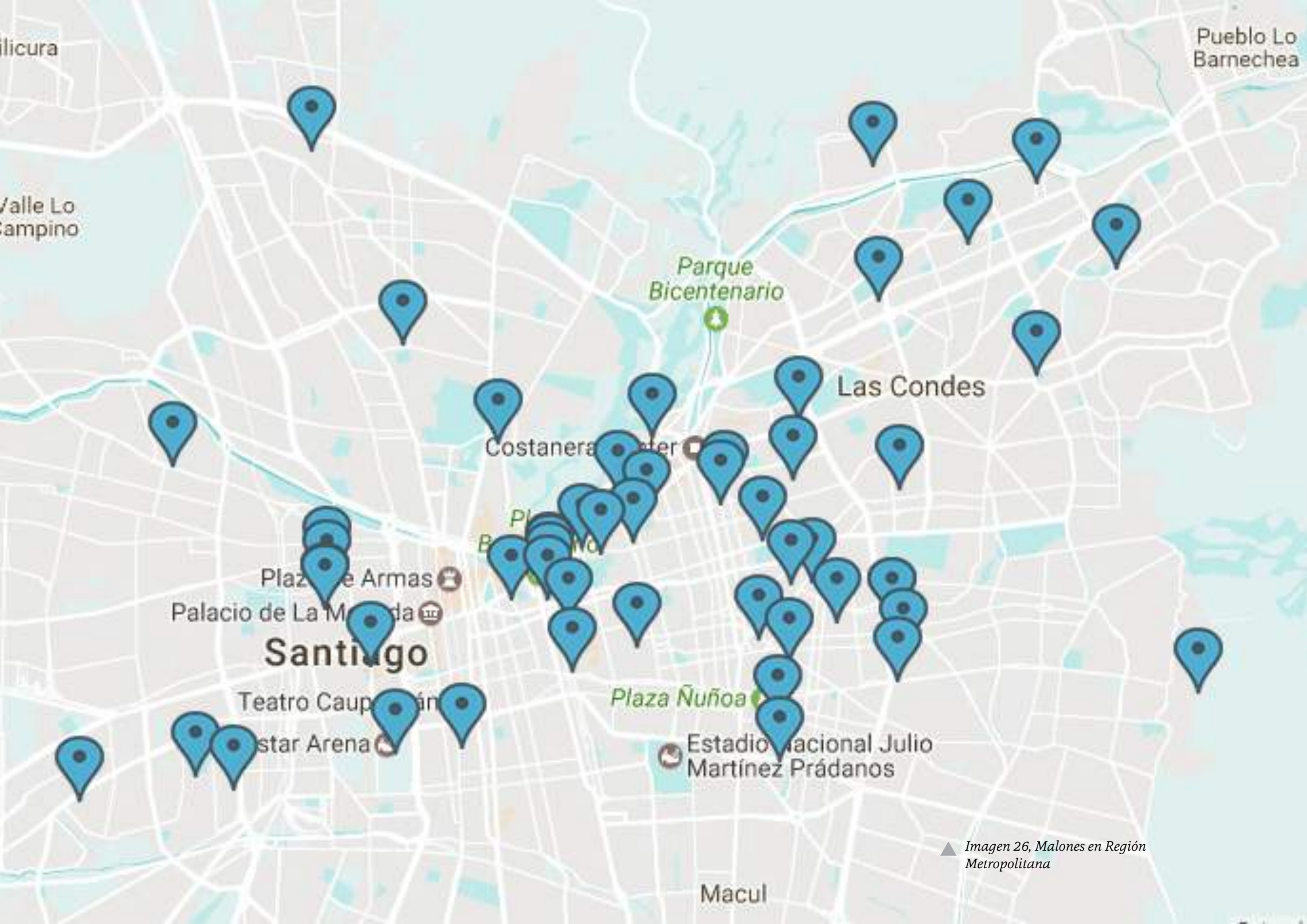
Si bien la campaña comunicacional alcanzó alrededor de 16 millones de visualizaciones en todo el país, el seguimiento se realizó a 114 maloneros de la base de datos, y quienes El sábado 8 de abril, organizaron 114 Malones en 8 Regiones del país; Antofagasta, Bío-Bío, La Araucanía, Los Lagos, Los Ríos, Valparaíso y la región Metropolitana, y en 28 comunas, aunque la mayor concentración se produjo principalmente en las ciudades donde había un equipo territorial es decir Santiago, Antofagasta y Valdivia.

ETAPA 5

EVALUANDO LO REALIZADO: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PROCESO DE AUTOGESTIÓN

El seguimiento y evaluación de lo realizado incorpora diferentes niveles de monitoreo. En un primer lugar, se puede identificar una evaluación en relación a las actividades desarrolladas en la implementación de los malones, de manera de evaluar (1) la herramienta implementada, (2) la iniciativa de El Gran Malón y (3) los efectos en términos de relaciones comunitarias y capital social.

◀ *Imagen 25, Malón Inclusivo en Lenguaje de Señas, Santiago*



▲ Imagen 26, Malones en Región Metropolitana

La herramienta
“Malón Urbano” es
un instrumento que, de
acuerdo a la declaración
de los organizadores,
genera un
impacto positivo
en su comunidad .

Un segundo nivel de evaluación es en relación a la actividad comunicacional, midiendo el alcance de las actividades realizadas, así como la comunidad creada en redes sociales.

Finalmente, un tercer nivel de seguimiento y evaluación dice relación con la entrega de los resultados sistematizados a organismos públicos, incorporando la sistematización de las respuestas en torno a la pregunta ¿Qué le pondrías a Chile?, así como de los efectos generados a nivel comunitario. A continuación se detalla cada uno de los niveles mencionados.

1. EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS: LOS EFECTOS COMUNITARIOS

Para la evaluación de las actividades desarrolladas se construyó un instrumento llamado “Encuesta Sentido de Comunidad” que evalúa, por una parte, las actividades desarrolladas, y por otra parte, permite generar una primera aproximación al capital social de las comunidades de los encuestados.

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 con apoyo telefónico y el universo estaba definido por los organizadores de malones (140 personas pertenecientes a regiones de Chile). La fecha de recolección fue desde el 18 de abril de 2017 al 8 de mayo de 2017 y se logró una muestra de 76 casos.

Principales hallazgos de la “Encuesta Sentido de Comunidad”

En términos generales la evaluación de El Gran Malón es muy positiva respecto de la implementación de la herramienta “Malón Urbano”, así como de la proyección de una iniciativa de largo plazo.

Algunos de los principales hallazgos son los siguientes:

1. El Malón Urbano es una herramienta que logra convocar a personas, específicamente a ser “organizadores de malón”, que no necesariamente participan de este tipo de instancias (sólo el 25,3% de ellos había participado en un ELA y un 51% declara que en su barrio no se realizaban actividades similares). Lo anterior, con una cierta tendencia positiva en mujeres, jóvenes y con estudios universitarios.
2. A su vez, ésta es una herramienta autogestionada que utiliza mayoritariamente el espacio público para su desarrollo convocando en promedio a 40 personas (sin embargo se presenta una desviación estándar de 43,9, por lo que la cantidad de personas es altamente variable. Dentro de la muestra, se declaran malones con 200 personas y malones con 2 asistentes). Resulta relevante señalar la existencia de una fuerte relación positiva entre la presencia de un equipo territorial y la cantidad de malones que se organizan entre los vecinos en ese territorio.
3. Por otra parte, La herramienta “Malón Urbano” es un instrumento que, de acuerdo a la declaración de los organizadores, genera un impacto positivo en su comunidad (93,3% de los organizadores dicen que el Gran Malón tuvo un impacto positiva, así como un 72% que asegura que a propósito de esta iniciativa, existió colaboración entre los vecinos).

*Imagen 27, Malón en
Valdivia, Chile* ►





4. En relación a la herramienta como un espacio de participación y debate de temas relevantes para comunidad, es posible afirmar que ésta efectivamente logra provocar conversaciones y reflexiones que son importantes para las comunidades que participan. Un 79% de los encuestados declara haber conversado temas que consideran relevantes. En forma específica, los principales temas abordados en los malones estuvieron relacionados con la seguridad, y luego temáticas asociadas a palabras como “comunidad, vecinos, participación y barrio”. Adicionalmente, existen otras palabras relacionadas, como “conocer, colaboración” que dan cuenta de la orientación de estas temáticas.
5. En este contexto, resulta interesante señalar que una porción importante de los malones, si realizó la actividad sugerida de responder a la pregunta “¿Qué le pondrías a Chile? (Un 72% de los encuestados declara que si realizó la actividad en su malón) la que, de acuerdo a la encuesta señalada, sería un estimulante importante para generar “conversaciones sobre temáticas relevantes para los participantes” (Esto, pues entre quienes realizaron el ejercicio de la “pregunta”, un 85% declara que en su malón si se abordaron temas relevantes y entre quienes no realizaron el ejercicio de la “pregunta”, sólo un 62% declara haber abordado temas relevantes durante su malón). Finalmente, y entre quienes sí respondieron la “pregunta” ¿Qué le pondrías a Chile?, la palabra más usada fue “Respeto”, seguida por “Confianza, Justicia, Seguridad, Solidaridad y Participación”.
7. En último lugar, es posible afirmar que El Gran Malón es una iniciativa positiva que las personas asocian a “comunidad, compartir, participación, convivencia, encuentro, confianza y conocerse” y tiene grandes proyecciones en el tiempo, pues un 97,3% declara que sí participaría de una nueva versión de esta iniciativa.

◀ Imagen 28, Cajita Malonera

2. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL: EL ALCANCE DEL PROYECTO

En términos generales la evaluación de la estrategia comunicacional vista desde la perspectiva de su alcance y cobertura de medios es positiva. Iniciada el 11 de marzo mediante un malón realizado en la comunidad de Padre Letelier, en Santiago, la campaña comunicacional duró aproximadamente un mes y tuvo tres fases de trabajo. Una primera fase que tenía por objetivo dar a conocer la iniciativa, contando qué era, en qué consistía un malón, etc. Una segunda fase centrada en invitar a las personas a que se sumarán, organizando un malón el día 8 de abril y que accedieron al sitio web para descargar el Kit y aprender a autogestionar la herramienta. Y una tercera fase implementada los días previos al 8 de abril y que tuvo por objetivo invitar a las personas, que no habían organizado un malón, a sumarse a alguno de los malones que estaban inscritos y se desarrollarían a lo largo de todo Chile. En esta etapa se publicaron mapas con la georreferencia de todos los malones abiertos al público (En Anexos se encontrarán una presentación con las principales piezas de cada fase comunicacional). Las tres fases descritas se desarrollaron en dos niveles principalmente: en medios de comunicación tradicional y en redes sociales.

– *Indicadores de evaluación de medios de comunicación tradicional*

Durante un mes de campaña, se publicaron 45 notas en prensa en los principales medios del país. Cabe destacar que cada nota o reportaje fue realizada en espacios destacados, registrando páginas completas en diarios, más de 15 minutos de presencia en radios y más de 9 minutos en medios televisivos, lo que se tradujo en una campaña con presencia de alta calidad.



- _ Las apariciones fueron tanto en Santiago como en las diferentes regiones del país. De hecho, un 53% fueron apariciones que se dieron en medios nacionales enfocados en la Región Metropolitana, mientras que el resto (47%) estuvo en regiones, lo que da cuenta de un buen equilibrio de notas para una campaña que se dio en todo el país.
- En base a lo anterior, es posible realizar un cálculo en términos monetarios del valor de todas las apariciones en medios de comunicación. En total, se registró un PR Value equivalente a \$ 143.913.466. En este contexto, las apariciones en televisión fueron las que concentraron el mayor PR Value o equivalencia publicitaria, seguido por la radio y la prensa. Por su parte, los medios online fueron los que menos retornos entregaron. En la Imagen n°3 se detalla el PR Value por medio.

INDICADORES DE EVALUACIÓN DE REDES SOCIALES

Facebook: 1539 seguidores

Twitter: 3769 seguidores

**Video Invitación a
organizar tu propio Malón:** 94 RT y 61 like

**Trending Topic
el día 8 de Abril:** #elgranmalon (Imagen 4)

Instagram 2266 seguidores

◀ Imagen 30, El Gran Malón en TV



Aulikki Pollak agregó 3 fotos nuevas — con Panccini Cocina Sana y 2 personas más.
8 de abril · 🌐

Maravillosa tarde de malón ciudadano
Gracias a todos por participar!
Encontrarse - disfrutar juntos - compartir
[#elgranmalon](#)



54 Me gusta · 2 comentarios · 2 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Sandra Urquiza Para la próxima ire
Me gusta · Responder · 2 · 9 de abril a las 8:15

Rubila Andrea Araya Ariztia Quién lo organiza y cómo? Sería bonito que se replicara en plazas de otras ciudades...
Me gusta · Responder · 1 · 10 de abril a las 8:16

Aulikki Pollak Lo organizamos dos mujeres !! Pero fue un evento nacional el 8 de abril! Mira www.elgranmalon.cl
Puedes hacerlo en tu lugar, la idea es tomarse los espacios públicos!
Me gusta · Responder · 1 · 10 de abril a las 8:17

Panccini Cocina Sana Hola Rubila, esto se replico el mismo día en todo Chile!
Me gusta · Responder · 2 · 10 de abril a las 8:17

Escribe una respuesta...

Escribe un comentario...

●●○○ movistar 4G 3:49 PM 61% 🔋

🔍 Search Twitter

TRENDING NOW

#jugadorexperto
1,548 Tweets

Jara
4,778 Tweets

#elgranmalon
@ElGranMalonCL, @HernanLarrain and 1 more are Tweeting about this

Tobar
1,037 Tweets

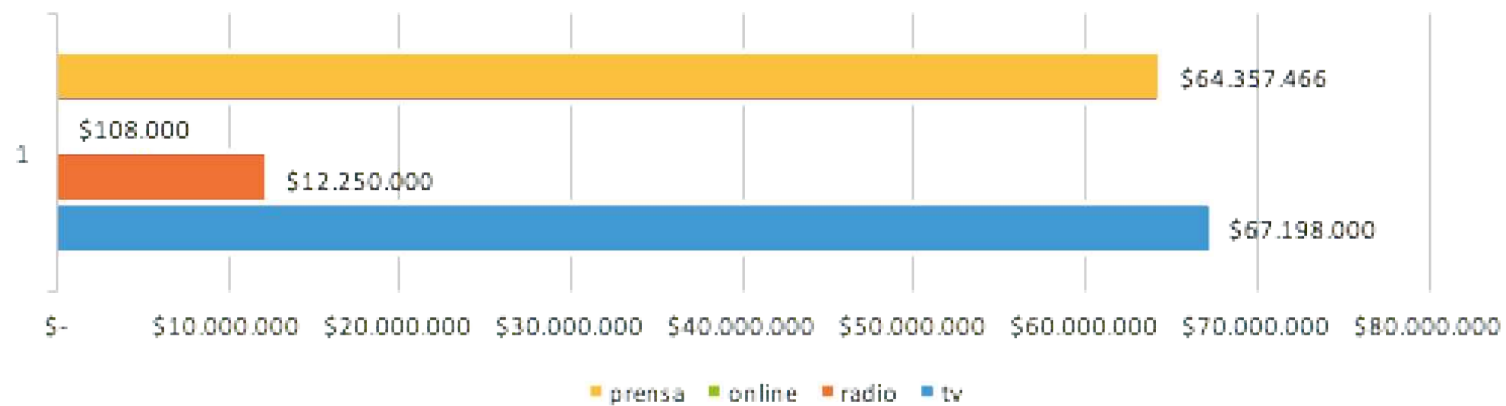
Vamos Cacique

Felipe Mora

Home Explore Notifications Messages Me

Imagen 31: Trending Topic nacional en Twitter

PR Value de apariciones de El Gran Malón en medios de comunicación



3. SEGUIMIENTO DEL PROYECTO CON TOMADORES DE DECISIONES:

ENTREGA DE RESULTADOS “EL GRAN MALÓN” Y LA “ENCUESTA SENTIDO DE COMUNIDAD”

Con el objetivo de dar a conocer el proceso y los resultados obtenidos del proyecto Malones Urbanos por la Constitución (El Gran Malón), se desarrollaron 3 instancias estratégicas.

Una instancia institucional con la Secretaría General de Gobierno (SEGEOB) y la Secretaría General la Presidencia (SEGPRES), para socializar resultados y comprometer apoyo para fortalecer la réplica de la iniciativa de participación El Gran Malón y avanzar en la validación de nuevas herramientas para la participación ciudadana.

El día martes 18 de julio de 2017, se llevó a cabo una reunión con el Director de la División de Organizaciones Sociales (D.O.S) del Ministerio Secretaría General de Gobierno, Camilo Ballesteros y con la Asesora de la La División de Estudios del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Carolina Gómez. Los resultados fueron expuestos por el Director Ejecutivo de Ciudad Emergente, Javier Vergara y el Coordinador de El Gran Malón, Davor Posavac.

Algunas de las menciones expresada por el director de la D.O.S. fue sobre el valor que tuvo la iniciativa como una herramienta de participación ciudadana de alta convocatoria y la simpleza del mensaje, sin embargo, sus inquietudes estuvieron por el lado de su replicabilidad en la búsqueda de nuevas fuentes de financiamiento a futuro para la iniciativa. Por otro lado, se compartió con los funcionarios



Imagen 33, Entrega de resultados Ministerio Secretaría General de la Presidencia. ►

Se invitó a los asesores urbanos de los Candidatos Presidenciales a conocer los resultados de “El Gran Malón” y la “Encuesta Sentido de Comunidad”, junto con invitarlos a participar en ese mismo momento se la dinámica llevada a cabo durante El Gran Malón correspondiente a responder la pregunta “¿Qué le pondrías a Chile?”.

de gobierno los resultados de los temas conversados en los Malones comparados con aquellos temas debatidos durante la Etapa de Participación del Proceso Constituyente. Al comparar los temas debatidos, es posible apreciar que los temas conversados en el formato de Malones siguen una línea o un tono similar a aquellos temas conversados en los Encuentros Locales Autoconvocados (ELAs), de carácter más bien valórico y menos político que aquellos temas de conversación recogidos en Cabildos Regionales o en Cabildos Provinciales de la Etapa Participativa del Proceso Constituyente. Ambos representantes de gobierno, propusieron entregarle nuevamente apoyo a la iniciativa.

Una instancia política, con los asesores urbanos de los candidatos Presidenciales de Chile, invitándolos a responder la pregunta “¿Qué Le Pondrías a Chile? Para luego comparar los respuestas frente a la misma pregunta respondida por los 11.400 Chilenos que se reunieron en malones el día 8 de abril.

El jueves 2 de noviembre, el Director de Ciudad Emergente, Javier Vergara Petrescu, se reunió con los asesores urbanos de los Candidatos Presidenciales en el marco del debate Presidencial organizado por la XX Bienal de Arquitectura en Valparaíso. En esa instancia, se invitó a los asesores urbanos a conocer los resultados de “El Gran Malón” y la “Encuesta Sentido de Comunidad”, junto con invitarlos a participar en ese mismo momento de la dinámica llevada a cabo durante El Gran Malón correspondiente a responder la pregunta “¿Qué Le Pondrías a Chile?”. Esta fue respondida por 6 de los 8 asesores urbanos de los jefes programáticos. Los resultados se pueden apreciar en el siguiente gráfico:



◀ Imagen 34, Lámina en Malón Impostergradable



EDUARDO ARTÉS



“ASAMBLEA CONSTITUYENTE”



ALEJANDRO GUILLIER



“LA ÉTICA DE LO COMÚN”



JOSÉ ANTONIO KAST



“VOLVER A CREER”



ALEJANDRO NAVARRO



“EQUIDAD & FELICIDAD”



CAROLINA GOIC



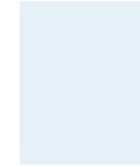
“CIUDADES MÁS JUSTAS, INCLUSIVAS Y SUSTENTABLES”



BEATRIZ SÁNCHEZ



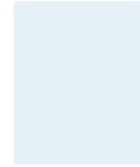
“EQUIDAD, DERECHOS, JUSTICIA”



SEBASTIÁN PIÑERA



NO CONTESTA



MARCO ENRÍQUEZ-OMINAMI



AUSENTE

Imagen 35: Lo que contestaron los Asesores Urbanos de los Candidatos Presidenciales a la pregunta: ¿Qué le Pondrías a Chile?



Una instancia pública, abierta a la ciudadanía en un formato de Malón Impostergable, en alianza con la iniciativa Vota Inteligente de la Fundación Ciudadano Inteligente. En esta oportunidad, se presentaron los resultados de El Gran Malón y se socializaron las comparaciones entre las respuestas de los candidatos presidenciales recogidas previamente con las respuestas de los 11.400 maloneros, todo esto, para apoyar el proceso de voto informado previo a las elecciones presidenciales de Chile de 2017.

El Malón Impostergable se realizó el sábado 4 de noviembre en la ciudad de Valparaíso, en Cerro Alegre en el marco de la XX Bienal de Arquitectura “Diálogos Impostergables”. Durante la actividad, se exhibieron los resultados de El Gran Malón de forma pública, 12 días antes de las elecciones Presidenciales. Los resultados fueron compartidos también en la web de Vota Inteligente, para apoyar el proceso de voto informado de cara a la segunda vuelta Presidencial en diciembre de 2017.

◀ *Imagen 36, Malón Impostergable en Paseo Yugoslavo, Valparaíso*

Principios y Valores

Tabla comparativa de las etapas de participación. Siete primeras menciones de principios y valores.

- M*** Porcentaje de Consultas Individuales, ELA y mesas de trabajo de Cabildos Provinciales y Regionales en que el concepto fue **MENCIONADO**.
- A*** Porcentaje de **ACUERDO** consignado en las Actas de ELA y mesas de trabajo de Cabildos Provinciales y Regionales.
- G*** Porcentaje de menciones de conceptos claves en **EL GRAN MALÓN**, ante la pregunta "¿Qué le Pondrías a Chile?"

| PRELACIÓN | CONSULTA INDIVIDUAL | | ENCUENTROS LOCALES | | CABILDOS PROVINCIALES | | CABILDOS REGIONALES | | EL GRAN MALÓN | |
|-----------|---------------------|------|--------------------|------|-----------------------|------|---------------------|------|---------------|----|
| | M* | A* | M* | A* | M* | A* | M* | A* | M* | A* |
| 1 | 47,6 | 91,7 | 53,6 | 91,7 | 98,0 | 87,3 | 99,2 | 88,5 | 14,0 | |
| 2 | 37,8 | 91,7 | 52,2 | 91,7 | 95,4 | 88,8 | 97,1 | 81,8 | 12,2 | |
| 3 | 37,5 | 92,6 | 52,1 | 92,6 | 95,3 | 80,4 | 96,3 | 78,9 | 10,5 | |
| 4 | 34,2 | 90,4 | 51,4 | 90,4 | 95,3 | 86,2 | 96,3 | 89,6 | 6,1 | |
| 5 | 32,0 | 88,8 | 41,4 | 88,8 | 95,0 | 77,7 | 95,7 | 86,4 | 6,1 | |
| 6 | 24,8 | 89,7 | 38,3 | 89,7 | 79,3 | 73,9 | 83,9 | 75,2 | 5,2 | |
| 7 | 24,4 | 91,0 | 34,2 | 91,0 | 74,5 | 85,7 | 79,2 | 86,1 | 4,3 | |

* Fuente: Informe Ejecutivo Sistematización de la Etapa Participativa del Proceso Constituyente abierto a la ciudadanía. Comité de Sistematización, enero de 2017. www.sistematizaciónconstitucional.cl

SÍNTESIS DE LAS ETAPAS Y ACTIVIDADES

| ETAPAS | OBJETIVOS | ACTIVIDADES DESARROLLADAS | INDICADORES |
|---|---|--|--|
| ETAPA 0 Construyendo un relato: Definición conceptual y comunicacional del proyecto. | Elaborar un mensaje comunicacional y definiendo conceptualmente la iniciativa | <ul style="list-style-type: none"> -Conformación de un Directorio -Creación de una red de alianzas. -Creación de una Red de embajadores | -Redes creadas. |
| ETAPA 1 Generando las habilidades: Capacitaciones. | Capacitar a personas en la metodología para organizar un Malón en comunidad | -Diez capacitaciones en Santiago, Antofagasta y Valdivia. | -Listas de Asistentes |
| ETAPA 2 Implementado la herramienta: Pilotos de malones - versión ejemplares. | Implementar Malones a modo de ejemplo, que ayuden a su replicabilidad. | <ul style="list-style-type: none"> -Malón Santiago -Malón Antofagasta -Malón Valdivia -Malón comunicacional | <ul style="list-style-type: none"> -Listas de asistentes -Imágenes |
| ETAPA 3 Nuevas audiencias: Distribución de KITS Malones Urbanos autogestionados. | Distribuir 1000 kits. | <ul style="list-style-type: none"> -Capacitación -Distribución en puntos claves -Disponibilidad del Kit en sitio web. | <ul style="list-style-type: none"> -Listas de entrega -Cartas de recepción de kit. -Archivo excel con lista de descarga. |
| ETAPA 4 Participando: El día de El Gran Malón. | Observar y participar de Malones organizados el 8 de abril | Visita del equipo a diferentes Malones realizados en Santiago, Antofagasta y Valdivia. | -Imágenes de Malon. |
| ETAPA 5 Evaluando lo realizado: Seguimiento y evaluación del proceso de autogestión. | Conocer y evaluar en distintas dimensiones el impacto de la iniciativa. | <ul style="list-style-type: none"> -Encuesta telefónica a Organizadores de Malones. -Entrega de resultados a Gobierno de Chile -Entrega de resultados a Candidatos Presidenciales de Chile -Devolución Pública en Malón Impostergable en alianza con vota Inteligente. | <ul style="list-style-type: none"> -Resultados encuesta. -Comparación de respuestas ciudadanas v/s candidatos presidenciales -Realización de Malón Impostergable. |

V.

PROYECCIONES DE EL GRAN MALÓN: ¿Y CÓMO SEGUIMOS?

El Gran Malón reunió a cerca de 12 mil vecinos para compartir y conversar en torno al barrio, su ciudad y el país. Las reflexiones y discusiones tejidas en esta instancia de participación constituyen insumos importantes para quienes toman las decisiones en los territorios. De esta forma, esta herramienta se posiciona como una instancia de participación ciudadana con un potencial de incidencia pública a corto, mediano y largo plazo.

¿Qué impacto se puede generar la información levantada? ¿Cómo incidir en aquellos que toman las decisiones en nuestros territorios?

Establecer medida de difusión de los resultados de El Gran Malón en distintos niveles; local, regional y nacional es el primer paso para incidir en el ámbito público. Dar visibilidad a los distintos temas que preocupan y ocupan a la comunidad resulta fundamental para sensibilizar a autoridades y líderes locales, reducir las brechas de información que existe entre los actores e imbuir las percepciones y decisiones de quienes resuelven de las problemáticas y necesidades sentidas por la propia comunidad. Con ello se promueve la transparencia, se refuerza la democracia y se fortalece el Gran Malón como experiencia de encuentro y participación ciudadana.

En el plan se incorporan acciones de incidencia en distintos niveles bajo una lógica de progresividad. Entendiendo que en la medida en que El Gran Malón se vaya fortaleciendo



El plan involucra acciones previas de elaboración de material gráfico y audiovisual comprensible, amigable y didáctico para ser difundidos a través de distintos canales.

e insertando como un práctica cotidiana en las comunidades, la cohesión social será más fuerte y potenciará procesos reflexivos y de discusión más complejos cuyos resultados requerirán de estrategias de incidencia más profundas.

El plan involucra acciones previas de elaboración de material gráfico y audiovisual comprensible, amigable y didáctico para ser difundidos a través de distintos canales, como la página web de El Gran Malón, la prensa escrita o televisión, e instancias de encuentro como talleres o seminarios.

ACCIONES DE INCIDENCIA A CORTO PLAZO

- Congregar al Consejo Consultivo o Directorio del proyecto en seminario taller para la presentación de los resultados, reflexionar sobre ello y establecer acciones claras para su replicabilidad que se plasmen en una carta de compromisos.
- Reactivar redes con medios de comunicación que apoyaron la convocatoria de los malones para para la difusión de los resultados.
- Presentar de manera interactiva los resultados en la página web del Gran Malón, donde se puedan ver los datos a nivel local y agregados a nivel nacional.
- Presentar los resultados del primer Gran Malón 2017 a los candidatos presidenciales en el mes de noviembre, en un formato de Malón previo a las elecciones presidenciales, en alianza con la iniciativa Vota Inteligente de Fundación Ciudadano Inteligente.



◀ Imagen 39, Respuesta de Maloneros a la pregunta “¿Qué le pondrías a Chile?”

ACCIONES DE INCIDENCIA A MEDIANO PLAZO

- Congregar a las más de 50 organizaciones que componen la red de Alianzas Estratégicas y a la red de embajadores del proyecto para la entrega de resultados y la eventual firma de una carta de compromiso en donde cada actor pueda expresar sus ideas de cómo dar replicabilidad a la iniciativa. Enfocando la reflexión en su rol.
- Congregar a autoridades municipales y red de maloneros en un seminario taller para la entrega de resultados de la táctica y la eventual firma de una carta de compromiso en donde se puedan establecer acciones de apoyo a futuros Malones en el territorio (facilidad en la obtención de permisos, poner a disposición equipos de iluminación o sonido, entre otros).
- Instalar en lugares públicos y concurridos en los barrios donde se realizaron los Malones, material gráfico con un breve resumen de los principales resultados del malón. Se aprovechará la instancia para invitar a los vecinos a participar en los próximos malones.

ACCIONES DE INCIDENCIA A LARGO PLAZO

- Replicar año a año la iniciativa de El Gran Malón de forma de instalar la práctica como una forma de fortalecer los vínculos entre vecinos y aumentar los niveles de confianza interpersonal en Chile.

*Imagen 40, Resultados del Gran Malón expuestos
en Malón Imposterable* ►



- Entregar año a año, guías e indicaciones con acciones concretas para Gobiernos Locales de cómo pueden incorporar los resultados de los malones en sus planes de desarrollo comunal.

Incidir en las políticas públicas, identificando aquellos temas que coinciden con procesos legislativos en curso y elaborar una minuta para las comisiones parlamentarias involucradas en la discusión de esos proyectos de leyes con información detallada de lo expresado por las personas en los malones sobre la materia.



◀ Imagen 41, Malón Impostergable, Paseo Yugoslavo, Valparaíso

VI. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES FINALES

El Gran Malón como una herramienta para incidir en políticas públicas del país:

El 8 de abril se reunieron cerca de 12 mil persona en torno a una mesa, para compartir, conocerse y conversar en relación a una pregunta; ¿Qué le pondrías a Chile?, si bien la respuesta se desarrollo un entorno lúdico y distendido, estas abordaron temas como el Respeto, Confianza, Solidaridad, Igualdad, Vida de barrio y Participación, entre otros. Del mismo modo, y bajo la pregunta de la encuesta sobre cuáles fueron los temas relevantes tratados, a quienes organizaron un malón, estos mencionaron temas como Seguridad, Comunidad, Barrio, Medio Ambiente, Cultura o Educación.

Dicho lo anterior y considerando además que El Gran Malón se plantea como una herramienta para abordar los niveles de desconfianza presentes en el país y promueve la cohesión social en una comunidad, es necesario destacar su capacidad para transformarse en una herramienta de participación ciudadana, junto con incidir en el corto, mediano y largo plazo, en el desarrollo de políticas públicas y legislativas adecuadas a las necesidades ya consensuadas colectivamente en este primer nivel de participación.

En este sentido y a modo de ejemplo, uno de los primeros ejercicios que puede llevar a cabo El Gran Malón, con toda la información recogida, es indagar en la legislación o políticas de estado si abordan y desde luego como lo hacen referente a temas como el Respeto, la Confianza, la Solidaridad, Igualdad, Vida de barrio y Participación, entre otros, mencionados en la pregunta ¿Qué le pondrías a Chile?. Una vez reconociendo una

El Gran Malón
se plantea como
una herramienta
para abordar
los niveles de
desconfianza presentes
en el país y promueve
la cohesión social
en una comunidad.

primera situación, se puede planificar una acción de incidencia que inserte estos temas en el quehacer político

El Malón como una herramienta de participación que fomenta el empoderamiento cívico y avanza en el fortalecimiento de la democracia:

Al ser una acción promovida por la autogestión y una interacción democrática de sus asistentes, El Gran Malón permite construir un espacio de participación ciudadana distanciada de una tutela de poder, situándose con diferentes grados en un nivel desde donde se puede ejercer “el empoderamiento ciudadano”. Tal como lo plantea Arnstein (1969), dentro del “empoderamiento ciudadano” existen tres niveles de participación tales como; “la generación de alianzas”, “el poder delegado” y “el control ciudadano”. Estos tres, se sitúan dentro de los peldaños más altos de la escalera de participación de Arnstein, coincidiendo con los conceptos de Colaboración y Asociatividad, que son precisamente las ideas que más se asocian con el malón según la encuesta Sentido de Comunidad. Esto último es relevante, sobre todo para atacar las razones de la pérdida de confianza que se vive en Chile. Según Maturana (2014), en Chile se ha enseñado mucho a las personas a competir y poco a colaborar, lo que redundaría en una mala convivencia democrática. Iniciativas como El Gran Malón se sitúan en el centro de este problema, y lo enfrentan a partir de acciones sencillas, posibles de ser adaptadas por todos los estratos sociales, étareos y educacionales, avanzando en el fortalecimiento de la democracia con un enfoque colaborativo. La encuesta también confirma la idea que El Gran Malón facilita la generación de nuevos lazos de confianza entre sus participantes, permitiendo construir diálogos en temáticas relevantes para sus comunidades. Quienes participaron del Malón pudieron compartir sus inquietudes particulares y abrir la posibilidad de abordarlas de forma colectiva.



◀ *Imagen 42, Malón en Ñuñoa.*

El poder de una gobernanza diversa y comprometida como un facilitador del proyecto:

Una de las decisiones claves que no estaban consideradas en la formulación inicial del proyecto, fue la creación de una gobernanza ad-hoc compuesta por un consejo consultivo, una red de alianzas y una red embajadores. Dentro de esta gobernanza, es importante destacar el consejo consultivo conformado por 12 miembros provenientes tanto del Directorio de la Fundación Ciudad Emergente, como de otras organizaciones sin fines de lucro, medios de comunicación, empresas privadas, entidades de gobierno y otros, lo que permitió robustecer la toma de decisiones de equipo ejecutivo durante el proceso. Este consejo consultivo permitió también amplificar el mensaje y ampliar las redes de El Gran Malón, y para futuras réplicas del proyecto se considera mantener, renovar y/o consolidar esta figura para asegurar una continuidad sostenida en el tiempo.

Frente al debilitamiento mediático del Proceso Constituyente en 2017, se optó por un mensaje comunicacional simple y directo que convocara a las personas:

A medida que transcurría el tiempo, el Proceso Constituyente se comienza a retirar de los medios de comunicación, generando la interrogante de cómo volver a convocar a la ciudadanía frente a un proceso que perdía fuerza. De este modo el equipo organizador de El Gran Malón, decide que el mensaje deberá ser simple; una invitación, a conocernos y a compartir, respaldado por los bajos niveles de confianza interpersonal que existen en Chile, según la encuesta OCDE. El mensaje invitaba también a informarse y dialogar en torno a que Chile estaban pasando cosas, siendo una de ellas el Proceso Constituyente, donde los altos niveles de participación, sobre todo, los referentes a los Encuentros locales Autoconvocados, expresaban un importante interés por participar.

El Gran Malón
permite construir un
espacio de participación
ciudadana distanciada de
una tutela de poder,
situándose con diferentes
grados en un nivel desde
donde se puede ejercer
“el empoderamiento
ciudadano”.



Hay Malones y Malones:

El día 8 de abril de 2017 se estima que cerca de 11.200 personas participaron de malones en más de 70 comunas a lo largo de todo Chile, sin embargo no todos los malones fueron iguales. Existen matices y diferencias entre cada uno de ellos, siendo algunos muy populares y masivos con más de 400 asistentes por malón, y otros de menor tamaño, más incipientes, con una docena de vecinos reunidos por primera vez en torno a una mesa en el espacio público. ¿Por qué la diferencia entre unos y otros? Si bien es difícil argumentar una sola razón para responder esta pregunta, un indicador que permite comprender la diferencia de tamaño es el nivel de cohesión previa de las comunidades y vecinos detrás de la autogestión de los malones. En aquellos barrios donde existía un historial de reuniones similares, los malones fueron más masivos y convocantes que en aquellos barrios donde esto era una novedad. Dicho lo anterior, un dato importante que motiva la réplica y continuidad de esta iniciativa por parte del equipo organizador de Fundación Ciudad Emergente, es que más de 93% de los asistentes y organizadores de malones declara interés en volver a repetir esta experiencia, lo que se perfila como un antecedente positivo para avanzar en la cohesión vecinal y la consolidación de una práctica que apunta a fortalecer la democracia en Chile.

El riesgo latente de la instrumentalización:

El Gran Malón busca ser una acción ciudadana impulsada por ciudadanos motivados por conocerse, compartir y cohesionar a su comunidad. Sin embargo, la iniciativa está abierta a que la coordinación provenga desde actores representantes del poder u organismos con intereses previamente definidos y que se pueden ver beneficiados con cierto grado de participación, conllevando al riesgo de transformar la instancia en una

no-participación y más bien promover una dinámica de ciudadanos pasivos. Existe un riesgo latente de que la práctica de realizar Malones sea instrumentalizada. Para evitar este riesgo en el futuro, la Fundación Ciudad Emergente busca instalar el hábito de realizar Malones en la ciudadanía, fomentando ejercitar el músculo de la participación ciudadana directamente entre aquellas personas que usualmente no suelen participar. La realización de Malones de forma continua, ya sea anualmente o semestralmente, a lo largo del tiempo, busca ser una forma de empoderar a partir de la repetición de un ritual ciudadano, hecho por personas comunes y corrientes, por ciudadanos de a pie.

Las diferencias políticas en gobiernos locales como una barrera a superar:

Debido a la asociación del proyecto con el Proceso Constituyente, se presentaron barreras políticas en gobiernos locales de oposición al actual gobierno que impidieron una implementación fluida de los Malones. Coordinar a todos los municipios de Chile para posibilitar los permisos de usos del espacio público, sumado a procedimientos diferentes para cada gobierno local o la redistribución de las potestades sobre el espacio público, no permitió que las indicaciones generales para el uso y cierre de un espacio público incorporado en el Kit, pudieran ser llevadas a cabo con la misma simpleza que se planteó. Para futuras instancias de réplica de El Gran Malón, se sugiere potenciar aún más un relato que tienda a unir a las personas en torno a una causa común. Algunos de estos relatos pueden ser; enfrentar aspectos como la seguridad ciudadana o la crisis de confianza a partir de conocer a los vecinos del barrio para enfrentar de forma colaborativa y en comunidad los desafíos del día a día.



Imagen 44, Malón Plaza Padre Letelier ►

El Malón convierte,
por un determinado
espacio de tiempo
el espacio público en
un escenario para
compartir y
establecer lazos
de confianza
entre invitados.



Para lograr mayor alcance se requiere un despliegue territorial extensivo:

Si bien la campaña comunicacional, difundida a través de diarios, revistas, radios y televisión, permitió abarcar todo el país, con una tasa de visualización de 16 millones de personas, la ausencia de un equipo territorial desplegado en ciudades distintas a las de Antofagasta, Santiago o Valdivia, dificultó la posibilidad de promover con mayor fuerza la iniciativa, concentrando principalmente los Malones en estas tres ciudades. Para lograr entonces, un mayor alcance a nivel nacional y asegurar la ejecución de Malones en todas las regiones, ciudades y pueblos de Chile, se requiere de un despliegue territorial extensivo, a partir de un equipo con presencia y despliegue en todas las regiones que asegure la construcción de nuevas alianzas y aumente la cobertura de la red de maloneros a lo largo del país.

El Gran Malón como un camino para recuperar la confianza de abajo hacia arriba, desde la interpersonal a la institucional:

El Gran Malón convierte, por un determinado espacio de tiempo, el espacio público en un escenario para compartir y establecer lazos de confianza entre invitados. Es una herramienta que aborda la confianza interpersonal dentro de un territorio y pretende gatillar procesos que apunten hacia la construcción de capital social de una comunidad. El Gran Malón es una herramienta que al promover un espacio de confianza en un escenario lúdico y dinámico, permite promover la cohesión social entre sus participantes como primer impulsor para la creación de capital social de una comunidad retroalimentándose de la institucionalidad.

El Gran Malón se puede perfilar como una acción exportable a otros contextos latinoamericanos con desafíos similares:

El Gran Malón se percibe como herramienta para la cohesión social capaz de penetrar distintos contextos culturales manifestado por el interés que despierta en otros países

al exponer acerca de la iniciativa. Organizaciones de países como México, Colombia y Argentina han manifestado su interés a la Fundación Ciudad Emergente de adaptar y replicar la iniciativa de El Gran Malón en sus contextos nacionales. Esto, principalmente, por un diagnóstico compartido en todos estos países acerca del debilitamiento sostenido de la confianza, las relaciones humanas y la confianza interpersonal. Uno de los desafíos de la Fundación Ciudad Emergente luego de la realización del proyecto, es no solo como consolidar la continuidad de la iniciativa de El Gran Malón en Chile, sino también pensar en cómo abordar la posibilidad de transformar la experiencia en una acción exportable a otros contextos globales con desafíos similares.

La continuidad de El Gran Malón está en la construcción de una red de alianzas y embajadores:

La red de Alianzas construidas para el proyecto, consistente en agrupaciones que comparten los mismos intereses y valores de El Gran Malón, permitió desarrollar y expandir la iniciativa de forma exponencial, principalmente a partir de la generación de una plataforma para la ampliación de las capacitaciones incorporando organizaciones sociales paraguas, grupos religiosos, fundaciones y otros. Al mismo tiempo, una red de embajadores comprometidos con los valores de El Gran Malón es un elemento fundamental para motivar a más personas a unirse a esta iniciativa, no solo por el potencial que tiene esta red de generar nuevos Maloneros que organicen un Malón en sus comunidades, sino también, por la capacidad que tienen de difundir y poner en valor la iniciativa. En esa línea, para asegurar la continuidad de El Gran Malón se hace relevante potenciar la red de Alianzas y la red de Maloneros, ya sea a partir de encuentros preparatorios para El Gran Malón 2018 (o de años venideros), instancias de aprendizaje, colaboración interna de la red, u otros que fomenten mantener viva la gobernanza de la iniciativa.





▲ Imagen 47, Malón Barrios Bajos, Valdivia.



▲ Imagen 48, Malón Pedro de Valdivia Norte, Providencia.



▲ Imagen 49, Malón Lúdico, Providencia.



▲ Imagen 50, Malón Las Pipas de Einstein, Independencia



▲ Imagen 51, Malón Inclusivo en Lenguaje de Señas, Santiago



▲ Imagen 52, Malón Los Alelíos, Providencia



▲ Imagen 53, Malón Pedro de Valdivia Norte, Providencia.



▲ Imagen 54, Malón Casa de Oficios, Providencia.



▲ Imagen 55, Malón en Barrio Yungay



▲ Imagen 56, Malón Casona 87, Puerto Varas.



▲ Imagen 57, Malón Módulo 5, Penal Colina II, Colina.



▲ Imagen 58, Malón Corporación Gen, Antofagasta.



▲ Imagen 59, Malón García Moreno, Ñuñoa.



▲ Imagen 60, Malón en Huechuraba.



▲ Imagen 61, Malón Corporación Gen, Antofagasta.



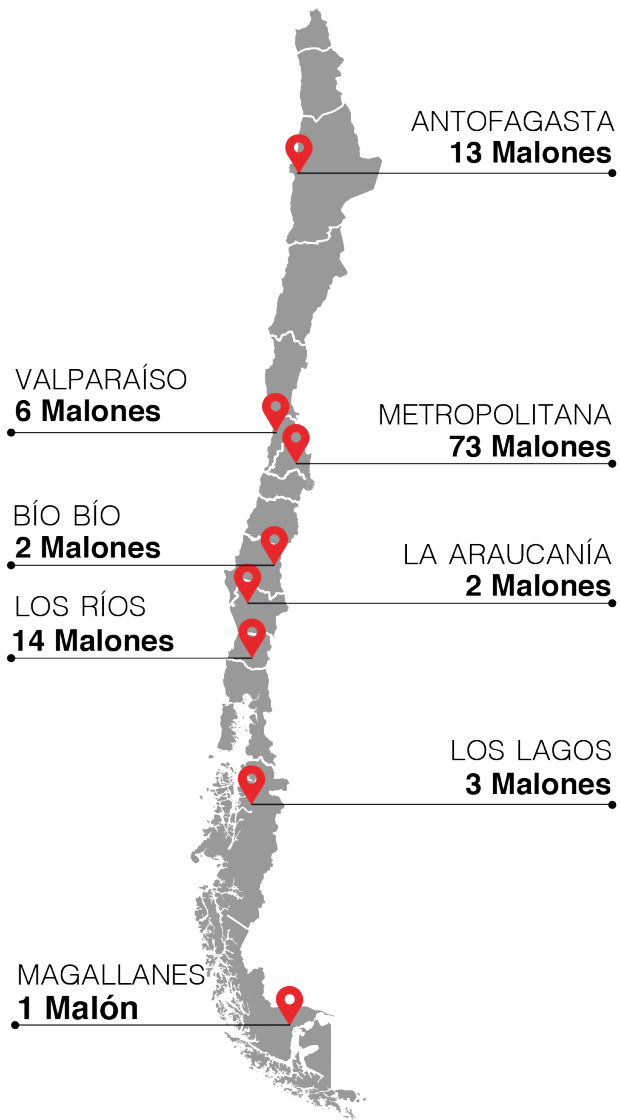
▲ Imagen 62, Malón Plaza Río de Janeiro, Providencia.



▲ Imagen 63, Malón en Punta Arenas.



▲ Imagen 64, Malón en Recoleta.



▲ Imagen 66, Malón Inclusivo en Lenguaje de Señas, Santiago.



▲ Imagen 67, Malón en Recoleta



▲ Imagen 68, Malón Growler, Valdivia.



▲ Imagen 69, Malón Medios de Comunicación, Providencia.



▲ Imagen 70, Malón Growler, Valdivia.



▲ Imagen 71, Malón Activa Valdivia, Valdivia.

▲ Imagen 65, Malónes en Chile



▲ Imagen 72, Malón Barrios Bajos, Valdivia.



▲ Imagen 73, Malón Geywitz, Valdivia.



▲ Imagen 74, Malón Activa Valdivia, Valdivia.



▲ Imagen 75, Malón Villa la Florida, Antofagasta



▲ Imagen 76, Malón Exequiel Plaza, Vitacura.



▲ Imagen 77, Malón en Providencia.



▲ Imagen 78, Malón Villa México, Antofagasta.



▲ Imagen 79, Malón Barrio los Bichos, La Reina



▲ Imagen 80, Malón en La Reina



Ciudad Emergente
El Gran Malón
Noviembre 2017, Santiago

WWW.CIUDADEMERGENTE.ORG
WWW.FACEBOOK.COM/CIUDADEMERGENTE
TWITTER: @CIUDADEMERGENTE

CONTACTO: HOLA@CIUDADEMERGENTE.ORG

CLEMENTE FABRES 1176
PROVIDENCIA
SANTIAGO, CHILE