

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN**



**El rol de la comunicación en los procesos de
participación ciudadana a nivel local:
El caso del distrito de Barranco**

**Tesis para optar el Título de
Licenciada en Comunicación para el Desarrollo
que presenta la Bachiller:**

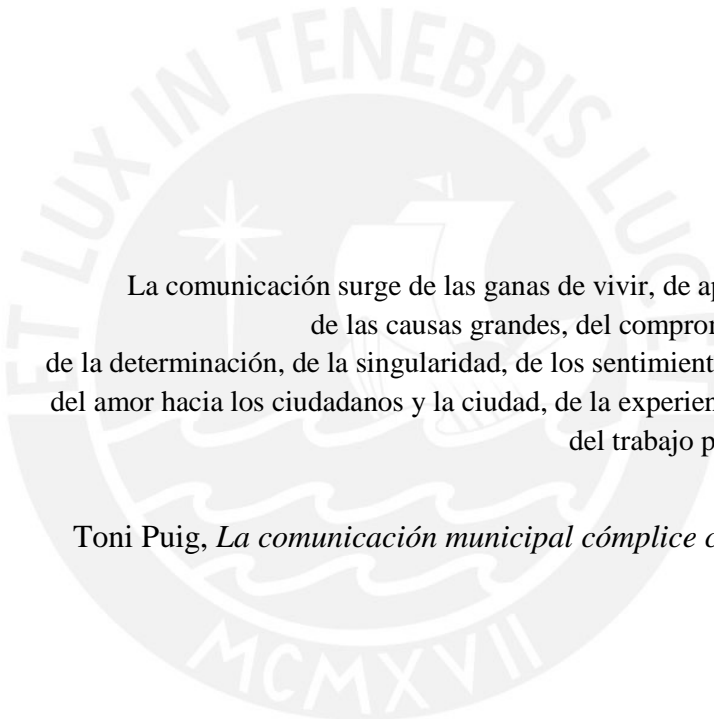
LORENA CARRASCO ALEGRE

NOMBRE DEL ASESOR: Gabriel Calderón Chuquitaype

Lima, 2011.



A los vecinos de Barranco,
cómplices en la tarea de construir
un distrito de feliz convivencia.



La comunicación surge de las ganas de vivir, de aportar, de compartir,
de las causas grandes, del compromiso, de la aventura,
de la determinación, de la singularidad, de los sentimientos y valores cívicos,
del amor hacia los ciudadanos y la ciudad, de la experiencia propia y común,
del trabajo personal y en equipo.

Toni Puig, *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos*

Índice

INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO 1. PRESENTACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Objetivos de investigación	4
1.3. Hipótesis de investigación	5
1.4. Justificación	7
CAPÍTULO 2. LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA: EL IDEAL TEÓRICO	9
2.1. Las implicancias comunicativas de la ciudadanía y la participación	9
2.2. La comunicación participativa como propuesta latinoamericana	12
2.3. Estrategias y recursos de comunicación en los gobiernos locales	16
2.4. Una comunicación municipal, cómplice con los ciudadanos	19
2.5. La ciudadanía se organiza, participa y se representa	23
CAPÍTULO 3. ITINERARIO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA: DE PERÚ A BARRANCO	26
3.1. El boom de la participación ciudadana en el Perú	26
3.2. Algunas experiencias de participación ciudadana en el Perú: logros y fracasos	32
3.3. Desencanto barranquino: las tres decisiones que los alcaldes de Barranco nunca consultaron	36
3.3.1. Olas de construcciones que amenazan los derechos ciudadanos	37
3.3.2. La pérdida de la memoria colectiva con la privatización del parque “La Lagunita”	38
3.3.3 Barranco atropellado por el Metropolitano	39

CAPÍTULO 4. LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA DESDE EL ENFOQUE COMUNICACIONAL	41
4.1. Metodología de la investigación	41
4.1.1. Tipo de investigación	41
4.1.2. Metodología de investigación	43
4.1.3. Unidad de análisis	44
4.1.4. Técnicas e instrumentos de investigación	45
4.1.5. Etapas de investigación	47
4.2. Los espacios de participación ciudadana como escenarios de comunicación	49
4.2.1. Alcances de los espacios de participación institucionalizados por ley	49
4.2.1.1. La historia de Salvemos Barranco	53
4.2.2. El perfil de los vecinos que participan y sus principales motivaciones	61
4.2.3. ¿La convocatoria, la hora de reunión y el local alientan la participación?	64
4.2.4. ¿Las reglas de juego favorecen la participación de los ciudadanos o la voluntad de la autoridad de turno?	68
4.2.5. ¿El espacio promueve relaciones jerárquicas y horizontales?	72
4.2.6. Entonces, ¿qué tipo de comunicación prevalece?	74
4.3. Las estrategias y recursos comunicacionales para promover la participación ciudadana	76
4.3.1. La estrategia comunicacional	76
4.3.2. La evolución de los mensajes	78
4.3.3. El público de los mensajes y la designación de roles	83
4.3.4. Los objetivos comunicacionales	86
4.3.5. Tono comunicacional, tipo de lenguaje y contacto generado	88
4.3.6. Tipo de soporte priorizado	90
4.3.7. Efectividad de las acciones y recursos comunicacionales	91

CONCLUSIONES: EL ROL DE LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	94
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXOS	114



INTRODUCCIÓN

En enero de 2009 ya tenía la sospecha de que algo estaba pasando en Barranco. Vivo en este distrito y desde hacía algunas semanas me había percatado que habían afiches pegados en las ventanas y las puertas de las casas, con el símbolo de un cohete cayendo y la frase Salvemos Barranco. Tuve dudas hasta el miércoles 4 de febrero de 2009, cuando miles de vecinos salieron a marchar por la avenida San Martín para protestar y hacer manifiesto su rechazo al tráfico y la contaminación que estaba ocasionando el paso del corredor vial Metropolitano por el distrito. Desde entonces, no pude evitar implicarme en esta situación y lo hice como vecina e investigadora.

La exploración inicial, a partir de la asistencia a una segunda marcha y algunas asambleas de vecinos, fue dando lugar a ciertas interrogantes con un tono comunicacional: ¿Qué iban a hacer las autoridades para canalizar las demandas de los vecinos?, ¿Las marchas eran espacios legítimos de participación?, ¿Qué otros espacios de participación existían además de las asambleas vecinales?, ¿La estrategia y los recursos comunicacionales empleados por Salvemos Barranco estaban promoviendo una acción vecinal sostenible o solo reactiva?, ¿Cuál era la posición de la Municipalidad de Barranco frente al tema y cómo la estaba comunicando?, entre otras.

Fui identificando a los actores en relación: los vecinos organizados en el movimiento Salvemos Barranco y la Municipalidad de Barranco. Había un tercer actor al que se aludía pero que se mantenía en silencio: la Municipalidad Metropolitana de Lima. Se hizo manifiesto que estos actores mantenían una relación de conflicto de intereses: los vecinos querían una solución frente al tráfico, la bulla y la contaminación que había invadido sus calles, el alcalde de Barranco no marcaba una posición clara frente al problema y el alcalde de Lima solo quería terminar de construir el Metropolitano.

Había que darle un marco temático y teórico a mi unidad de observación. Entonces resolví entender lo que pasaba en Barranco como una muestra del ejercicio de la ciudadanía: los vecinos estaban participando (a su estilo) con el objetivo de intervenir en una decisión que

estaba afectando su vida cotidiana. En ese sentido, me pareció interesante explorar cómo funcionaban estos espacios alternativos de participación creados por los vecinos, en comparación con los espacios de participación institucionalizados por ley, tomando como premisa que ambos eran escenarios de comunicación. Decidí complementar el análisis de espacios de comunicación interpersonal con el de las estrategias y recursos comunicacionales que usaban los vecinos de Salvemos Barranco y la Municipalidad, con el objetivo de alentar la participación ciudadana. Todo ello con el objetivo de identificar, caracterizar y hacer explícito el rol que la comunicación cumple en los procesos de participación ciudadana.

Es así como surge la presente tesis cuya estructura consta de cuatro capítulos. En el primer capítulo se presentan las preguntas, objetivos e hipótesis de investigación. Así mismo se ofrecen argumentos para la justificación del tema en función de su relevancia académica en el campo de la comunicación para el desarrollo, así como su importancia política en el plano de la formación de ciudadanía y promoción de la participación ciudadana, a partir de las herramientas y estrategias comunicacionales.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico de la investigación, haciendo énfasis en las implicancias comunicativas de la ciudadanía y la participación. También se hace referencia al enfoque de comunicación participativa que surge en Latinoamérica y se exploran las principales estrategias de comunicación en los gobiernos locales, para finalmente referir al concepto de comunicación municipal cómplice con los ciudadanos.

El tercer capítulo presenta el marco contextual de la investigación. En este se repasa la historia del *boom* de la participación ciudadana en el Perú, y se analizan los logros y fracasos de cinco experiencias concretas de participación ciudadana en el país. Seguidamente se procede a caracterizar la situación del distrito de Barranco, a partir de la explicación de las tres decisiones que los alcaldes tomaron arbitrariamente y que dieron origen a la formación y reacción del movimiento vecinal Salvemos Barranco.

La descripción y el análisis de los resultados de la investigación conforman el capítulo cuatro. En este se expone, al inicio, la metodología de la investigación indicando que tiene

un carácter fundamentalmente exploratorio y descriptivo pero también analítico, dado que formula juicios valorativos y algunas inferencias en base a la investigación de campo y los marcos conceptuales. Seguidamente se justifica el uso de la metodología cualitativa, se presenta la unidad de análisis (el distrito de Barranco) así como las tres técnicas e instrumentos de investigación empleados: la observación participante, entrevistas y análisis de contenido.

El capítulo cuatro prosigue con la exposición y el análisis de los resultados del trabajo de campo que han sido organizados de acuerdo a las preguntas de investigación. En ese sentido, primero se describen los espacios de participación como escenarios de comunicación, para lo que se indaga en el perfil de los participantes y sus principales motivaciones, y se cuestiona si la forma de convocatoria y las reglas de juego de estos espacios promueven la participación de los ciudadanos o la voluntad de la autoridad de turno. Así pues, se reconoce el tipo de relación jerárquica u horizontal que se promueve en estos espacios, para finalmente determinar qué tipo de comunicación prevalece en los espacios de participación y sus fines difusionistas, propagandísticos o relacionales.

A esto le sigue la descripción de las estrategias y recursos comunicacionales empleados por Salvemos Barranco y la Municipalidad de Barranco, donde se hace referencia a la evolución de los mensajes, el público objetivo, los objetivos comunicacionales, el tono de la comunicación, el tipo de lenguaje empleado así como el soporte priorizado (impreso o digital). A partir de ello se reflexiona en torno a la efectividad de las acciones y recursos comunicacionales.

Cabe señalar al lector, que la principal conclusión de esta tesis es que la comunicación cumple un rol facilitador en los procesos de participación ciudadana. Como tal, la comunicación y los comunicadores hacen posible la participación ciudadana motivando el interés en los espacios de participación, estimulando a los ciudadanos a identificar sus problemas y plantear soluciones a partir del diálogo y la negociación de intereses, conduciendo a la definición de objetivos y metas que orienten la acción ciudadana, moderando instancias de decisión, entre otros. Sin embargo, la investigación también pone

en relieve que la comunicación, por sí sola, no genera procesos participativos exitosos ni sostenibles, sino que requiere voluntad política y ciudadana para el disfrute y provecho de su potencial en la promoción del interés de los ciudadanos en los asuntos de su ciudad.

Esta tesis es, a la vez, un intento decidido por reivindicar el quehacer de los comunicadores más allá de los medios y los productos de la comunicación. En ese sentido rescata el valor de los procesos de participación ciudadana como procesos de comunicación, donde los ciudadanos y las autoridades se relacionan, dialogan, negocian, construyen significados y toman decisiones que marcan el rumbo del desarrollo de su localidad.



CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. *Planteamiento del problema*

La ciudadanía, como tema académico, adquiere un especial interés en 1997 con la publicación del libro “*Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*” de Sinesio López. En este texto, el autor define al ciudadano como una persona con derechos civiles, políticos y sociales que son garantizados por el Estado, y que pertenece a una comunidad política con la cual tiene responsabilidades. En esta noción de ciudadanía, el ciudadano hace manifiesto que es el titular legítimo del poder político, a través de la participación en la toma de decisiones que afectan a la comunidad y que trascienden al voto electoral (Lopez 1997: 68).

A nivel legal se enmarca también en la década de los 90, la institucionalización de mecanismos de participación ciudadana, como el referéndum o la revocatoria de autoridades, dada la presión de los organismos financieros a limitar los préstamos internacionales al país, si es que el presidente Fujimori no tomaba una serie de medidas democráticas, tras la aplicación del programa de reformas económicas liberales del Consenso de Washington y del “autogolpe” de 1992¹.

Sin embargo, recién durante el gobierno de transición de Valentín Paniagua², la participación se entendió como una política destinada a mejorar la calidad de la democracia y restablecer la confianza entre los ciudadanos y las autoridades. De esta manera se establecieron el Acuerdo Nacional (AN), los Consejos de Coordinación Local (CCL), la Mesa de Concertación Para la Lucha Contra la Pobreza (MCPLP) y otras instancias de

¹ Se denomina “autogolpe” al cierre del Congreso de la República y la suspensión de actividades del Poder Judicial, ordenados por el presidente Alberto Fujimori, tras argumentar que ambas instituciones se oponían al progreso del país y boicoteaban los proyectos de ley del Ejecutivo, porque se habían negado a ampliar los poderes del Presidente de tal modo que pudiera legislar en materia económica y política antiliberal sin fiscalización alguna. El “autogolpe” supuso una intervención militar, que incluyó también la toma de varios medios de comunicación.

² Tras el descubrimiento de la red de corrupción dirigida por el asesor presidencial, Vladimiro Montesinos, el Presidente Fujimori huye al Japón y renuncia por fax a la presidencia de la República, a lo que le sigue la renuncia de sus vice presidentes. En ese contexto Valentín Paniagua, entonces presidente del Congreso, asume la Presidencia de la República de manera transitoria (entre el 22 de noviembre del 2000 hasta el 28 de julio del 2001) con el objetivo de convocar a nuevas elecciones y garantizar la transparencia del proceso electoral.

participación. Luego, en el gobierno del Presidente Alejandro Toledo se aprobó la nueva Ley Orgánica de Municipalidades (Ley 27972) que institucionalizaba tres espacios de participación a nivel local: el Concejo de Coordinación Local Distrital, el Concejo Municipal y las juntas vecinales (Panfichi 2007: 22-34).

Lo cierto es que, a pesar de que la ley peruana contempla una serie de instancias y procesos participativos en la planificación del desarrollo, muchas veces estos no son escenarios de diálogo, negociación de intereses y toma de decisiones entre autoridades y ciudadanos. Esto se debe, por un lado, al recelo que tienen muchas autoridades ante la idea de ceder poder, que es una de las condiciones principales para el establecimiento de relaciones horizontales en un espacio participativo, donde los ciudadanos dialogan con intereses heterogéneos y negocian con sus autoridades para tomar decisiones conjuntas. De otro lado, sucede que los ciudadanos no ejercen su ciudadanía porque no perciben una motivación clara y, bajo una lógica de costo-beneficio, la participación en la vida pública les demanda esfuerzo y tiempo, que ya se encuentran bastante limitados por su vida laboral y familiar. En otros casos, los ciudadanos que sí se aventuran a intervenir en los asuntos públicos, prefieren crear espacios alternativos para canalizar sus demandas, porque son conscientes de las limitaciones y trabas de los espacios de participación institucionalizados por ley.

En este contexto, los espacios de participación no son escenarios de comunicación relacional, participativa, cómplice. Por el contrario, son instancias que existen en respuesta a lo que establece la ley, pero que replican la estructura vertical del poder político y donde la comunicación se reduce a la difusión de información o su uso propagandístico en beneficio del alcalde de turno.

En ese sentido, la presente investigación plantea el estudio de los espacios de participación ciudadana como escenarios de comunicación, para poder identificar el tipo de comunicación que prima en ellos. Se toma como referencia la clasificación acuñada por Rosa María Alfaro (1999) para el tipo de comunicación, que incluye tres categorías: (1) comunicación difusionista, (2) comunicación propagandística y (3) comunicación relacional. Con estas y otras categorías comunicacionales se procede a analizar los dos tipos

de espacios de participación antes mencionados, es decir: (1) los **espacios de participación institucionalizados por ley**, que son impulsados por las municipalidades distritales y (2) los **espacios alternativos de participación** que los vecinos constituyen para canalizar las demandas que no han podido satisfacer a través de las vías legales institucionalizadas.

Para efectos de la investigación, se tomó como estudio de caso el distrito de Barranco en el marco de la construcción del corredor vial Metropolitano (enero 2009- febrero 2010), dado que esta coyuntura se sumó a la indignación de los vecinos ante una serie de decisiones no consultadas por sus alcaldes y suscitó la creación de un espacio de participación alternativo: el movimiento vecinal Salvemos Barranco. En ese sentido, se realiza un primer análisis de este espacio de participación alternativo en comparación a los espacios institucionalizados por ley, haciendo énfasis en las dinámicas de comunicación generadas y que diferencian ambas formas de participación ciudadana. Luego, se procede a identificar y analizar las **estrategias y recursos comunicacionales** que emplearon los dos actores en cuestión, la municipalidad distrital y los vecinos organizados en Salvemos Barranco, para manifestar su rechazo a los problemas que estaba desencadenando la construcción del Metropolitano en el distrito.

De ambos análisis, el de los espacios de participación como escenarios de comunicación, y el de las estrategias y recursos comunicacionales, se deriva la descripción del **rol o función de la comunicación** en los procesos de participación ciudadana, así como los alcances de lo comunicacional en la materia.

Concretamente, las preguntas que orientan y pretende resolver la presente investigación son:

Pregunta principal:

¿Cuál es el rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana, en el distrito de Barranco?

Preguntas secundarias:

- ¿Cuál es el tipo de comunicación que caracteriza los espacios de participación institucionalizados por ley e impulsados por la Municipalidad distrital y los espacios de participación alternativos, como Salvemos Barranco?
- ¿Cuáles son las estrategias y recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco, para promover la participación ciudadana?

1.2. *Objetivos de la investigación*

En base a las preguntas formuladas, se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo principal

Identificar y describir el rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana en el distrito de Barranco.

Objetivos secundarios:

- Describir el tipo de comunicación que se establece en los espacios de participación institucionalizados por ley y los espacios de participación alternativos, como Salvemos Barranco.

- Identificar y analizar las estrategias y recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco, con la finalidad de promover la participación ciudadana.

1.3. *Hipótesis de investigación*

En respuesta a las preguntas de investigación planteadas, la tesis contemplará las siguientes hipótesis:

Hipótesis general

La comunicación cumple un rol facilitador en los procesos de participación ciudadana, promoviendo el establecimiento de relaciones horizontales y de una serie de condiciones para el diálogo, la negociación de intereses y la toma de decisiones compartidas entre ciudadanos y autoridades; siempre y cuando se asuma un tipo de comunicación acorde para estos efectos y coherentes con las estrategias y recursos que se utilizan para este objetivo.

Hipótesis específicas

- Sobre el tipo de comunicación que caracteriza los espacios de participación se cree que:
 - La comunicación entre la Municipalidad y los vecinos de Barranco en los espacios de participación institucionalizados por ley es de tipo difusionista, porque prima una comunicación unidireccional en la que las autoridades detentan el poder y la información, y los vecinos son receptores pasivos cuya opinión no tiene un carácter vinculante.
 - En cambio, en los espacios alternativos de participación ciudadana se establece un tipo de comunicación relacional, donde los participantes mantienen una relación horizontal que facilita el diálogo y la negociación de intereses, y todos tienen derecho a voz y voto, únicamente por el hecho de ser vecinos.

- En cuanto a las estrategias y recursos de comunicación empleados por la Municipalidad de Barranco y los vecinos de Salvemos Barranco para promover la participación ciudadana, se presupone que:
 - La Municipalidad de Barranco no posee una estrategia de comunicación orientada a promover la participación ciudadana sino que tiene objetivos propagandísticos, de la imagen del alcalde de turno. En ese sentido, privilegia la distribución masiva de mensajes en formato impreso (banners, volantes, boletines), en lugar del contacto directo con los vecinos.
 - El movimiento vecinal Salvemos Barranco tiene una estrategia de comunicación que busca promover la participación ciudadana, a partir de la relación directa con los vecinos, involucrándolos como actores indispensables para resolver los problemas del distrito. En ese sentido, si bien hace uso extendido de los recursos digitales (videos, flyers, notas en blogs y páginas web), estos tienen un correlato impreso que se distribuye personalmente a través de caminatas o bicicleteadas.

1.4. *Justificación*

Dominique Wolton (2006) comentaba que la comunicación es algo tan cotidiano y natural para todos que, a priori, parece que no hay nada que decir sobre ella. En efecto la comunicación está inmersa en toda relación social y en los procesos del desarrollo, y desde ahí los comunicadores sostenemos que puede aportar al cambio y transformación social. Pero para eso hay que visibilizar su función, sus alcances y límites, razón por la cual esta investigación pone especial énfasis en identificar el rol o función de la comunicación en los procesos participativos que son de vital importancia para el ejercicio, fortalecimiento y construcción de la ciudadanía.

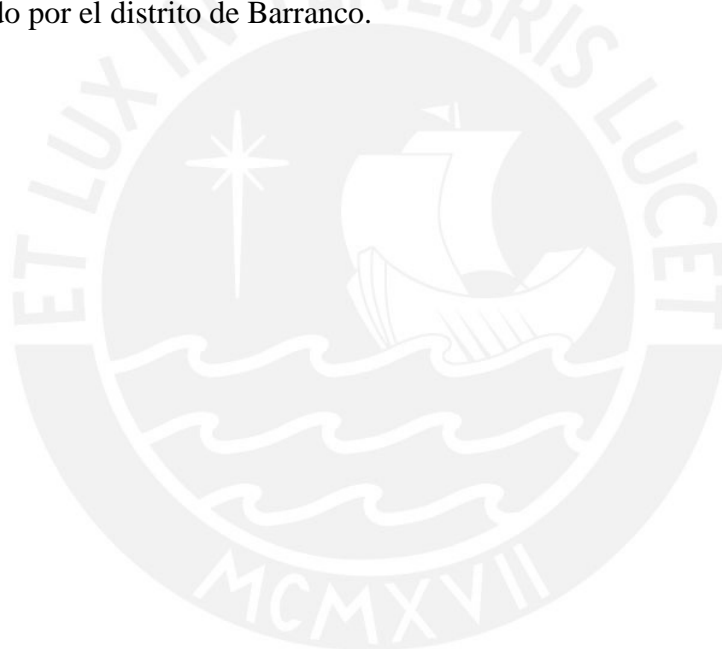
Es preciso destacar que lo participativo supone que no sea uno quien detenta el poder, sino una multiplicidad de actores heterogéneos. Entonces, la comunicación es importante en este contexto, para generar espacios de encuentro y diálogo entre personas con ideas e intereses distintos, desde donde se puedan tomar decisiones que beneficien a la comunidad. En ese sentido, se busca lidiar contra la creencia extendida de que la protesta y la violencia son los canales más efectivos para presionar a las autoridades, aprovechando la cobertura mediática (Panfichi 2007: 43)..

Como destaca Yusuke Murakami (2007: 331): “La política peruana no puede cambiar drásticamente; ello no sucederá mientras los peruanos no se interesen por el proceso de toma de decisiones y por fiscalizar al gobierno y a los políticos, y no consideren indispensable su participación activa y responsable en dicho proceso. Para esto se requiere un proceso de aprendizaje, ensayo y error, de mediano y largo plazo”.

Así pues la participación estrecha la relación entre autoridades y ciudadanos, a la vez que empodera a estos últimos y les recalca la responsabilidad que tienen en la gestión del desarrollo local para que su distrito sea un mejor lugar para vivir. Participar implica un cambio de actitud en la ciudadanía, ya que estimula el paso del estado de la queja constante a un nivel propositivo. De ahí que sea un campo fértil para la comunicación para el desarrollo, que precisamente busca la transformación social al incidir con mensajes o

generar espacios que difundan conocimiento para promover el cambio de actitudes y finalmente de comportamientos.

En ese sentido el tema de investigación que presento es importante desde dos puntos de vista. Académicamente explora un campo muy estudiado, como es el de participación ciudadana, pero hace énfasis en el componente comunicacional que es el constante ausente en los estudios sobre el tema, a pesar de su gran relevancia. Así mismo la investigación tiene relevancia política ya que pretende dar cuenta de las estrategias y recursos comunicacionales más efectivos en la promoción de la participación ciudadana, para recomendar con buenos argumentos su implementación en los espacios de toma de decisión local, comenzando por el distrito de Barranco.



CAPÍTULO 2. LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA Y CÓMPLICE CON LOS CIUDADANOS: EL IDEAL TEÓRICO

2.1. *Las implicancias comunicativas de la ciudadanía y la participación*

En términos de Sinesio López, la ciudadanía consiste en el ejercicio de derechos y deberes dentro de la comunidad política de la que uno se siente parte y sin la cual no puede desarrollarse. Es un concepto que tiene múltiples dimensiones que trascienden lo legal y que se construye en el terreno social y político, para lo que requiere que los ciudadanos desarrollen ciertas capacidades, como el poder actuar y decidir libremente, así como tener la capacidad de participar en los asuntos de interés público y disfrutar de la riqueza que se produce al interior de la sociedad (López 1997: 39- 41, 118).

Sin embargo, en la actualidad, predomina el enfoque de posesión derechos de la ciudadanía sobre el de ejercicio simultáneo de derechos y deberes, lo que no alienta el compromiso de los individuos con su comunidad. Si hacemos un símil entre los enfoques de la ciudadanía y los procesos de comunicación, reducir la ciudadanía a la posesión de una serie de derechos que uno hace valer en la sociedad, equivale a hablar de un proceso unidireccional. En cambio, la comprensión de la ciudadanía como un conjunto de garantías y responsabilidades supone un proceso de ida y vuelta, donde el ciudadano reconoce sus derechos pero sabe que tiene deberes para con la sociedad en la que vive, que también es responsabilidad suya el desarrollo de su comunidad y no solo de las autoridades que elige cada cuatro o cinco años.

Lo cierto es que, en el Perú, la ciudadanía todavía tiene un carácter retórico y esto se vincula directamente con nuestra historia. Nelson Manrique ha elaborado un excelente análisis al respecto, en su ensayo “*Democracia y Nación: la Promesa Pendiente*”. En este texto, el autor sostiene que históricamente no se gestó en el Perú una cultura de ciudadanos, sino de súbditos y de opresión. Esto proviene de la época de la conquista, cuando los españoles erradicaron a la nobleza indígena y dejaron al Perú sin una clase dominante para dirigir el proyecto integracionista. Así pues, la supresión de los curacas, que eran los

intermediarios entre los españoles y los indios, fue el hecho a partir del cual los indios se consolidaron como la fuente de mano de obra, obligados a pagar el tributo y sin derecho a nada (2006:17-49). Lamentablemente ni la independencia logró romper las estructuras coloniales de dominación, porque los criollos y una parte de los mestizos no tuvieron interés alguno en perder sus privilegios.

Estas relaciones de poder jerárquicas se mantienen hasta nuestros días y dificultan el ejercicio ciudadano, en tanto vulneran una de las condiciones mínimas de la ciudadanía, que es la igualdad ante la ley independientemente de la clase económica o rol social que uno detenta. Pero la ciudadanía incluso va más allá de las garantías legales, porque uno nace con una serie de derechos y deberes, pero va aprendiendo a ser ciudadano en el ejercicio mismo de la convivencia con otros, en la comunidad política a la que pertenece.

Desde el enfoque comunicacional que tiene la presente tesis, se comprende la ciudadanía como una categoría activa, como el ejercicio relacional y dialógico a través del cual los ciudadanos y el Estado (conformado por autoridades e instituciones) se vinculan y le dan legitimidad al poder. Y es, en este contexto, donde cobra sentido analizar los espacios de participación como escenarios de comunicación, es decir, como espacios donde se encuentran e interactúan ciudadanos y autoridades, donde negocian sus intereses a través del diálogo y toman decisiones que afectan la vida pública.

Un Estado democrático debe ser promotor de una ciudadanía efectiva y participativa. La participación, entendida como el “conjunto de mecanismos, institucionalizados o no, a través de los cuales los ciudadanos inciden o buscan incidir en las decisiones públicas, con la expectativa de que aquellas decisiones representen sus intereses sociales” (Aguilar 2006: 151), forma parte intrínseca del ejercicio ciudadano y es una práctica dialógica, vincular y comunicacional, con un enorme potencial transformador.

A nivel individual, la participación genera habilidades de gestión, diálogo y negociación. A nivel social, es una estrategia que impulsa a los ciudadanos a involucrarse en los asuntos públicos, en el terreno político de la relación entre sociedad y Estado (Millán 2007: 21). En

este contexto, la comunicación facilita la relación entre ciudadanos y Estado, así como de las habilidades comunicativas (escucha, diálogo, negociación) que se requieren para tomar decisiones en la esfera pública.

Ahora bien, hay una serie de autores que cuestionan si la participación ciudadana realmente favorece a la democracia, porque consideran que esta debilita la representación política y crea las condiciones para la aparición de outsiders. En efecto, la intervención directa de los ciudadanos en las decisiones públicas, sin la mediación de los partidos políticos, genera una disrupción con el sistema, que termina traducándose muchas veces en una participación conflictiva. Sin embargo, quizás sea más conveniente pensar que los mecanismos participativos, en lugar de debilitar la democracia representativa, pueden complementarla positivamente (Panfichi 2007: 21).

En efecto, la participación ciudadana no excluye el rol representativo de las autoridades, sino que enfatiza que la representación es un mandato que ha sido delegado para servir a la comunidad. Al tratarse de un mandato, de un encargo que la ciudadanía le concede a través del voto, se suprime la relación jerárquica que coloca a la autoridad en una posición superior frente a la ciudadanía y los ciudadanos se reconocen responsables de su mandato y la necesidad de su participación en los asuntos públicos.

Indudablemente, el discurso participativo adquiere especial relevancia en la actualidad caracterizada por una crisis de representatividad, es decir, por la ausencia de una relación directa entre las demandas sociales y las ofertas políticas. Para Alain Touraine (1998: 49) esta crisis se manifiesta comunicacionalmente en el desarrollo de una política de masas donde los medios de comunicación y los políticos con dinero tienen la capacidad de imponer sus ideas, bajo la misma lógica con la que se publicitan los productos de consumo. Entonces, la comunicación política, que tiene como rol vigilar el equilibrio entre la información, comunicación y la representación- según Dominique Wolton (1998: 11)- no ejerce esta función. Y surgen otras propuestas comunicacionales para hacerle frente, como es el caso de la comunicación participativa en Latinoamérica.

2.2. *La comunicación participativa como propuesta latinoamericana*

El enfoque de la comunicación popular o participativa surge en la década de los ochentas, en el contexto de la Escuela Latinoamericana, para reconocer a la comunicación como un proceso bidireccional que trasciende la difusión de mensajes e información, para persuadir a la gente y lograr que cambie su comportamiento o vote por algún candidato específico (Bessette: 2008, 1034).

De esta manera, la comunicación participativa busca la emancipación de las personas, alentando el diálogo horizontal para el reconocimiento de los problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones. Bajo esta perspectiva, el proceso del cambio social es más importante que los productos porque precisamente, durante el proceso de comunicación, se inicia la transformación (Gumucio 2008, 1041).

Sin embargo, a pesar del aporte de la comunicación en los procesos de desarrollo, a menudo se le reduce a un valor meramente instrumental (Armas 1995: 18). En efecto, la comunicación por sí misma no produce desarrollo sino que requiere de una serie de condiciones socioeconómicas y políticas. Para vivir en una democracia participativa se requieren algunas condiciones previas como la reducción de las desigualdades, porque en este escenario predominan los grupos que prefieren su estabilidad antes que lo participativo. Otro reto consiste en lograr que las personas pasen de verse y actuar como consumidores, a ejercitar sus propias capacidades y disfrutar de ellas, porque esto sí fomenta un sentimiento de comunidad ya que se realiza en conjunto (Macpherson 1982:126-127,129). No puede haber democracia si los ciudadanos no son incluidos, pero para que ello suceda los mismos ciudadanos deben construir el camino.

La evolución de las teorías del desarrollo ha puesto en relieve que este no consiste en la acumulación de bienes y riquezas en unas cuantas manos, sino en una distribución justa y equitativa del ingreso, las oportunidades y la posibilidad de tomar decisiones que afectan la vida en comunidad (Macpherson 1982: 10-20).

Bajo este contexto, se empieza a propagar, durante la década de los noventa, la idea del desarrollo alineado a un sistema democrático, donde la concertación entre el Estado, la empresa y la sociedad toma especial relevancia; y la comunicación participativa vuelve a cobrar protagonismo, sobre todo, a nivel local (Macpherson 1982: 33-37).

Actualmente, el paradigma del desarrollo vigente, propuesto por Amartya Sen y asumido por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), resalta el rostro humano de este proceso y apela a la expansión de la libertad, a través de la ampliación de capacidades de las personas para que estas puedan aprovechar al máximo las oportunidades. Bajo esta perspectiva, la comunicación participativa tiene mucho que aportar, dado que su metodología de intervención se caracteriza por priorizar el fortalecimiento o generación de distinto tipo de capacidades en la población para que los procesos de desarrollo sean sostenibles.

La comunicación participativa puede promover cambios a nivel de conocimientos, actitudes y prácticas, y ahí reside parte de su aporte al desarrollo. En primera instancia, porque mejora el proceso de intercambio de información al indicar los canales y códigos más adecuados para transmitirla. En segundo lugar, dado que la comunicación siempre necesita a dos o más personas porque es una relación donde se producen diversos sentidos, esta se constituye como promotora del trabajo en equipos interdisciplinarios y estimula la construcción conjunta y creativa (FAO 2006: 16-17).

En efecto, la participación es un proceso de aprendizaje significativo, que parte del reconocimiento de la heterogeneidad de los actores involucrados. Bajo esta premisa, el rol de la comunicación es bastante relevante, en tanto que, los procesos comunicativos permiten establecer relaciones horizontales entre los participantes, dando espacio para que cada uno de ellos aporte con sus experiencias y conocimientos. Es así como la comunicación aporta a la visión del desarrollo una actitud de apertura frente a la diversidad de informaciones, mensajes, códigos y lenguajes que intervienen en las interacciones humanas (FAO 2006: 7-8).

La comunicación, entonces, se presenta como un aliado de la participación porque a través de ella se construye, de manera paulatina y reflexiva, el conocimiento que las personas tienen de su realidad y en tanto que les permite visualizarla, las motiva a transformarla. La comunicación supone, en un primer momento del proceso participativo, el acceso a información para luego deliberar entre un conjunto de opciones y finalmente lograr consensos. De esta manera, permite tomar decisiones más acertadas, junto con las personas y su diversidad de intereses (FAO 2006: 7-8).

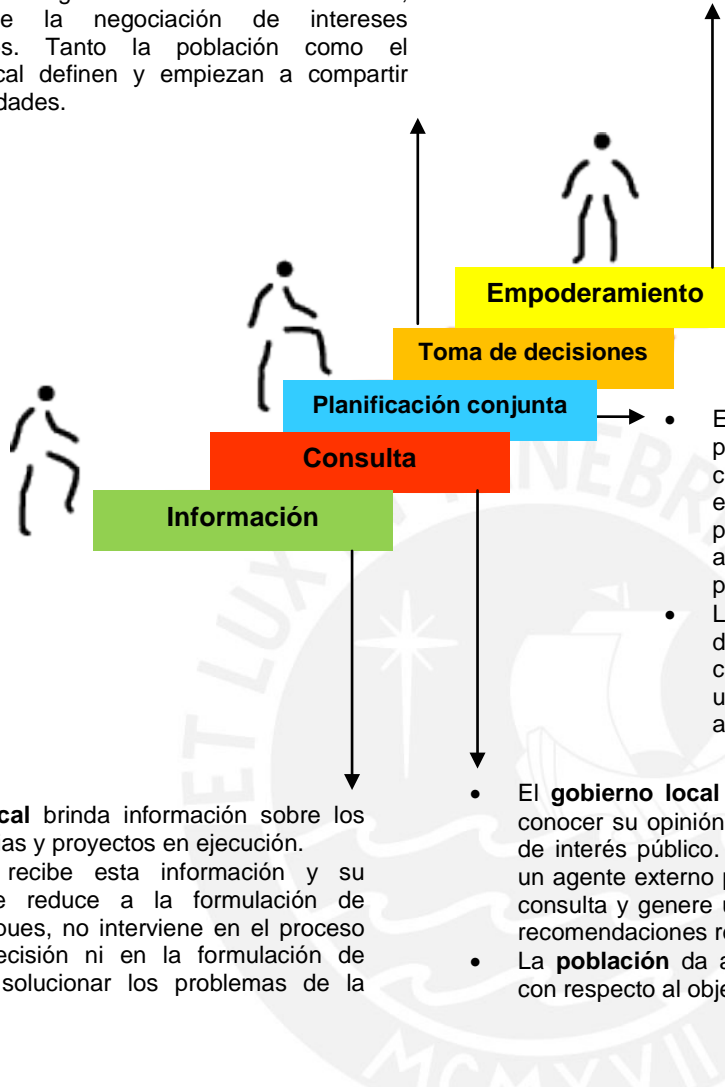
Tanto la comunicación como la participación son elementos transversales a todo el proceso de desarrollo y, a lo largo de este, se hacen manifiestas a través de ciertas herramientas o dinámicas de trabajo que dejan de priorizar únicamente el conocimiento técnico y buscan aprovechar también el conocimiento de la experiencia, cultura y conocimiento local. De esta manera, hay metodologías específicas de comunicación participativa, para identificar las necesidades de la población, para generar capacidades de deliberación y fortalecer los procesos de toma de decisiones, empoderando a los actores locales, entre otros (FAO 2006: 9).

Así pues, los programas y proyectos de desarrollo que tienen un enfoque participativo y le confieren la debida importancia e interés al componente comunicacional, son proyectos que generan aprendizaje para todos los involucrados, que se basan en sus problemas reales, refuerzan el rol de las organizaciones y autoridades locales, establecen relaciones de cooperación entre estos actores y difunden la información de manera oportuna, por los canales adecuados y con un lenguaje comprensible por el público (FAO 2006: 14).

Ahora bien, es importante que al momento de realizar una intervención comunicacional en el campo de lo participativo, se identifique en primera instancia cuál es el nivel de participación al que se va a llegar. En efecto, existen diversos niveles de participación, desde la simple consulta, hasta el empoderamiento de los actores involucrados, tal como muestra el siguiente gráfico:

- El **gobierno local** genera espacios de participación donde se toman decisiones de carácter vinculante para el desarrollo de la ciudad. Por lo general, se contrata a un facilitador externo.
- La **población** llega a una serie de consensos, luego de la negociación de intereses heterogéneos. Tanto la población como el gobierno local definen y empiezan a compartir responsabilidades.

- El **gobierno local** muestra apertura y disposición para canalizar las iniciativas ciudadanas.
- La **población** tiene una actitud propositiva y presenta iniciativas propias. Así mismo, participa del análisis conjunto y elabora planes de acción, que son ejecutados y fortalecen a los grupos locales.



- El **gobierno local** brinda información sobre los planes, estrategias y proyectos en ejecución.
- La **población** recibe esta información y su participación se reduce a la formulación de preguntas. Así pues, no interviene en el proceso de toma de decisión ni en la formulación de opciones para solucionar los problemas de la comunidad.

- El **gobierno local** convoca a talleres de planificación sobre diversos temas de la ciudad, que son moderados por un facilitador externo a través de distintas metodologías participativas. De estos eventos se recogen algunas ideas para los documentos de planificación de la ciudad.
- La **población** participa en el análisis conjunto de los problemas y potencialidades de su ciudad. Así mismo, construye colectivamente una visión de ciudad y sugiere algunas acciones para alcanzarla.
- El **gobierno local** convoca a la población para conocer su opinión en torno a ciertas decisiones de interés público. Por lo general, se contrata a un agente externo para que facilite el proceso de consulta y genere un informe con las principales recomendaciones recogidas.
- La **población** da a conocer su sentir y opinión con respecto al objeto de consulta.

Gráfico de elaboración propia, adaptado al caso estudiado, con datos extraídos de FAO, 2010.

Lo ideal es ir incrementando el nivel de participación a lo largo del proceso, teniendo presente que los procesos participativos a mayor escala son más complejos. Sin embargo, a nivel local, sí se puede aspirar a promover el empoderamiento de la ciudadanía a través de estrategias de comunicación que favorecen el encuentro y el diálogo entre actores heterogéneos.

2.3. Estrategias y recursos de comunicación en los gobiernos locales

Vivimos actualmente en una democracia de masas- de los sondeos, la política televisada y el sufragio universal (Touraine 1998: 47-49)- donde la comunicación política no siempre favorece la representación ni mucho menos alienta la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos. Por el contrario, parece concentrarse y agotarse en los periodos electorales, y en aquellos años donde no hay elecciones, somos espectadores de la poca relevancia que tiene la información política en comparación a las notas policiales o los últimos chismes de la farándula limeña. En ese sentido, no se generan dinámicas de comunicación que conducen a la construcción de ciudadanía.

En este contexto se empiezan a configurar otros medios de participación, como la internet, que es la interfase de popularización de la “política 2.0.” que propone una relación horizontal entre los electores-ciudadanos con sus candidatos-autoridades; aunque por lo general se queda en el plano de la expresión de opiniones y no presupone un activismo real en la vida política, más allá de las elecciones.

Lo cierto es que, en el ejercicio de la ciudadanía, el escenario más directo de participación es el propio gobierno local-municipal; que además posee una serie de ventajas comunicativas en comparación a otros niveles de poder. Así pues, el gobierno local: (1) está más cerca de los ciudadanos, (2) tiene la posibilidad de resolver los problemas concretos de los vecinos, es decir, lo que les interesa directamente (Schulte, 1981, citado por Izurieta), y (3) tiene una capacidad de convocatoria mayor porque la organización de la comunidad no es tan compleja como la de todo el país, y se puede acceder a ella a través de asociaciones barriales, la iglesia, grupos temáticos, etc (Izurieta 2003: 213-214).

Ahora bien, evidentemente el hecho de ser un ente más pequeño también le causa al municipio problemas para llamar la atención de los medios masivos, que son los principales canales a través de los cuales los ciudadanos se enteran de lo que sucede en su entorno. Así pues, los vecinos de un distrito llegan a estar más enterados de lo que sucede en la capital, el país o el mundo, que de los avances o problemas de su distrito. Los temas que pueden motivar una nota de prensa o una entrevista a escala municipal son principalmente los reportes de algún delito o la inauguración de una obra. Los procesos e iniciativas municipales suelen pasar desapercibidas y el contratar un espacio en los medios para comunicarse con la población, en efecto, excede el presupuesto de la mayoría de municipios.

Entonces, se vuelve más importante utilizar la creatividad para generar estrategias y recursos comunicacionales que trasciendan lo común y se orienten a establecer una comunicación más directa entre la municipalidad y los ciudadanos. Las estrategias orientan el conjunto de acciones hacia el logro de un objetivo, que en el caso de los gobiernos locales consiste en mantener informada a la población y suscitar su participación en los asuntos públicos. Los recursos o productos de comunicación, por su parte, refuerzan la comunicación al volver tangibles los mensajes.

En esta línea, Adalid Contreras señala que los procesos de comunicación a nivel municipal deben moverse en torno a tres líneas de acción. La primera consiste fortalecer los espacios institucionales internos para lograr consensos básicos que se pongan en común en las estrategias institucionales. Para ello la autora recomienda organizar eventos (talleres, conferencias, reuniones, etc) y usar algunos recursos como los periódicos murales y el boletín interno, que no solo abarquen temas laborales, sino que también los relacionen con la cotidianidad de los trabajadores (1999: 237-238).

Una segunda línea de acción consiste en generar espacios de expresión de la ciudadanía. Aquí es donde la creatividad debe explayarse al máximo para que la comunicación contribuya a crear relaciones horizontales e incentive procesos participativos de toma de decisiones. Como destaca Contreras se trata de “establecer complicidades” con los actores

locales, para lo que puede organizar, por ejemplo, un cronograma de visitas de las autoridades para que conversen con la población en sus propios espacios (1999: 238).

La tercera línea, finalmente, destaca la importancia de crear espacios de diálogo, intercambio, acuerdo y colaboración, para trascender a la práctica común de hacer propaganda a la gestión municipal. La idea es poner a disposición del ciudadano información e interpelarlo al debate y búsqueda de soluciones, así como a la producción e instalación de temas y sentidos propios. Se trata entonces de promover espacios más propositivos, de encuentro y trabajo compartido, en detrimento de una relación de corte contestataria o propagandística entre autoridades y ciudadanos (Contreras 1999: 239).

Cabe destacar, que en cualquiera de estas tres líneas, resulta clave que la estrategia de comunicación segmente la audiencia en grupos más pequeños y homogéneos a los que se pueda llegar con mensajes y medios más adecuados. El mensaje debe ser directo y explicitar de qué manera afecta o involucra al público al que va dirigido. Esto es de especial relevancia cuando se busca un cambio de comportamiento ya que el ciudadano debe percibir que los beneficios de su participación son mayores a los costos que esta supone (Garnett citado por Izutieta 1999: 106-111).

Sin embargo, es evidente que una buena estrategia de comunicación no sirve si el producto o servicio que difunde no es de calidad. Por ello es importante identificar las necesidades de los ciudadanos a través de algunas estrategias de comunicación, como la de “adopta a un ciudadano”. A través de esta técnica un funcionario público acompaña durante un día a uno de los vecinos en su rutina cotidiana, para identificar la dimensión afectiva, social y económica de sus problemas y necesidades, y contar con mayores insumos para proponer soluciones más acertadas (Garnett citado por Izutieta 1999: 109-111).

2.4. *Una comunicación municipal, cómplice con los ciudadanos*

Según Rosa María Alfaro (citada por Carrión y Wollrad 1999:17), el tipo de relación comunicacional que un actor establece con otro, depende de su intención. En esa línea, la autora propone tres tipos de relaciones comunicacionales: (1) la difusionista, que niega al otro como interlocutor y se limita a la transmisión de información; (2) la propagandística, que apunta al convencimiento y manipulación; y (3) la relacional, que se basa en el diálogo y la negociación de intereses entre distintos actores sociales que se van empoderando en el proceso.

En la actualidad, la mayoría de estrategias de comunicación impulsadas por las autoridades municipales están guiadas por una intención predominantemente propagandística y difusionista, antes que relacional (de lo que se deriva también la crisis de la representatividad que se comentó previamente). Esto quiere decir que hay una percepción limitada de la comunicación como herramienta de imagen institucional y un proceso unidireccional, donde lo que piensan y sienten los ciudadanos no tiene lugar. Sin embargo, ya se han emprendido algunos esfuerzos, en ciudades como Barcelona, Bogotá y Medellín, por promover una “comunicación cómplice” con los ciudadanos.

Toni Puig (2003) propone el término “comunicación cómplice” para designar aquella comunicación que establece una relación positiva y entusiasta entre las autoridades, funcionarios municipales y los ciudadanos. Es una comunicación clara, personalizada y sensible, que no se limita a informar desde el plano racional, sino que busca implicar a los ciudadanos, motivarlos, suscitar su participación.

Pero la valoración de la comunicación como un eje central de toda la organización municipal es todavía algo novedoso. Según Puig (2003: 34-36), en los años setenta, la comunicación municipal se limitaba a los trámites burocráticos, expedición de permisos y publicación de anuncios normativos. En los ochenta, se le dio un mayor protagonismo al componente comunicacional pero su uso fue básicamente propagandístico. Es en los noventa, cuando los municipios empiezan a contar con los primeros departamentos de

comunicación y un equipo de profesionales, que quiere difundir lo que el municipio hace para que los ciudadanos lo sepan. Sin embargo, todavía entonces se trataba de comunicaciones intermitentes, centradas en folletos.

Recién en la década del 2000, empieza a surgir la visión de la municipalidad como una organización relacional, en contacto con los ciudadanos, donde el departamento de comunicación es el corazón de la organización y todos los trabajadores municipales (incluyendo a los políticos) se convierten en comunicadores para establecer un vínculo de confianza con los ciudadanos. En este contexto, la comunicación interna se caracteriza por ser lo suficientemente motivadora, mientras que la comunicación externa busca ser sugerente para incentivar la acción ciudadana, mucho más allá de las leyes y las competencias de la usual oficina de participación ciudadana.

A nivel de Latinoamérica, la experiencia de la ciudad de Bogotá, es una de las expresiones más claras de que se debe intensificar la comunicación para promover una cultura ciudadana. La experiencia del programa “Cultura ciudadana”, que impulsó Antanas Mockus en un contexto de violencia, exclusión social, clientelismo, corrupción, y desconfianza de la ciudadanía en la política y los políticos; es uno de los mejores ejemplos de ello (Velásquez 2003: 18-19).

Este programa fue desarrollado por la alcaldía mayor de Bogotá, entre enero de 1995 y diciembre de 1997, y tuvo por objetivo mejorar la convivencia en la ciudad. Dentro de sus principales resultados, figuran: la reducción de muertes por homicidio (de un 72% a 51%), la reducción de accidentes de tránsito, el uso extendido del cinturón de seguridad y el respeto a las cebras peatonales por más de dos tercios de la población, entre otros (Mockus 1999: 167).

Según Antanas Mockus, entonces alcalde de Bogotá, fueron dos los soportes conceptuales de su programa. El primero buscó fortalecer la regulación cultural y moral ante las acciones contrarias a la ley; mientras que el segundo buscó restablecer un ambiente de comunicación entendiendo que muchos problemas sociales, como la violencia, eran causados y agravados

por limitaciones en la comunicación y que, a través de ella, se podía contribuir a la autorregulación (Mockus 1999: 170).

En este sentido, se promovieron estrategias de comunicación, la mayoría de contacto “cara a cara”, para reducir el divorcio entre lo que incitaba la ley, la moral y la cultura. La idea era intensificar la comunicación para darles legitimidad a los interlocutores y fomentar relaciones humanas que permitieran reconocer que los derechos de uno se articulan con los de los demás, al igual que el cumplimiento de los deberes (Mockus 1999: 171).

Cabe precisar que el éxito del programa de Mockus no fue espontáneo sino que respondió a una serie de condiciones. En primera instancia, el plan fue asumido como prioridad del gobierno local y tuvo un carácter interinstitucional y multisectorial, para lo que se le destinó el 3% del presupuesto anual. La cobertura en los medios de comunicación también fue un factor decisivo para multiplicar el efecto de las acciones ciudadanas al darles visibilidad, y esto no se logró con campañas más caras, sino más novedosas y atractivas (Mockus 1999: 167).

La municipalidad de Bogotá, al mando de Antanas Mockus, apostó por una comunicación cómplice, que involucró a autoridades y ciudadanos y los implicó a través de una comunicación directa y sensible, cuya intención distó mucho de los fines difusionistas y propagandísticos. En la actualidad, cada vez son más los colombianos, que se interesan en los asuntos públicos y participan en la planificación de su localidad proponiendo proyectos para sus barrios e iniciativas de fiscalización. Si bien ello no ha logrado erradicar la pobreza y las desigualdades existentes en las ciudades, sí se han creado condiciones para generar nuevos lenguajes y prácticas que transforman el ejercicio de la ciudadanía (Velásquez 2003: 27-29).

El establecimiento de una comunicación cómplice con los ciudadanos supone, que quienes se hagan cargo de la comunicación en la organización municipal, mantengan una actitud curiosa: que salgan a la calle a mirar, sorprenderse, emocionarse, que sean “esponjas” para que las ideas de sus campañas y de su comunicación salgan de la ciudad y de la vida de los

ciudadanos, en lugar del escritorio de su oficina. A esta actitud curiosa se le deben sumar criterios para discernir qué mensajes y recursos usar. Hay que “catar la comunicación”, como sugiere Puig, y para eso es preciso preguntarse si ¿el producto o la estrategia pensada comunica clara y directamente (es simple, no hay barroquismos)?, ¿los ciudadanos entienden lo que se les está comunicando?, ¿el lenguaje y el diseño es adecuado, es memorable?, ¿esta comunicación es sugerente (incita, conmueve, genera adhesión)? (Puig 2003: 26-27).

Una comunicación cómplice, es aquella en cuyos productos comunicacionales siempre hay gente, gente en acción; la comunicación siempre es gente con gente. No muestra plazas vacías, fachadas de nuevos edificios sin gente. Porque no es una comunicación enamorada de la piedra de los edificios ni de las grandes obras, sino que tiene como centro al ciudadano que tiene la expectativa una vida y una ciudad siempre mejor. Y los percibe como tal: como los protagonistas, copartícipes, críticos, emocionados, diversos. Sabe que hay ciudadanos despectivos de lo municipal, los desilusionados, otros indiferentes, los ocasionales y los cómplices. Y se preocupa por conocerlos para dirigirse diferenciadamente a ellos, para que la comunicación los movilice y les dé un mensaje claro, desde el lugar donde ellos perciben lo municipal. Porque dirigir toda la comunicación a todos no comunica a nadie (Puig 2003: 33-34, 87-88, 98).

Es una comunicación municipal que no teme relacionarse con los ciudadanos agrupados y organizados. Al contrario, valora el hecho de que se hayan agrupado para plantear respuestas y soluciones a ciertas necesidades y problemas concretos. Porque la vida en la ciudad es, finalmente, una vida compartida y la idea es sumar y promover la co-gestión de la ciudad, antes de darle cabida a los recelos municipales por perder protagonismo.

Una comunicación cómplice irrumpe: tiene presencia en la casa de los ciudadanos y en la ciudad. En medio de todos los estímulos publicitarios e impactos comunicativos que reciben diariamente, los ciudadanos deben percibir la comunicación municipal, darle atención. Para eso se requiere creatividad, un lenguaje ciudadano actual, imágenes con ciudadanos y atrevimiento (Puig 2003: 97).

La óptima comunicación municipal, aquella que genera complicidad, jamás será el resultado de una persona, sino del esfuerzo de un equipo curioso, de aprendizaje inteligente y atrevido, que promueve un liderazgo relacional. Es un equipo que recuerda constantemente a los funcionarios municipales, que la administración de la vida en la ciudad no es solo cuestión de leyes y departamentos especializados en participación ciudadana. La comunicación fluida, que media, es un elemento clave para la acción ciudadana compartida (Puig 2003: 28, 49).

Los municipios eficientes, son los relacionales, que optan por estar en contacto con los ciudadanos a través de una comunicación cada vez menos convencional. No actúan de manera jerárquica, distante, cerrada, burocrática, administrativista. Todo lo contrario: promueven una relación directa entre el municipio, los ciudadanos y sus organizaciones; construyen propuestas consensuadas, cogenestonan servicios (Puig 2003: 109-111).

2.5. La ciudadanía se organiza, participa y se representa

Previamente se ha explorado la dimensión comunicativa de la ciudadanía, recalcando que, más allá de ser una condición legal, se trata de un ejercicio participativo en los asuntos de la ciudad. Se ha hecho referencia a las estrategias y recursos comunicacionales que emplean los gobiernos locales para alentar la participación ciudadana, y se han expuesto las características de una comunicación cómplice entre la municipalidad y los ciudadanos.

Sin embargo, bajo la premisa de que los procesos comunicativos son bidireccionales (esto es, que no existe comunicación si no se establece una relación entre dos o más interlocutores que constantemente intercambian, interpretan y resignifican mensajes) nos queda todavía aproximarnos al otro actor en relación en el tema estudiado, que es la ciudadanía organizada.

En efecto, la ciudadanía no es una masa homogénea sino que se organiza en movimientos y grupos, según sus propios intereses y agendas, conformando la denominada “sociedad civil”. El surgimiento de los movimientos ciudadanos se puede explicar en torno a dos

factores interdependientes: la reducción de la vida política a los actos electorales y la crisis de la representatividad política.

La reducción de la vida política a la acción del voto es coherente con la noción de ciudadanía como categoría; es decir, con una condición que uno adquiere al obtener la mayoría de edad y que se resume a un conjunto de deberes y derechos, dentro de los cuales el voto es uno de los más emblemáticos, pero que se ejercita cada cuatro o cinco años. De ahí que la expansión del padrón electoral no ha supuesto necesariamente la formación de una conciencia de ciudadanía, del sentido de pertenencia y responsabilidad activa hacia la comunidad de la que se es parte (Quiroga 2008:118-124).

Lo cierto es que es más difícil forjar esta conciencia de ciudadanía en medio de relaciones clientelares y de representación jerárquica con las autoridades que uno elige a través del voto. En efecto, se aprecia que el ciudadano de hoy no tiene un sentido de identidad y pertenencia a un partido político específico, por el contrario abunda la desconfianza y la apatía. Los ciudadanos tienen afinidades o preferencias electorales frente a otras opciones políticas que le generan rechazo, lo que no supone - en absoluto - la afiliación a un partido político (Cheresky 2006: 30- 32). Al respecto, cabe señalar que sucede algo similar con la relación que los ciudadanos mantienen con las instituciones del Estado: los ciudadanos las perciben como burócratas e ineficientes, y sospechan que los funcionarios del Estado pueden utilizar lo público para beneficio privado (Remy 2005: 6-7).

Entonces, la ciudadanía busca representarse a sí misma y crea formas de representación más directas para atender sus demandas, como los movimientos vecinales, organizaciones de base, asociaciones civiles sin fines de lucro, entre otras. Todas estas formas de representación, en realidad, expresan la necesidad ciudadana por participar e intervenir en las decisiones sobre la vida pública de manera directa, sin la mediación de un representante que resulta distante, velando por la defensa de los propios intereses y preocupaciones grupales que con frecuencia se diluyen en la agenda del político electo. Lo cierto es que la ciudadanía organizada se sustenta en la existencia de expectativas incumplidas por los políticos y los vacíos de la democratización política. Es entonces cuando los ciudadanos se

proponen autogestionar el cambio y actúan como sustitutos de los actores políticos clásicos (Garretón: 46-47).

Sin embargo, estas formas de organización ciudadana pueden ser fútiles y poco efectivas si es que no se establecen condiciones para su institucionalización tales como: la definición de liderazgos, roles y responsabilidades claras entre los miembros; la delimitación de objetivos claros; y la existencia de una dinámica organizacional lo suficientemente flexible para alcanzarlos sin restarle espontaneidad a las acciones de incidencia (Remy 2005: 10-13).

De otro lado, existe también una serie de factores que condiciona la eficacia de las organizaciones ciudadanas para lograr incidir en las decisiones públicas, dentro de la cual destacan: la dificultad para construir consensos, la reticencia de las autoridades de revisar o tomar cierto tipo de decisiones de forma conjunta, así como el cuestionamiento de la legitimidad de los participantes por parte de las autoridades.

Estas barreras, aunadas a la escasa y lenta efectividad de los mecanismos de participación institucionalizados por ley, dan origen a expresiones de protesta que no consultan ni dialogan, más que sí informa sobre la diversidad de intereses y la ausencia de soluciones concertadas (Remy 2005: 18).

CAPÍTULO 3. ITINERARIO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA: DE PERÚ A BARRANCO.

3.1. El boom de la participación ciudadana en el Perú

Toda experiencia de participación ciudadana cobra sentido y se explica a partir del contexto en el que se desarrolla y, de hecho, es un proceso que toma forma en función de la lucha de intereses entre actores y proyectos políticos. De ahí que sea conveniente hacer un repaso por nuestra historia para entender cómo surge la ola de participación ciudadana en el Perú.

En esta línea, Aldo Panfichi, ha elaborado un interesante recuento de las políticas de participación ciudadana promovidas durante los gobiernos de Alberto Fujimori (1990-2000), Valentín Paniagua (2000-2001) y Alejandro Toledo (2001-2006).

En primera instancia, Panfichi destaca que los mecanismos de participación impulsados durante el gobierno de Fujimori respondieron más a las presiones de los organismos internacionales que a la propia iniciativa del ex-Presidente. Luego de la aplicación de las reformas económicas del Consenso de Washington Fujimori había dejado en claro su interés por impulsar una política económica neoliberal, que se combinó con la voluntad de centralizar el poder político en manos del presidente. De ello se derivaron acciones como el autogolpe del 5 de abril de 1992, luego del cual, Fujimori se vio obligado a limpiar su imagen y la del país, por lo que tuvo que negociar con la OEA el regreso del Perú a la democracia (2007:23-29).

Una decisión importante en este contexto fue la instalación del Congreso Constituyente Democrático (CCD). Según lo propuesto por Fujimori el CCD debía redactar la nueva Constitución y ejercer funciones legislativas y de fiscalización hasta 1995, año en el que terminaba el mandato de los congresistas electos en 1990. La OEA no solo saludó la propuesta sino que exigió que Fujimori se comprometiera a dialogar con las fuerzas opositoras o, en caso contrario, impondría una sanción económica al Perú (Murakami 2007: 319-321).

Luego de varios meses de negociación con la oposición, en los que solo se pudieron llegar a algunos acuerdos, Fujimori convocó a las elecciones del CCD donde no participaron el APRA, Acción Popular ni la Izquierda Unida porque consideraban que esta era una medida impuesta por el Presidente. Mientras tanto, Fujimori aprovechó para fortalecer su partido con la alianza entre CAMBIO 90 y el Movimiento Nueva Mayoría. Las elecciones del CCD se desarrollaron en el mes de noviembre de 1992, tras la captura del líder senderista, Abimael Guzmán. Como era de esperarse, la alianza fujimorista obtuvo 44 de los 80 escaños totales, porque un gran porcentaje de la población consideraba que Fujimori le había devuelto la estabilidad económica y la paz al Perú (Murakami 2007: 328-331).

Como parte de las funciones delegadas al CCD, en 1993 se aprobó la nueva Constitución del Perú que incorporaba por primera vez el derecho a la participación ciudadana en el manejo de los recursos públicos y enunciaba una serie de mecanismos de democracia directa como: el referéndum, la iniciativa legislativa, la remoción de las autoridades, etc. Al respecto, cabe destacar que se realizó una convocatoria pública a la participación de los ciudadanos para discutir los temas que serían tratados en la nueva Constitución. Sin embargo los temas discutidos no fueron tomados en consideración y la medida fue básicamente una estrategia mediática de “ilusión participativa”.

Un año después, en 1994, se aprobó la “ley de derechos de participación y control ciudadanos” (Ley No. 263000) que reforzaba el derecho ciudadano a intervenir, sin intermediación de los partidos o de las organizaciones de la sociedad civil, aún en contra de sus representantes, en la iniciativa y aprobación de leyes y otras reformas constitucionales (Panfichi 2007: 23-29).

De esta manera, Fujimori promovió una participación despolitizada y no “perniciosa” de los ciudadanos. Lo cierto es que los mecanismos de participación directa fueron poco usados por la población porque los requisitos que demandaban eran muy difíciles de cumplir. Así pues, muchos grupos percibían que se obtenían resultados más sencillos y rápidos mediante relaciones clientelistas y de sometimiento a la autoridad del Presidente.

Sin embargo, a nivel local, varias ONG's, iglesias y grupos tecnocráticos impulsaron el desarrollo de experiencias de participación en la gestión municipal, específicamente en la creación de planes de desarrollo concertado. Lamentablemente la participación se dio de manera dispersa y fue poco visible frente a la hegemonía del régimen fujimorista. A esto, se le adicionó la adhesión de varios alcaldes al fujimorismo, a cambio de dinero y apoyo en sus campañas de reelección (Panfichi 2007: 23-29). Y así, el “retorno a la democracia” del país no era más que una ilusión frente a los ojos internacionales, que contrastaba con el autoritarismo político interno que se vivía durante el gobierno de Fujimori.

Siguiendo esta línea, se abrieron diversas oficinas de participación ciudadana en el aparato estatal. Dentro de las más representativas están: la Dirección de Participación Ciudadana del Congreso de la República y la Dirección Nacional de Participación y Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional del Perú (DIRPASEC).

La oficina congresal se inauguró en mayo de 1994 con la intención de encauzar las demandas ciudadanas presentadas ante el Congreso de la República. Desde entonces, se ha concentrado en organizar visitas guiadas al Congreso para escolares de 4to y 5to de secundaria y distintos cursos a distancia, como aquel sobre las funciones y organización del parlamento. También impulsó el proyecto “Parlamento itinerante” que instaló módulos informativos en las principales plazas y ferias comerciales de Lima y provincias. En el 2001, esta dirección promovió la instalación de oficinas congresales descentralizadas que, lamentablemente, fueron desactivadas por razones presupuestales. Dentro de sus otras actividades tenemos: el concurso nacional de ensayo “Los jóvenes y la política”, los foros legislativos virtuales, el informativo semanal de participación ciudadana (que no se actualiza desde julio de 2006), y la línea gratuita denunciALÓ (CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ s.a.).

En cuanto a la DIRPASEC, esta inició sus labores en agosto de 1997 con el objetivo de coordinar distintos programas y actividades con las oficinas de participación ciudadana de todas las comisarías del país, para alentar la participación de los vecinos en la seguridad ciudadana de su localidad. Desde entonces, la DIRPASEC viene desarrollando una escuela

de participación y seguridad ciudadana, programas para prevenir la violencia familiar y juvenil, organiza clubes de menores y de jóvenes, el programa de policía escolar y barriadas juveniles, y otras actividades de proyección social (DIRECCIÓN NACIONAL DE PARTICIPACIÓN Y SEGURIDAD CIUDADANA s.a.).

En 1999, un año antes del derrumbe de la dictadura fujimorista, el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) realizó una encuesta nacional sobre los valores democráticos y la participación ciudadana, por encargo de la Oficina de Iniciativas Democráticas de Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos- USAID/Perú (Tanaka 2000: 32).

En este estudio se encontró que:

- Un 84% de los encuestados muestran interés en los asuntos públicos, lo que se asocia a su seguimiento a través de la televisión y la radio.
- La actividad colectiva es una estrategia de los ciudadanos para satisfacer las necesidades y procurara resolver problemas.
- Un 38% de los encuestados son miembros de comunidades religiosas, seguidos por un 31% que pertenecen a organizaciones de mujeres, un 26% a APAFAs, 25% a organizaciones vecinales, 20% a clubes deportivos, y solo un 7% a partidos políticos.
- Dentro de las principales razones para no participar en una o más organizaciones sociales, el 60% sostuvo que el principal obstáculo es la falta de tiempo. Un 16% indicó que no existen organizaciones que vean los temas de su comunidad y un 7% sostuvo que le disgusta como funcionan las organizaciones. Otro 6% cree que no le han dado la oportunidad de participar, un 3.9% dice que no entiende lo que discuten en las organizaciones, mientras que un 1.8% considera que no tiene la educación necesaria para participar.

- En cuanto a la institución que perciben con mayor capacidad de resolver los problemas de la comunidad, el 44.6% de los encuestados dijo que esta era el municipio, seguido por un 15.8% que apoyaba a instituciones eclesiales u ONG. Solo un 8% buscaría el apoyo de un representante político y el 1% el del gobierno central.

En este escenario, de percepciones democráticas en medio de un contexto político adverso, se descubrió la corrupción del gobierno de Fujimori. En el año 2000, Montesinos fue capturado y el ex- Presidente huyó al Japón y envió su renuncia por fax. Así llegó la etapa de transición democrática, que también trajo cambios en los mecanismos de participación ciudadana.

El presidente Paniagua invitó a los activistas civiles (militantes de izquierda o vinculados al trabajo social eclesial, en su mayoría), para que ocuparan cargos públicos, dado que los partidos eran bastante cuestionados por la ciudadanía. Estos activistas impulsaron la institucionalización de la participación ciudadana, bajo la premisa de que el acercar a los ciudadanos a las decisiones políticas contribuiría a fortalecer el débil sistema democrático del país (Panfichi 2007: 30-40).

Sin embargo esta determinación no trajo consigo la revisión de la Constitución del 93 ni el cuestionamiento al modelo económico existente, que había provocado el incremento de la pobreza y desigualdad, el debilitamiento de las organizaciones sociales y la vulneración de los derechos de los peruanos. Así pues, estas condiciones se presentaron como obstáculos a las políticas de participación ciudadana planteadas desde el gobierno de Valentín Paniagua, que luego se agudizaron con los intereses particulares del partido de Alejandro Toledo, una vez que asumió el mando (Panfichi 2007: 30-40).

Perú Posible, el partido del Presidente Alejandro Toledo, miraba con recelo la decisión de abrir espacios de participación ciudadana y, en especial, desconfiaba de la Mesa de Concertación para la Lucha Contra la Pobreza (MCLCP). Así pues, sus militantes exigían la ocupación de puestos en el Estado, acción que tenía como uno de sus objetivos, el dirigir de manera clientelista los programas de lucha contra la pobreza. El momento más álgido de

esta lucha de intereses se dio cuando, en el año 2002, Toledo le encargó a Carlos Bruce (uno de los dirigentes más importante del partido) el Ministerio de la Presidencia. Así pues Perú Posible, a cargo de esta cartera, empezó a bloquear algunos acuerdos que el Ministerio de Economía y Finanzas había adquirido con la MCLCP; proponiendo un manejo menos participativo y más técnico- gerencial de las políticas sociales. Todo esto se agudizó aún más cuando, entre los años 2003 y 2004, el gobierno de Toledo utilizó recursos públicos para financiar su propaganda y tratar de elevar su decreciente popularidad. En consecuencia, muchos de los funcionarios y ministros comprometidos con el enfoque participativo salieron del sector público (Panfichi 2007: 30-40).

De lo anterior se puede concluir que, durante ambos gobiernos de transición democrática, el avance en lo que respecta a la participación ciudadana se dio, básicamente, a través de la institucionalización de espacios de participación. De esta manera se creó el Acuerdo Nacional donde los diversos actores (partidos políticos, empresarios, la iglesia, los representantes de la sociedad civil, etc), deliberaron y acordaron 31 políticas de Estado. Así mismo, se instituyeron los Consejos de Coordinación Regionales (CCR) y Locales (CCL), y la MCLCP, que fueron instancias que alentaron la participación de los ciudadanos en la formulación de planes de desarrollo concertado y presupuestos participativos. Además se aprobó, en el marco de la descentralización, la ley Orgánica de Municipalidades (Ley 27972), que alentó la participación de los ciudadanos en instancias locales de toma de decisión (Panfichi 2007: 30-40).

Lamentablemente, estos espacios no siempre dieron lugar a casos exitosos de participación, porque a veces las instancias de participación se superpusieron o las autoridades carecían de voluntad política y los ciudadanos de capacidad organizativa. Además, el consenso a favor de la participación ciudadana se fue diluyendo por los pocos resultados que alcanzaron a través de ella en la lucha contra la pobreza, a lo que se adiciona el desprestigio de la política y la continuidad de mecanismos conflictivos para expresar y protestar por las demandas ciudadanas.

Sin embargo, sí se puede sacar una gran lección de las iniciativas participativas durante la transición democrática: es importante promover la negociación entre los diferentes niveles de gobierno (local-regional-nacional) y lograr políticas articuladas que sepan canalizar la suma de esfuerzos, en vez de desgastarlo con iniciativas atomizadas.

3.2. Algunas experiencias de participación ciudadana en el Perú: logros y fracasos

Son múltiples los estudios de experiencias de participación ciudadana a nivel local, pero casi inexistentes los que relacionan la participación con la comunicación, más allá de su valor instrumental de difusión. Sin embargo, cabe explorar algunos ejemplos para aprender cuáles son los principales logros y límites de la participación con la finalidad de pensar cómo a través de la comunicación, esta puede potenciar su alcance.

La experiencia de Villa El Salvador es emblemática y frecuentemente citada en el tema del presupuesto participativo. En el Perú la implementación de este proceso data desde el 2002, año en el que se promulgó la ley 28056- Marco del presupuesto participativo y se realizó su aplicación piloto en los departamentos de Amazonas, Huánuco, Huancavelica, Junín, Moquegua, Pasco, Puno, Tacna y San Martín (MEF, 2006). Sin embargo, el presupuesto participativo ya era una práctica instaurada en Villa El Salvador desde el año 2000. Esto fue posible dadas las capacidades de organización y autogestión que la comunidad había desarrollado desde su creación, que unidas a la determinación de los vecinos y el apoyo de las ONGs locales, hicieron que el presupuesto participativo se convirtiera en un instrumento de gestión para definir las obras a las que se destinará una parte del presupuesto de inversión de la municipalidad.

Lo cierto es que entre el año 2000 y 2001, muchas de las obras que fueron aprobadas no se ejecutaron, lo que afectó la confianza que los dirigentes vecinales y las ONGs tenían en el proceso. En efecto, a pesar del respaldo público con el que contaba el presupuesto participativo, se le concedió poca importancia a los mecanismos de ejecución y

fiscalización de las obras, se desatendió el proceso interno de gestión operativa, lo que se agravó con el débil vínculo que existía entre la voluntad de los vecinos y las prioridades políticas de las autoridades de turno (Cortázar 2006: 3).

Hay otras experiencias de participación ciudadana en Lima Metropolitana de las que se pueden extraer lecciones, como las del concurso “Sumando Esfuerzos”, convocado por la Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú bajo el auspicio de la Fundación Ford.

En su tercera edición del 2005 el concurso premió al proyecto “Mejora en el saneamiento ambiental de Comas”, impulsado por los pobladores de cuatro asentamientos humanos del distrito que carecían de agua potable y desagüe. Lo interesante de este caso, es que los vecinos no sólo demandaron el respeto a su derecho a una vivienda digna, sino que reconocieron su responsabilidad en el inadecuado manejo del recurso hídrico y de los residuos sólidos. Así fue como empezó el diálogo con el Municipio y luego el trabajo coordinado fue apoyado por la ONG APDES. El éxito del proyecto radica en el compromiso que demostraron los actores involucrados: los pobladores realizaron faenas comunales para disminuir los costos de la construcción de un sistema de alcantarillado, la ONG APDES fue el ente ejecutor capaz de canalizar los recursos de la cooperación extranjera, y el municipio dio todo el apoyo institucional y legal para agilizar los procesos. Actualmente, el municipio metropolitano de Lima está evaluando si esta experiencia se puede replicar en otros asentamientos humanos (Millán 2007: 71-94).

Otra de las experiencias premiadas fue el sistema de participación ciudadana de San Juan de Lurigancho (SJL) que es efectivo, a pesar de que el distrito enfrenta el reto de trabajar con la población más numerosa de todo Lima Metropolitana. La clave del éxito residió en el establecimiento de instancias de representación en los distintos niveles de la organización social (nivel comunal, vecinal y distrital). Sin embargo, cabe destacar que este modelo funcionó por la experiencia que ya tenían muchos pobladores en la Mesa Distrital para el Desarrollo y Lucha contra la Pobreza, y cuyas capacidades organizativas se vieron

potencializadas con la reforma legal participativa que se impulsó durante los gobiernos de Paniagua y Toledo (Millán 2007: 17-18, 201-224).

A nivel nacional las experiencias de participación se vuelven más complejas y no en todos los casos se logra tomar decisiones concertadas con todos los niveles de poder. Así, por ejemplo, la Mesa de Concertación de Lucha Contra la Pobreza en Puno trató de vincular distintos actores (como la vicaría de Juli, el frente de defensa de la federación campesina, el colegio de ingenieros, la asociación de mujeres, entre otros), para lograr captar fondos para la localidad. Sin embargo las competencias de esta Mesa no estuvieron bien definidas y, por ejemplo, priorizaron obras para el presupuesto participativo a través de un taller con 600 personas, que luego no fueron reconocidas por el Ministerio de Economía y Finanzas, puesto que no van de acuerdo con el Plan Nacional de Inversión (Grompone 2005: 227-228).

Diferente es la experiencia de la Asociación de Municipalidades de Angaraes (Huancavelica), que se desarrolla en una zona cuya población vive en situación de pobreza extrema y fue afectada directamente por la violencia política. Aquí los dirigentes han logrado contactarse bien con el consorcio de ONGs que integran la Red Perú, para conocer otras experiencias participativas, fortalecer capacidades de negociación y coordinar proyectos de gestión de riego y electrificación (Grompone 2005: 232).

Los cuatro casos narrados junto con la experiencia de Villa El Salvador, ponen en evidencia que si bien la participación puede tener un rol transformador, por sí sola, esta no logra grandes cambios sino que requiere de otras condiciones para dinamizar procesos. Algunas de estas condiciones son la necesidad de una organización social, voluntad política, un régimen legal que garantice el ejercicio ciudadano, entre otros. Así mismo, es importante reconocer que las iniciativas participativas a mayor escala, son más complejas y suelen agotarse en el plano de la consulta, no llegando a los estadios de la participación más profundos que planifica en conjunto, que empodera a los ciudadanos.

De otro lado, se pueden distinguir ciertos rasgos comunes en las experiencias de participación local en nuestro país. En primer lugar, las empresas son el actor que menos se involucra en este proceso. En cuanto a los grupos etarios y socioeconómicos, son los jóvenes, las mujeres y los pobladores muy pobres, quienes menos participan. Así mismo es mayor la participación de las organizaciones campesinas que la de las organizaciones urbano-vecinales o barriales. Finalmente, cabe precisar que, en la mayoría de experiencias participativas, los procesos de comunicación son de una misma vía, informan pero no promueven el diálogo (Arroyo 2005: 51). Entonces es deber de los comunicadores reivindicar el rol de su quehacer en estos espacios que son esencialmente relacionales.

Hay otra característica de los procesos participativos que no se debe perder de vista. Lo participativo no forma parte de un proceso lineal donde los objetivos guardan una perfecta congruencia con los resultados, sino que predomina lo imprevisto y quien dirija un proceso participativo debe buscar sacar provecho de ello, creativamente (Arroyo 2005: 193-195). En este sentido, los procesos participativos donde no se incluye a la población sino únicamente a sus representantes, pueden verse frustrados por discursos únicos que se soslayan con la apariencia de la consulta.

Así pues, además de plantear el reto de saber lidiar con la incertidumbre y los límites de la representación, lo participativo plantea otras dificultades para las autoridades, que se expresan en función del tiempo y dinero. Lo participativo implica un proceso, por lo tanto es más lento y exige, aunque sea mínimamente, una inversión para la creación y el ejercicio de capacidades. Obviamente estos rasgos no resultan políticamente convenientes porque son poco tangibles y las autoridades prefieren obviar el enfoque participativo y seguir construyendo obras de cemento para que todos los ciudadanos voten por ellos.

3.3. Desencanto barranquino: las tres decisiones que los alcaldes de Barranco nunca consultaron

Es evidente que las experiencias de participación ciudadana a nivel local varían en función del contexto. Sin embargo, tal como se mencionó previamente, la participación en las zonas urbanas tiende a ser menor que en las rurales, porque la mayoría de necesidades básicas ya están satisfechas. Precisamente, bajo esta premisa, llama la atención el caso de Barranco, un distrito eminentemente urbano donde los vecinos han reaccionado con persistencia desde hace algunos años, ante el autoritarismo de los tres últimos alcaldes que han tomado una serie de decisiones sin consultarles

Previo a reseñar cada una de estas circunstancias, cabe señalar a manera de marco referencial, que Barranco es el distrito más pequeño de la capital limeña y quizás uno de los más tradicionales desde su fundación en 1874 durante el gobierno del Presidente Manuel Pardo.

Barranco cuenta con una densidad poblacional de 33,903 habitantes. En cuanto a la distribución etaria, el 23% de la población tiene entre 15 y 29 años, al igual que la población entre los 45 y 64 años de edad. Le sigue con un 22%, el grupo comprendido entre los 30 y 44 años, mientras que los menores entre 0 y 14 años ocupan el 18% y el 13% restante está conformado por los mayores de 65 años (INEI, 2007).

Socioeconómicamente se define a Barranco como un distrito de clase media, aunque sus vecinos reconocen una división en tres zonas distintas, marcadas por factores económicos y a la vez delimitadas geográficamente por las tres avenidas principales del distrito: San Martín, Grau y Bolognesi.

Según el informe del diagnóstico del proyecto “Planifiquemos Barranco”, realizado en el 2009 por seis estudiantes de la PUCP incluyendo la autora de esta tesis, existe una primera zona ubicada entre el malecón y la avenida Grau, donde vive la población más adinerada. La segunda zona está comprendida entre las avenidas Grau y Bolognesi, y acoge a la clase media del distrito. En cambio, la tercera zona, ubicada entre la Av. Bolognesi hasta el límite con Surco y Miraflores, es la zona donde coexisten familias de clase media con otras de menores recursos económicos, que viven en quintas de material noble y carecen de los servicios de agua y desagüe. Si bien el problema de la seguridad ciudadana se extiende a lo

largo de todo el distrito, es mucho más álgido en la zona tres donde coexiste con la micro comercialización de drogas y el pandillaje.

3.3.1. Olas de construcciones que amenazan los derechos ciudadanos

El primer hito en esta historia de desencantos lo marcó la privatización de las playas en el año 2005, cuando Martín del Pomar tenía a su cargo la alcaldía de Barranco. Para entonces ya se había dado inicio al proyecto “Costa Verde” que buscaba priorizar la inversión en el litoral con miras a convertirlo en un espacio público de deporte, recreación y actividades turísticas.

En el caso particular de Barranco fue la construcción de dos restaurantes, del complejo deportivo Sport Centro y del Club Náutico, lo que despertó el reclamo de los vecinos, quienes agrupados en la Asociación “Siempre Barranco” realizaron una serie de marchas en contra de la privatización de las playas (*LA VENTANA INDISCRETA* 2006)¹.

El principal argumento de descontento de los vecinos era que ninguno de los establecimientos construidos respetaba los 50 metros de arena que por ley debían dejar para el disfrute de los bañistas. Así mismo no se había elaborado un estudio de impacto ambiental previo a la construcción y el alcalde Del Pomar nunca rindió cuentas a los ciudadanos (*LA VENTANA INDISCRETA* 2006).

Sin embargo, el reclamo de los vecinos no tuvo mayor repercusión. Por el contrario, el presidente de la Asociación de Juntas Vecinales del distrito, Javier Alvarado, fue sentenciado por la Segunda Sala Penal de Lima a un año de pena privativa de la libertad y al pago de una reparación civil de S/.10 000 por el delito de difamación agravada por las declaraciones que dio ante los medios.

¹ La Ventana Indiscreta fue un programa televisivo dirigido por la periodista Cecilia Valenzuela y transmitido por Frecuencia Latina (canal 2), entre los años 2003 y 2008. Los contenidos de este programa se caracterizaron por ser investigaciones a las autoridades de turno, dentro de las que destacaron varios reportajes sobre el presidente Alejandro Toledo y el alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio.

3.3.2. La pérdida de la memoria colectiva con la privatización del parque “La lagunita”.

El segundo acontecimiento que conmocionó al distrito y mantiene vigencia tiene que ver con construcción del Museo de Arte Contemporáneo (MAC- Lima), en el terreno del Parque Confraternidad, donde se encontraba la tradicional “lagunita de Barranco” y el centro cultural Manuel Beltroy.

Este caso proviene de la administración de la señora Fina Capriata quien, en el 2001, concedió por 60 años este terreno al Instituto de Arte Contemporáneo (IAC), sin la aprobación del Concejo Municipal y a cambio de un pago de S/.1000 anuales. Estas cláusulas sospechosas, injustas e incumplidas, llevaron al alcalde Antonio Mezarina (2007-2010), a entablar una demanda judicial en contra del IAC para recuperar el terreno, con el respaldo de más de 15 000 firmas de los vecinos barranquinos (MEZARINA 2009).

Para el grupo de artistas que lidera actualmente el Museo estas medidas litigantes sólo provocaron el retraso en la construcción de un proyecto que traerá grandes beneficios a la comunidad barranquina, al ser un espacio público de encuentro, de reflexión, expresión y debate, en torno a las creaciones artísticas de su ciudad (INSTITUTO DE ARTE CONTEMPORÁNEO 2008). Sin embargo, la percepción de los vecinos de Barranco es otra.

Para los vecinos, que nunca fueron consultados sobre la concesión del parque, la destrucción de “la lagunita” representa la pérdida del escenario de sus mejores recuerdos, donde se enamoraron y pasearon libremente con sus familias, donde llevaron sus caballetes para pintar o dictaron clases de música para niños. Esta no es entonces una lucha en contra de los museos, sino una lucha contra la venta de un espacio público que era mucho más que un bien físico. “La lagunita” era un espacio cargado de significados, era un testimonio de la memoria colectiva de los barranquinos.

La nueva gestión edil (2011-2014), a cargo de la alcaldesa Jessica Vargas, ha suspendido el litigio legal aprobando una adenda del contrato al MAC donde se reduce el plazo de concesión (de 60 a 30 años) y se acuerdan una serie de modificaciones al proyecto. En paralelo, la administración del MAC ha reiniciado la construcción del museo y sigue realizando una serie de talleres de arte que está teniendo una buena acogida, aunque no necesariamente entre las familias del distrito.

3.3.3. Barranco atropellado por el Metropolitano

Después de estos dos precedentes, la reacción de los vecinos fue radicalmente distinta ante los cambios y problemas generados por la construcción del Corredor Vial Metropolitano.

El “Metropolitano”, como se le conoce, es el primer sistema de transporte público que funciona bajo el esquema de autobuses de tránsito rápido, que circulan por corredores exclusivos en Lima. Ha sido un sistema concebido para conectar Lima Norte y Lima Sur, atravesando 16 distritos de la capital. El Metropolitano beneficia cerca de un millón de usuarios por día, lo que obviamente no satisface la demanda, pero que sin lugar a dudas sí facilita el transporte de varios ciudadanos en un menor tiempo (MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA 2010).

El problema del Metropolitano adquirió protagonismo en Barranco porque sumó a la frustración anterior y afectó a más vecinos, en comparación del problema en las playas o el MAC. Porque, pesar de los indudables beneficios que trae, quebró la vida en el distrito con un inadecuado manejo del desvío del tránsito e hizo física la división socioeconómica del distrito.

En este contexto surgió el movimiento vecinal Salvemos Barranco, que supo llamar la atención de los vecinos, con la intención de impedir que el Metropolitano siguiera deteriorando el centro histórico y las avenidas principales del distrito con la tugurización y contaminación, a la vez que ponía en riesgo la vida de los peatones, especialmente de los

escolares que transitan por la avenida Bolognesi (vía por la que se construyó el Corredor Vial).

La experiencia de Salvemos Barranco constituye un hito dentro de la historia de participación vecinal en el distrito. Este grupo logró convocar creativamente a miles de vecinos a sus marchas y con ello ejerció presión ante las autoridades, logrando la apertura parcial de la avenida Bolognesi para la circulación de carros particulares. Además materializó la voluntad de los vecinos en una propuesta técnica que fue presentada a la Municipalidad de Barranco, la Municipalidad Metropolitana de Lima, y a los dos bancos que financiaron el proyecto (el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo).

En efecto, el Metropolitano fue el detonante de una relación conflictiva entre los vecinos y la Municipalidad de Barranco, con la Municipalidad de Lima; en concreto, fue una batalla con el alcalde Castañeda, conocido por la prensa local y los barranquinos como “el mudo”² ante su renuencia a instaurar la mesa de diálogo.

² En efecto el alcalde Luis Castañeda Lossio se caracterizó por ofrecer pocas declaraciones y esquivar las preguntas de la prensa, ante los hechos cuestionables de su gestión, como los impactos socioambientales o el incremento sustancial del presupuesto del Corredor Vial Metropolitano. En términos del blogger Roberto Bustamante, Castañeda apostó durante ocho años a un tipo de vínculo con los vecinos, basado en el carácter comunicacional del fierro y el cemento (<http://www.antiprensa.pe/susana-villaran-o-la-soledad-del-poder/> consulta: 07/07/2011). Sin embargo, este apelativo de “el mudo” fue asumido por Castañeda como una virtud de su estilo de gobierno, el cual se basaba en muchas obras y pocas palabras.

CAPÍTULO 4. EL ROL DE LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

4.1. Metodología de la investigación

4.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación se categoriza como exploratoria y descriptiva, aunque también tiene un carácter analítico porque formula juicios valorativos, algunas inferencias y explicaciones, fundadas en la investigación de campo y los marcos conceptuales descritos previamente.

La investigación es de tipo exploratoria porque presta atención a un tema ampliamente abordado desde las ciencias sociales, como es la participación ciudadana, pero poco estudiado desde la perspectiva comunicacional en nuestro país. En ese sentido, más allá de dar respuesta a las preguntas de investigación, la tesis pretende formular nuevas interrogantes que den lugar a nuevas líneas de investigación con respecto a los aspectos comunicacionales de la participación ciudadana.

Ahora bien, esa exploración tiene un carácter predominantemente descriptivo, porque los objetivos de investigación están orientados a *identificar y detallar* el rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana, a partir de (1) la *definición y descripción* del tipo de comunicación establecida entre los ciudadanos y autoridades, en los espacios de participación institucionalizados por ley y otros alternativos; y (2) a partir de la *identificación y descripción* de las estrategias y recursos comunicacionales que emplean ambos actores para promover la participación ciudadana. La idea, entonces, es caracterizar el fenómeno de los procesos de participación ciudadana desde el enfoque y análisis comunicacional, para visualizar el rol fundamental que la comunicación cumple en estos.

Finalmente, la presente tesis pretende dar pautas sobre aquello que debe observar un comunicador que se dispone a estudiar el rol de la comunicación en los procesos

participativos. Para ello se han generado una serie de campos de observación y categorías, en torno a los cuales se organizan los resultados de la investigación y que se resumen en la siguiente tabla:

<p>Rol de la comunicación: <i>función o papel que cumple la comunicación.</i></p> <p>Para efectos de la investigación, se infiere el rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana a partir de la observación de: (1) los espacios de participación como escenarios de comunicación y (2) las estrategias y recursos comunicacionales empleados para alentar la participación ciudadana.</p>		
<p>Campos de observación</p> <p>Unidades de Observación</p>	<p>(1) Los espacios de participación como espacios de comunicación. Espacios de comunicación= encuentro+diálogo+negociación de intereses+toma de decisiones.</p> <p>(2) Las estrategias y recursos comunicacionales empleados para alentar la participación ciudadana.</p>	
	<p>Actores: perfil los participantes, principales motivaciones para participar.</p>	<p>Diseño de la estrategia de comunicación</p>
	<p>Condiciones previas que alientan la participación: estrategia de convocatoria, hora y lugar de las reuniones.</p>	<p>Mensajes</p> <p>Público: vecino, Municipalidad de Barranco, municipalidad metropolitana de Lima.</p> <p>Designación de roles: actor agraviado, actor vulnerable, responsable, aliado.</p>

	<p>Reglas de juego, en la moderación: procedimientos para elegir a los representantes, ejercicio de las facultades de voz y voto, construcción conjunta de la agenda de la reunión.</p>	<p>Objetivos comunicacionales: Sensibilizar a la población, informar, convocar a un evento, sentar posición, rendir cuentas.</p>
		<p>Tono comunicacional: informativo, irónico, defensivo, de protesta, propositivo, festivo, crítico, interrogativo, aclaratorio</p>
		<p>Tipo de lenguaje: sencillo, claro, técnico, confuso, informal, formal</p>
	<p>Tipo de relación establecida por los actores: jerárquica u horizontal.</p>	<p>Tipo de contacto generado: directo, personalizado o indirecto y masivo.</p>
	<p>Tipo de comunicación establecida por los actores: difusionista, propagandística o relacional</p>	<p>Tipo de soporte priorizado: digital o impreso.</p>

4.1.2. Metodología de investigación

La metodología seleccionada para el estudio fue la metodología cualitativa, puesto que el núcleo de la investigación reside en la exploración y descripción de la participación ciudadana con categorías comunicacionales, para su entendimiento y comprensión desde el enfoque comunicacional.

En ese sentido no se pretende generalizar los resultados, sino generar una serie de inferencias a partir de la información recopilada en el estudio de caso, y construir una argumentación que dé respuesta a las preguntas de investigación planteadas. Sin embargo, si cabe precisar que la presente investigación busca dar orientaciones metodológicas, para su potencial réplica en otros distritos de la capital.

Finalmente, se sostiene que la metodología de investigación es de tipo cualitativo porque ha supuesto una constante interacción entre la investigadora y su objeto de estudio, para lograr comprenderlo dentro de su marco de referencia.

4.1.3. Unidad de análisis

Con la finalidad de delimitar el estudio del rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana, se seleccionó como unidad de análisis el distrito de Barranco, por tratarse de un contexto en el que coexisten espacios de participación institucionalizados por ley e impulsados por la Municipalidad distrital, así como espacios de participación alternativos generados por los propios vecinos, tal como el movimiento vecinal Salvemos Barranco.

En concreto, se analizan ambos espacios en el marco de la coyuntura vivida en el distrito ante la construcción del Corredor Vial Metropolitano, que motivó la interacción de la Municipalidad de Barranco y los vecinos organizados en Salvemos Barranco, así como el desarrollo de una serie de recursos comunicacionales para lograr que se replanteara el proyecto del Metropolitano, que estaba afectando gravemente al distrito.

En ese sentido, las conclusiones y afirmaciones finales de la presente investigación versarán en torno a: (1) los espacios de participación ciudadana, tanto los institucionalizados por ley, como los alternativos (Salvemos Barranco) y (2) las estrategias y recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad de Barranco y Salvemos Barranco, para alentar la participación ciudadana en torno a los problemas ocasionados por el Metropolitano. A partir del respectivo análisis de estos dos campos de observación, se deriva la identificación y explicación del rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana.

4.1.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Para lograr una adecuada aproximación al objeto de estudio se emplearon tres técnicas de investigación: la observación participante, la entrevista semi-estructurada y el análisis de contenido.

Para orientar la observación participante de los espacios de participación institucionalizados por ley y alternativos, con la finalidad de identificar el tipo de comunicación establecida entre autoridades y ciudadanos, se diseñó una guía de observación (ver Anexo 1). En esta se exploran las características de los participantes (vecinos y autoridades), su disposición en el espacio, la dinámica comunicacional que se establece a través del diálogo, el tipo de lenguaje y de tono comunicacional, entre otros aspectos.

En cuanto a las entrevistas semi estructuradas, se preparó una guía de entrevista (ver Anexo 2) con el objetivo conocer la percepción de los vecinos y de la Municipalidad sobre los espacios de participación institucionalizados por ley y los espacios alternativos, además de identificar las estrategias de comunicación que la Municipalidad de Barranco y los vecinos de Salvemos Barranco emplearon para promover la participación ciudadana en torno al problema del Metropolitano.

La guía de entrevistas fue aplicada a:

1. Señora Consuelo Gómez, sub gerente de participación vecinal del periodo municipal 2007-2010
2. Jorge Lecca, vecino barranquino, dirigente de Salvemos Barranco.
3. Javier Alvarado, vecino barranquino, presidente de la junta vecinal de la avenida Grau, miembro del consejo de coordinación local, dirigente de Salvemos Barranco y candidato a la alcaldía del distrito en el 2010 por el partido Fuerza Social.

4. Pedro Macuri vecino barranquino, ex-integrante de Salvemos Barranco y actual director de imagen de la organización política local distrital “Decisión Ciudadana”. En Salvemos Barranco, el señor Macuri se encargó del diseño y la administración de los contenidos de la web, hasta setiembre del 2009.
5. José Rodríguez, vecino barranquino, ex-miembro fundador y vocero de Salvemos Barranco hasta julio de 2009. El señor Rodríguez fue candidato a la alcaldía de Barranco en el 2010, por el movimiento independiente “Decisión Ciudadana”.
6. Clara Vento, vecina barranquina, miembro de la junta vecinal de la prolongación San Martín, ex-miembro fundador de Salvemos Barranco hasta julio de 2009, miembro activo de “Decisión Ciudadana”.
7. José Ayulo, vecino barranquino, asiduo asistente a las sesiones de concejo municipal, regidor electo por “Decisión Ciudadana” para el periodo 2011-2014.

El criterio que guió la selección de los informantes fue su pertenencia o asistencia a los espacios de participación. Así pues, se entrevistó a vecinos que han participado de sus juntas vecinales, de las sesiones de concejo municipal y el consejo de coordinación local; es decir, de los espacios de participación institucionalizados por ley. De otro lado, también se entrevistó a los vecinos que pertenecieron (antes y después de la división) a Salvemos Barranco, un espacio de participación alternativo. Finalmente, se buscó recabar la opinión de la Municipalidad sobre los espacios de participación ciudadana para lo que se entrevistó a la sub-gerente de participación vecinal.

Finalmente, se aplicó una ficha de análisis de contenido con elementos de semiótica (ver Anexo 3), a los recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad de Barranco y el movimiento vecinal Salvemos Barranco. Con la finalidad de facilitar el análisis, los recursos fueron categorizados en tres tipos, según su soporte de difusión:

- a) Los impresos de difusión: afiches y flyers impresos que se entregaron directamente a los vecinos (ver Anexo 4).

- b) Recursos digitales: son aquellos que usaron como soporte algún medio electrónico, como algunas secciones de las páginas web institucionales, boletines, videos y flyers enviados por mailing (ver Anexo 5).
- c) Recursos de movilización: banderolas y pancartas que acompañaron las cuatro actividades organizadas por Salvemos Barranco (ver Anexo 6).

4.1.5. Etapas de investigación

La presente investigación constó de seis etapas:

1. **La elaboración del proyecto de investigación:** este documento incluyó la introducción; el planteamiento del problema; su justificación; las preguntas, objetivos e hipótesis de investigación, un primer desarrollo del marco teórico y situacional; el diseño de la metodología e instrumentos de investigación; una propuesta de índice; el cronograma y la bibliografía.
2. **La elaboración del marco teórico y contextual:** cuya base se desarrolló en el año 2009, y fue posteriormente complementada y actualizada entre enero y abril del 2011.
3. **La realización del trabajo de campo:** la aplicación de los instrumentos de investigación se realizó entre agosto de 2009 y febrero de 2010. Al respecto, cabe destacar que, si bien se planteó observar sesiones del Concejo Municipal, Concejo de Coordinación Local, reuniones de juntas vecinales y asambleas de vecinos que se desarrollaron entre estas fechas, esto no se cumplió a cabalidad.

En primera instancia, porque las convocatorias a las sesiones de Consejo de Coordinación Local y reuniones de juntas vecinales no fueron públicas. De otro lado, las sesiones del Consejo Municipal fueron convocadas con dos a tres días de anticipación por medio de una hoja que se colocaba detrás de la vitrina ubicada en la entrada a la Municipalidad, lo que dificultaba el seguimiento de la investigadora

durante los semestres académicos. Así pues, solo se logró observar una sesión de consejo municipal realizada el día viernes 8 de enero de 2010 y diez asambleas de vecinos llevadas a cabo entre los meses de agosto a diciembre de 2009.

En cuanto a las entrevistas, éstas se realizaron en el mes de enero de 2010 a un total de siete informantes. Sin embargo también se sostuvo conversaciones personales con algunos vecinos los días 14 y 19 de setiembre; 13, 26 y 28 de octubre; y 3, 24 y 28 de noviembre de 2009.

Es importante destacar que inicialmente se contempló entrevistar a cinco vecinos y cuatro funcionarios municipales, sin embargo solo se llegó a concretar una entrevista con la sub gerente de participación vecinal. Esto se debe a que en el mes de enero de 2010 dos vecinos presentaron una solicitud de vacancia para el alcalde Antonio Mezarina, generándose un clima de tensión y sospecha en la Municipalidad. Ello llevó a la renuncia de algunos funcionarios (como los encargados de la oficina de imagen institucional) y dificultó el acceso a otros (como el alcalde) durante el tiempo que se desarrolló la investigación.

Finalmente, la ficha de análisis de contenido fue aplicada a los recursos comunicacionales entre de octubre de 2009 y febrero de 2010. En total se analizaron 20 impresos de difusión, 5 recursos digitales y 10 recursos de movilización, y se complementó esta información con los datos sobre la estrategia comunicacional que proporcionaron las entrevistas.

4. ***El procesamiento de la información:*** se llevó a cabo entre los meses de febrero a mayo de 2010. Para ello se sistematizó la información recogida con los instrumentos en dos matrices: una para los espacios de participación y otra para la estrategia y recursos comunicacionales de la Municipalidad de Barranco y de Salvemos Barranco (ver Anexo 7).

5. ***La redacción del informe final de la investigación:*** se realizó entre los meses de junio del 2010 y marzo del 2011 y constó de una serie de avances que fueron presentados y revisados por el profesor asesor.
6. ***La revisión y corrección del informe final de la investigación:*** se realizó durante el mes de abril de 2011, en base a los comentarios presentados por el asesor de tesis y las observaciones del coordinador de la especialidad, al momento de aprobar la inscripción del plan de investigación.

4.2. Los espacios de participación ciudadana como escenarios de comunicación

4.2.1. Alcances de los espacios de participación institucionalizados por ley

La participación es todavía un ejercicio novedoso para el ciudadano. De hecho la ley orgánica de municipalidades, que establece y norma los espacios de participación en los gobiernos locales, entró en vigencia recién en el año 2003. Hasta entonces, el enfoque de trabajo participativo era voluntario y exclusivo de algunas municipalidades como la de Villa El Salvador, en Lima. Lo cierto es que a partir del 2003 algunos ciudadanos descubrieron que era posible participar en los asuntos públicos sin ser autoridad, tal como lo destaca Javier Alvarado, uno de nuestros entrevistados:

“[Los espacios de participación] son muy recientes. Yo he estado muy vinculado al distrito siempre pero a través de la Parroquia, por ejemplo, porque salvo las elecciones no teníamos oportunidad de participar más. Hasta que hace algunos años conocí, por casualidad, a través de una señora (...) este mundo de la participación vecinal. [Ella] me obsequió un impreso de la Municipalidad de Lima que recogía las normas sobre el tema hasta esa época y me puse a leerlas y descubrí que había un mundo en el que podíamos participar sin ser gobierno”- precisó Javier Alvarado (12/01/2010).

En efecto, según la Ley Orgánica de Municipalidades (ley 27972) son tres los espacios de participación institucionalizados: el Consejo de Coordinación Local

Provincial, el Consejo de Coordinación Local Distrital y la Junta de Delegados Vecinales.

Desde el Consejo de Coordinación Local Distrital se coordinan otros procesos participativos como el plan de desarrollo concertado, que tiene entre 10 a 15 años de vigencia desde su aprobación, y el presupuesto participativo que se organiza anualmente.

Sin embargo, en la Municipalidad de Barranco, la subgerencia encargada del tema solo reconoce, como espacios de participación institucionalizados por ley, el Consejo de Coordinación Local Distrital y el presupuesto participativo. En las propias palabras de la señora Consuelo Gomez Silva, ex -sub gerente de participación vecinal:

“Hay dos espacios de participación constituidos por la ley de municipalidades. Uno es el Consejo de Coordinación Local Distrital, que se elige cada dos años (...) donde hay tres vecinos que pertenecen a organizaciones de base. El otro es el presupuesto participativo, que se hace cada año (...)” (13/01/2010).

Esta omisión nos permite entender porqué en Barranco no existe un Plan de Desarrollo Concertado aprobado, sino solamente un documento borrador compuesto por frases incompletas, puntos suspensivos y citas provenientes de un documento denominado: “La Concepción de Desarrollo del distrito de Barranco y reajuste de la zonificación”, que fue elaborado por CIPUR en 1999, y contó con la participación de 168 vecinos en un distrito de más de 35 000 habitantes. Así pues, el Plan de Desarrollo Concertado como proceso participativo no figura en el imaginario de la instancia municipal encargada de organizarlo, no es prioridad ni hay voluntad para convocarlo.

De otro lado, llama la atención cómo la respuesta de la señora Gómez Silva pone en relieve que los espacios de participación solo admiten la presencia de vecinos representativos, es decir de todos los que pertenecen a una junta vecinal o asociación

de base y que estén debidamente acreditados. ¿Qué pasa entonces con la mayoría de vecinos que no está organizada? Pueden asistir a estos espacios pero su participación no vale y su opinión no tiene un carácter vinculante. En términos comunicacionales, se podría afirmar que no son interlocutores válidos.

Lo cierto es que la Ley Orgánica de Municipalidades también insta a que se establezcan “otros mecanismos de participación que aseguren una permanente comunicación entre la población y las autoridades municipales” (2003:5). Para la ex-sub gerente de participación vecinal el alcalde Antonio Mezarina siguió ese camino:

“El alcalde Mezarina ha abierto varias ventanas democráticas. Por ejemplo, ha instituido los días miércoles para que la gente venga a conversar con él. Se inscriben en una lista de ocho a nueve de la mañana y a partir de las diez el alcalde atiende hasta terminar el último vecino. Para esto la gente no necesita nada más que presentar su DNI [para comprobar] que vive en Barranco.

El otro espacio que me parece muy interesante es lo que nosotros llamamos audiencias vecinales, que las hacemos martes y jueves, o martes o jueves, pero todas las semanas tenemos una mínima. Armamos carpas, colocamos mesas, sillas y equipos de sonido en cualquiera de las calles del distrito. Colocamos para eso una banderola con una semana de anticipación anunciando que ahí estará el alcalde, pero además convocamos con volantes y perifoneos a las juntas vecinales que estén involucradas en el territorio donde se va a hacer la reunión. El alcalde llega a las 7pm con sus funcionarios de línea, se les da a los vecinos el uso de la palabra y lo más temprano que terminamos son las 10 de la noche. Se atiende hasta el último vecino y muchas veces son problemas que no han llegado a la municipalidad y entonces el alcalde los deriva al funcionario de línea para que los atienda de inmediato” (13/01/2010).

Indudablemente, las citas personales de los miércoles con el alcalde y las audiencias vecinales descentralizadas, constituyen iniciativas valiosas que dan la impresión de una autoridad que quiere acercarse a los ciudadanos para conocer de cerca sus problemas. Sin embargo ello no supone necesariamente que el gobierno en sí sea más participativo y confiable, “cómplice” con sus ciudadanos- retomando la reflexión del marco teórico que propone Toni Puig.

Para Javier Alvarado, aunque se han ampliado las posibilidades de participación, siguen prevaleciendo los intereses del alcalde de turno. Esto ha sido especialmente característico de las últimas gestiones municipales, como la de Fina Capriata (1998-2001) y la de Martín del Pomar (2002-2005):

“[La gestión de Capriata fue] una época donde ingresar a las sesiones de consejo, a pesar que la ley establece que son públicas, no era fácil. Sufrimos muchos desplantes (...) no se publicaban las convocatorias de acuerdo a ley tampoco. Capriata nunca nos permitió el uso de la palabra por más que se le solicitó por escrito, por la ley, nunca nunca (...).

Cuando vino Del Pomar ya las cosas cambiaron. Él, que había tratado de ganarse a la gente, mantenía cierta comunicación por lo menos. Del Pomar usó una estrategia curiosa, muy muy politiquera. Durante la campaña él acudía a todas las invitaciones que le hacíamos, mostraba interés y preocupación en los temas vecinales, sin embargo el día de su juramentación no nos invitó. Eso ya le dio una mala espina. (...) Ya después la relación se deterioró porque lo único que pedíamos nosotros era participar pero con transparencia y como eso no se daba, obviamente hubo distanciamiento.” (12/01/2010)

En estos últimos años sí se ha hecho evidente una mayor presión de los representantes vecinales, como el señor Alvarado, para que se cumpla la ley. Esto ha llevado a que se publiquen a tiempo las convocatorias y que se permita la asistencia abierta a las sesiones de Consejo Municipal, donde los vecinos pueden hacer uso de la palabra y también grabarlas.

A pesar de dichos esfuerzos, todavía es limitado y desalentador el conocimiento de los espacios de participación que tiene la mayoría de vecinos barranquinos. Tal es el caso de las juntas vecinales, que velan por los asuntos concretos del barrio o cuadra, pero cuya acción está limitada porque no tienen personería jurídica, salvo que los miembros puedan recolectar 400 soles para inscribirse en los registros públicos.

Para Clara Vento, miembro de la junta vecinal de la avenida San Martín, estas ya se han vuelto obsoletas: “Para mí las juntas vecinales se dedicaron a resolver problemas administrativos de la gente, se llenaron de papeles (...) hace un año que no nos

reunimos, lo que pasa es que el Metropolitano rompió todas las cosas (...) además las juntas vecinales no se renuevan por intereses personales”. (15/01/2010)

Precisamente, ante la negativa percepción que se tiene de los espacios de participación institucionalizados por ley, hay problemas que los vecinos optan por resolver de otra manera, con estrategias que tienen un carácter político (porque buscan incidir en la toma de decisiones de las autoridades), pero que buscan alejarse expresamente de los medios usados en la política tradicional, como la representación mediada por un partido político.

Como se hizo referencia en el marco teórico, los vecinos se organizan para participar directamente y defender sus intereses. Esta fue la apuesta inicial del movimiento vecinal Salvemos Barranco, constituido como un espacio de participación alternativo, creado para hacerle frente a los problemas desencadenados por la construcción del corredor vial Metropolitano en el distrito.

4.2.1.1. La historia de Salvemos Barranco, un espacio alternativo de participación.

A pesar de que en los dos mandatos anteriores, los alcaldes Fina Capriata (1999-2002) y Martín del Pomar (2003-2006) habían tomado una serie de decisiones arbitrarias que trajeron consigo la concesión del parque Confraternidad, la venta del mercado municipal y de las playas; tuvo que llegar el Metropolitano para que se formara en Barranco un movimiento capaz de reunir a más de 3000 vecinos en las protestas, casi 200 vecinos en asambleas y que pudo recolectar 4000 firmas en apoyo a la propuesta técnica que se construyó participativamente a través de dos talleres.

El problema del Metropolitano adquirió tanto protagonismo porque sumó a la frustración anterior y afectó a más barranquinos, fue como la gota que derramó el vaso de agua:

“ (...) ya la gente quería desahogar ese malestar, esa frustración de tantos años y gestiones (...) eso además de una frustración con la clase política porque cuando el alcalde apareció

[en la primera marcha], fue literalmente echado y tuvo que irse, cuando apareció Jorge Del Castillo también fue una respuesta durísima”- comentó Javier Alvarado (12/01/2010).

A diferencia de las playas o del parque Confraternidad, que eran utilizadas por ciertos sectores de la población y en determinadas temporadas del año, el corredor vial Metropolitano atravesó y tocó a todo el distrito. José Rodríguez, otro de los primeros vecinos que se unió a Salvemos Barranco, lo resumió así:

“El Metropolitano llevó el problema, de alguna manera, a la puerta de la casa de la gente. La playa la ves solo en verano y no todos iban a la lagunita. En cambio el Metropolitano puso los carros afuera de la casa (...) cambió la vida de Barranco, que era la de un pueblito, y pasó a convertirse en un mar de carros por todos lados, ya era escandaloso” (15/01/2010).

En efecto la construcción de corredor vial Metropolitano tocó el interés inmediato de los barranquinos y los hizo reaccionar porque las obras estaban en frente de sus casas o porque sus calles eran parte de la ruta de desvíos. Sin embargo, Salvemos Barranco tuvo acogida porque además supo cómo llamar la atención de los vecinos.

Fue así como, en noviembre de 2008, un grupo de vecinos empezó a reunirse para conversar y buscar soluciones frente a los impactos negativos, que estaba teniendo en el distrito, la construcción del corredor vial Metropolitano. En uno de los correos electrónicos que intercambiaban uno de los vecinos, Roberto Bustamante, escribió: “PD. Salvemos a Barranco” y así, sin querer, le dio nombre al movimiento.

Salvemos Barranco nació públicamente el 16 de diciembre del 2008 en una conferencia de prensa. Entonces se presentó como un grupo de vecinos que había decidido organizar su indignación, cansados de la destrucción de sus calles, del tráfico y de no haber sido consultados sobre el futuro del distrito. “SOMOS BARRANQUINOS de todos lados con ganas de cambiar las cosas”- posteaban en el primer blog del movimiento (Fecha de consulta: 08/09/2009).

Ya para febrero del 2009, cuando se realizó la primera marcha, Salvemos Barranco agrupaba a miles de vecinos, aunque el núcleo base seguían estando conformado por 20

vecinos. A pesar de que los desvíos y cambios en las rutas que trajo consigo el Metropolitano, hicieron que muchos vecinos conocieran las otras realidades y zonas del distrito, esto no fue suficiente para romper el divisionismo socioeconómico y geográfico que prevalece hasta ahora en Barranco. “Salvemos Barranco nace de este sector [ubicado entre el malecón y la avenida Grau] y este sector con el otro, de Bolognesi para Surco está confrontado. Piensan que somos prepotentes, pitucos. Ese es el estigma. Todavía no ha calado Salvemos Barranco por allá”- sostuvo Pedro Macuri (19/01/2010).

La gran acogida de Salvemos Barranco se debió, en gran parte, al efecto multiplicador que tuvo el apoyo de los amigos y personas cercanas al vecino. Pedro Macuri, lo recordó de la siguiente manera:

“A mí me jalaron los amigos, porque yo no sabía de participación ciudadana, mi trabajo es más cultural. Mi acercamiento con la gente es más con el arte, bueno hacer arte también es hacer ciudadanía. Pero eso de agruparse, en mi caso, fue por José [Rodríguez] y creo que, en el caso de él, por otro amigo. Fue esporádico, tuvo un efecto efervescente como el de la sal de andrews (...) Yo me enteré, me convocaron y a su vez yo convoqué a otros amigos y los amigos convocaban, era como una especie de cadena” (19/01/2010).

A partir de la convocatoria a numerosas reuniones entre vecinos, de la realización de dos multitudinarias marchas en febrero y abril, con 3000 y 1000 vecinos participando, respectivamente, Salvemos Barranco se posicionó como el frente de lucha contra el Metropolitano, ganándose la simpatía de muchos barranquinos por su creativa manera de apelar a la reacción de los vecinos y autoridades con un tono irónicamente festivo, cargado de manifestaciones artísticas.

En definitiva, una de las tareas más importantes que emprendió el movimiento fue la elaboración de la Propuesta Técnica para el Metropolitano, con medidas a ejecutar a corto, mediano y largo plazo para construir un Corredor Vial menos intrusivo y más eficiente. Lo interesante, fue que esta propuesta se armó a partir de una serie de talleres vecinales, bajo un enfoque esencialmente participativo. Como se señalaba en la web del movimiento: “Salvemos Barranco apunta a reclamar nuestros derechos como personas, como ciudadanos, como vecinos, como propietarios, y como herederos de un patrimonio

monumental invaluable, para participar en las decisiones que atañen a los destinos del distrito” (Fecha de consulta: 13/09/2009).

Seguidamente, en el mes de junio, se realizó una asamblea multitudinaria de vecinos donde se inició la recolección de firmas para legitimar la propuesta técnica. Para el 25 de ese mismo mes, aproximadamente 4000 vecinos habían firmado la propuesta y Salvemos Barranco organizó una reunión con el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo, ambos financistas del Metropolitano. En esta reunión los bancos acordaron financiar un estudio vial e insistir a la Municipalidad de Lima para que accediera a la Mesa de Diálogo con los vecinos y autoridades de Barranco.

A lo largo de estos meses, Salvemos Barranco se fue definiendo a partir de dos hechos (o actuaciones) específicas: la presencia en algunas de las marchas del, entonces alcalde de Barranco, Antonio Mezarina; y la inscripción del nombre del movimiento ante la ONPE.

En cuanto a la participación del alcalde, los vecinos manifestaron a través de una aclaración en el blog del movimiento que: “Las marchas, contramarchas mea culpas y demás conflictos del alcalde Mezarina no forman parte de nuestra agenda ya que la solución de nuestro problema, se encuentra en el campo de acción de la Municipalidad Metropolitana de Lima” (Fecha de consulta: 02/06/2009). Así pues Salvemos Barranco se fue configurando como la instancia de poder y decisión autónoma de los vecinos, frente a un alcalde que no era percibido como el líder de una gestión transparente ni como un aliado. Por el contrario, el alcalde Mezarina es considerado como uno de los responsables del problema, al haber firmado el proyecto del Metropolitano previa su ejecución, aunque él sostuvo que ello no era cierto.

Recién en abril del 2009, Salvemos Barranco hizo explícito su carácter no partidario en un comunicado en el que condena el oportunismo de algunos vecinos que osaban ganar créditos políticos usando como plataforma ese espacio. En estricto, se envió un comunicado a los vecinos, denunciando la inscripción del nombre ante la ONPE, a título de la vecina Rosa Cárdenas Iñigo. Sin embargo, a la vista de algunos vecinos, el movimiento ya estaba

siendo utilizado como un “tampolín a la fama”¹ y algunos incluso especulaban que había un clima de división en su interior.

El 6 de agosto de 2009, Salvemos Barranco convocó a un plantón de protesta para exigir la instalación de la mesa de diálogo. En esa oportunidad ya se percibía que algo estaba sucediendo al interior del movimiento, porque los 1000 vecinos que habían asistido a la segunda marcha, se habían reducido a 300. Además esta fue la primera actividad a la que asistió el alcalde de Barranco y fue recibido entre aplausos y elogios, cuando supuestamente no era bien visto por los vecinos.

En efecto, a pesar de que la unidad vecinal era una de las ideas fuerza en el discurso de Salvemos Barranco, la directiva del movimiento terminó dividiéndose por celos personales entre algunos de los vecinos que iban ganando protagonismo: “[La confianza del vecino] empieza a romperse cuando Javier Alvarado y Jorge Lecca empiezan a hablar de una presencia política de José [Rodríguez], directamente”- opinó Clara Vento (15/01/2010).

Sin embargo, detrás de los celos personales, había también claras discrepancias en la forma de trabajo. De hecho, se pueden distinguir dos modalidades de trabajo en Salvemos Barranco, antes de agosto y después de agosto. La primera se caracterizó por ser más participativa y democrática, concentrada en los vecinos como grupo. La segunda más autoritaria, personalista, con ganas de hacer figurar a uno o varios líderes.

Para Javier Alvarado, uno de los vecinos que asumió “la directiva” de Salvemos Barranco tras la división, las asambleas eran un riesgo: “Personalmente no me gusta la idea de la asamblea...porque nosotros nos podemos controlar pero no a todos y esto iba a terminar siendo un espectáculo” (12/01/2010). Sin embargo el miedo a enfrentarse a la asamblea de vecinos tuvo un costo muy alto. No se les convocó durante cinco meses (de junio a octubre) y la pérdida del contacto hizo que Salvemos Barranco perdiera legitimidad ante la ciudadanía.

¹ SALVEMOS BARRANCO (2009). Respuesta de “Lourdes” al post ¿Quiénes somos?. Consulta: 15/03/09 <<http://todossalvemosbarranco.blogspot.com/2009/03/quienes-somos.html>>

En ese contexto surge el grupo “Barranco Cómo vamos”, conformado por 14 de los vecinos que formaban parte del equipo núcleo de Salvemos Barranco y que decidieron “dar un paso al lado” por los problemas y porque pensaban que había que atender otros problemas del distrito, que se habían dejado de lado ante la urgencia y protagonismo del Metropolitano.

En efecto, después de la presentación de la propuesta técnica, los miembros de Barranco Cómo Vamos tenían la sensación de que la lucha contra el Metropolitano ya estaba encaminada, sólo había que gestionarla. Sin embargo la pérdida de espacios públicos en el distrito, la inseguridad, el deterioro de la zona monumental y la ausencia de una visión común que guiara el desarrollo del distrito, seguían en la lista de problemas barranquinos.

Barranco Cómo Vamos aparece públicamente en el mes de setiembre en el blog de uno de sus miembros, pero en esos meses no llegó a posicionarse como un espacio vecinal alternativo en el distrito. Por el contrario, su presencia generó mucho desconcierto entre los barranquinos quienes no veían con agrado que Salvemos Barranco se hubiese dividido y, obviamente, frente a esta percepción los integrantes de Barranco Cómo Vamos aparecían como los tránsfugas.

La confusión se mantuvo en el imaginario barranquino porque Barranco Cómo Vamos no pudo desligarse por completo de su liderazgo en la lucha contra el Metropolitano. Para sus 14 integrantes eso era muy complicado y un tanto irresponsable porque sentían que los 4000 vecinos barranquinos que apoyaron a Salvemos Barranco y firmaron la propuesta técnica, habían sido desplazados por la nueva directiva que no mantenía “la misma línea de información continua y de relación estrecha con la población” (BARRANCO CÓMO VAMOS 2009).

En efecto, luego del último plantón convocado por Salvemos Barranco para el 7 de octubre de 2009 (que contó con una asistencia de aproximadamente 100 vecinos), los integrantes de Barranco Cómo Vamos decidieron organizar por su cuenta una asamblea de vecinos para evaluar el declive en la asistencia a los eventos y plantear una serie de actividades a seguir, a corto plazo, para hacerle frente al Metropolitano.

Aunque la directiva de Salvemos Barranco fue invitada a presidir la reunión, ninguno de sus integrantes asistió a la asamblea e, incluso, uno de ellos llamó a algunos vecinos a decirles que no fueran a la reunión porque esta había sido cancelada². Este comportamiento desleal motivó el desánimo de muchos vecinos que dejaron de asistir a las asambleas porque consideraban que el problema de Barranco no era el Metropolitano sino la división de sus vecinos.

La confusión era grande. Ambos grupos, los 14 que se fueron y los otros 6 que se quedaron a cargo de la directiva de Salvemos Barranco, usaban los mismos hechos para justificar su defensa ante el otro, solo que cada uno los interpretaban a su manera. De hecho, dependía mucho a qué grupo escuchaba primero el vecino, para que luego tomara una posición.

El desánimo y la resignación iban ganando terreno: “A mí me da pena que una iniciativa que tenía para más, que tenía una proyección más que política, de despertar la ciudadanía, haya muerto. Y nosotros lo hemos permitido, porque no hemos sabido aclarar las cosas (...) y nos salimos por orgullo.”- comentó Pedro Macuri (19/01/2010).

Fue recién el martes 24 de noviembre de 2009, cuando 40 vecinos reunidos en asamblea decidieron fundar el “Frente de los vecinos de Barranco”, como instancia superior a Salvemos Barranco y Barranco Cómo Vamos, de carácter político pero no partidario, para superar el divisionismo.

La idea era que el Frente lograra reunir a todas las fuerzas políticas y sociales presentes en el distrito, con la finalidad de interponer una acción de amparo y una demanda contra la Municipalidad de Lima, y organizar una nueva marcha para volver a poner el tema en discusión en el distrito y en Lima, a través de la cobertura mediática.

Pero el Frente no funcionó, porque continuaron los rumores del divisionismo y la directiva de Salvemos Barranco nunca hizo eco a las invitaciones que le hicieron. Esto era lógico

² Información extraída de la observación participante de la asamblea de vecinos realizada el 26/10/09.

puesto que para sus representantes, como Javier Alvarado: “El frente era una cara de un proyecto político y nos querían forzar a nosotros para ver el tema de Salvemos Barranco, perdón, del Metropolitano” (12/01/2010).

Cuando en el mes de marzo de 2010 se inició la construcción de los paraderos, los barranquinos no pudieron evitarlo, el movimiento vecinal había perdido fuerza y creció el clima de resignación.

La iniciativa de Salvemos Barranco se sostuvo durante mucho tiempo porque la lucha no se individualizó. “En Salvemos Barranco no había un héroe, una heroína, un líder, no había nada de eso. Era el vecino que le daba la gana de protestar por lo suyo.”- recuerda Clara Vento (15/01/2010). Pedro Macuri también agregó que: “El grupo siempre ha estado orgulloso de eso, de que Salvemos Barranco somos todos, el representante todos. Eso funcionó bacán en un grupo homogéneo pero ya después han ido construyéndose los malos sentimientos, los chismecitos” (19/01/2010).

Tal como se hizo referencia en el marco teórico, los movimientos sociales pueden estar motivados por un entusiasmo inicial muy fuerte, pero se pueden destruir fácilmente si no se definen objetivos, roles y liderazgos claros, junto con una dinámica organizacional flexible que permita responder a la coyuntura y sostener la participación. De esta manera, la ausencia de liderazgo y la debilidad organizacional de Salvemos Barranco, hizo que el movimiento colapsara ante las distintas visiones de trabajo y los celos personales. Esta es la sensación que dejan los comentarios finales de todas las entrevistas realizadas a los vecinos, una profunda decepción con respecto al desenlace de Salvemos Barranco. “Era un sueño Salvemos Barranco, era el poder vecinal, que se ha matado”- mencionó Pedro Macuri (19/01/2010).

Indudablemente todo lo acontecido fue precedente para el contexto electoral de las elecciones municipales del 2010, puesto que tanto los 14 vecinos de Barranco Cómo Vamos como algunos de la directiva de Salvemos Barranco postularon a las elecciones, con

el movimiento independiente “Decisión Ciudadana” y el partido político “Fuerza Social”, respectivamente.

4.2.2. El perfil de los vecinos que participan y sus principales motivaciones

A pesar de que los espacios institucionalizados por ley y los espacios alternativos, como Salvemos Barranco, tienen distintas características y alcances, la motivación que lleva a un vecino a participar en alguno de ellos tiene varias características comunes y uno que otro rasgo diferencial.

En base a la entrevistas realizadas, se reconoce que los vecinos de Barranco que acuden a los espacios de participación institucionalizados por ley tienen las siguientes características: son de clase media (por lo que residen entre la avenida San Martín y la avenida Bolognesi), tienen en promedio 50 años y son tanto hombres como mujeres (aunque estas últimas suelen hablar más en público). La principal diferencia, con el perfil de los vecinos que asisten a los espacios alternativos de participación, como Salvemos Barranco, es la acogida que logran entre el público joven y adulto (20- 40 años, aproximadamente).

En lo que respecta a las motivaciones para participar, un aspecto común que interpela al vecino barranquino a interesarse en los asuntos públicos, sea a través de espacios institucionalizados o alternativos de participación, es el fuerte sentido de pertenencia que la mayoría tiene hacia el distrito. Como comentó Javier Alvarado: “Hay un elemento subjetivo, especialmente en Barranco, que es el sentido de pertenencia (...) Uno afirma cierta diferencia, peculiaridad, distinción. (Barranco) es un lugar original, bonito, apreciado” (12/01/2010).

Esa identificación con el distrito es tal, que algunos vecinos sienten de manera personal los abusos y atropellos de algunas autoridades: “Tú eliges un lugar para vivir y quieres que este sea más o menos acorde contigo, entonces te ofende cuando las autoridades hacen lo que quieren”- comentó Clara Vento (15/01/2010).

La tradición familiar es, para la misma entrevistada, otra de las principales fuentes motivadoras: “Yo vivo en una casa política y lo que conversamos en la mesa es lo que conversamos en la calle”. También parece que la participación genera una sensación de bienestar personal que algunos buscan “yo me siento bien por ayudar la gente”- sostiene el señor Alvarado (12/01/2010).

Sin embargo ninguna de estas motivaciones fue mencionada por la ex- sub gerente de participación vecinal de la Municipalidad de Barranco. Para ella, “[lo que motiva la participación del vecino] es la necesidad de una obra y la principal dificultad siempre es el tema del tiempo” (13/01/2010).

Cabe reparar en esta última respuesta, no porque no sea cierta, sino porque su reduccionismo hace que la municipalidad desaproveche el potencial de motivaciones tan fuertes como el sentido de pertenencia. En efecto, si piensa en un vecino que solo quiere obras, la gestión solo se va dedicar a eso. Y aunque la mejora de entorno mejora, indudablemente, el valor de la propiedad de un vecino, no asegura necesariamente una mejor convivencia.

Involucrarse en un espacio de participación, sea institucionalizado por ley o alternativo, requiere tiempo y mucha motivación, precisamente, para restarle tiempo a otras actividades. Entonces, la tarea de la municipalidad distrital en este campo es doble. Por un lado, debe ser capaz de despertar el interés por participar y ahí es importante plantear una convocatoria creativa, que apele directamente a las propias motivaciones de los vecinos. Como se reseñó en el marco teórico, debe ser una comunicación que informe pero que implique, es decir, que toque la sensibilidad de los ciudadanos, que muestre gente trabajando con gente, que ponga en evidencia que los beneficios de la participación son mayores que el tiempo y esfuerzo que esta demanda. Y, una vez que el vecino acude a la convocatoria, se deben definir en conjunto los objetivos de dicho espacio de participación, para que todos persigan y disfruten de la consecución de sus resultados.

Aunque siempre van a existir espacios de participación alternativos y es positivo porque canalizan la acción ciudadana, estos espacios van a aumentar y constituir una fuerza paralela (y a veces conflictiva), si es que los espacios institucionalizados por ley no responden a las demandas de los vecinos. Y para lograrlo, es provechoso analizar, en conjunto, a los espacios de participación institucionalizados y alternativos conjunto, como espacios de comunicación.

A continuación, se proponen cuatro preguntas para orientar el análisis y comprensión comunicacional de los espacios de participación. Estas preguntas se desprenden de la tabla consignada en la página 42 de la presente investigación, en la que se delimitan las unidades de observación de los espacios de participación, que son: (1) las condiciones previas que alientan la participación, como la estrategia de convocatoria, la hora y el lugar de las reuniones, (2) las reglas de juego en la moderación de las reuniones, (3) el tipo de relación establecida por los actores y (4) el tipo de comunicación establecida por los actores.

4.2.3. ¿La convocatoria, la hora de la reunión y el local alientan la participación?

Un primer campo de observación, desde el enfoque de la comunicación participativa, supone evaluar los procesos de convocatoria: cómo se convoca (los medios y recursos comunicacionales usados), con cuántos días de anticipación se realiza la convocatoria, a qué hora y en qué lugar se realizará la actividad convocada.

En cuanto a los espacios de participación institucionalizados, la Ley Orgánica de Municipalidades estipula que la convocatoria para el Consejo Municipal se debe realizar, al menos, con 5 días de anticipación. Esto se cumplió en la sesión de Consejo observada. La convocatoria se realizó con la debida antelación y se publicó una esquila en el local de la municipalidad.

Sin embargo, el lugar donde se colocó la convocatoria no fue el más adecuado para motivar la asistencia de los vecinos. Según la normativa, se debe colocar una esquila en la vitrina principal del palacio municipal, pero la Municipalidad de Barranco suele pegarla en la luna que está detrás del panel de “novedades”, al lado de la puerta principal. Así pues es muy difícil que un vecino se percate de la convocatoria. De hecho, solo se entera si es que va a la municipalidad dentro de los 5 días de convocatoria. Y si lo hace, tiene que tener una vista muy aguda o interés por ver qué hay detrás del panel de novedades, para leer la esquila.

Como comentó el entrevistado José Ayulo, “Este es el mínimo esfuerzo, pues hay casos de difusión de las sesiones de Consejo que además de la [forma de convocatoria] señalada, se hace pública la convocatoria vía página web, colocando la esquila en los letreros municipales y mediante banderolas y volantes” (20/01/2010).

Otro tema importante es la puntualidad en el inicio de las sesiones. En este sentido, aunque la sesión de consejo municipal observada había sido convocada para las 8:30 a.m., el alcalde llegó una hora después. Esto hizo que varios vecinos se fueran, cansados de esperar 60 minutos para que comience la sesión. Ello resulta comprensible al considerar que la hora de la citación es, de por sí, complicada. A las 8:30 de la mañana la mayoría de vecinos trabaja y por lo tanto no pueden destinar ese tiempo en participar. En este caso, por ejemplo, los beneficios por participar no parecen ser mayores que el esfuerzo de tiempo y dinero que esta demanda, porque el vecino está usando su horario de trabajo para asistir a la sesión de Concejo.

La convocatoria a los otros espacios de participación institucionalizados por ley tiene un carácter más masivo. Tanto para elegir a los tres vecinos que conformarán el Consejo de Coordinación Local Distrital, como para anunciar el inicio del Presupuesto Participativo se realizan las siguientes actividades:

“Se embandera el distrito, se hacen pasacalles, volantes y oficios a todas las organizaciones sociales, dos meses antes del evento, aproximadamente. (...) [Para esto] nosotros tenemos dividido el distrito en cuatro cuadrantes y para cada cuadrante

hay una promotora que visita a las juntas vecinales para que renueven sus datos.”- explicó la ex -sub gerente de participación vecinal, Consuelo Gomez (13/01/2010).

Con estas actividades sí podemos pensar que la convocatoria llega al vecino organizado, pero no necesariamente al que no pertenece a una agrupación. A pesar de que los banners se coloquen en todo el distrito, el vecino independiente necesita más argumentos para animarse a participar en espacios como estos. Hay una demanda de mayor comunicación interpersonal, de una comunicación diferenciada y segmentada según el público, tal como se enfatizó en el marco teórico.

Finalmente está la convocatoria para las juntas vecinales. “Cualquier persona residente en la zona puede tomar la iniciativa. [Para ello] debe repartir unas invitaciones a todas las casas de la jurisdicción donde se quiere convocar”- señaló Javier Alvarado (12/01/2010).

A diferencia de los demás espacios de participación, la dinámica de las juntas vecinales permite que la gente se organice por su barrio. Las reuniones de las juntas vecinales se desarrollan en un espacio cercano a donde viven y están los problemas de los vecinos, lo que no sucede con las sesiones del consejo municipal por ejemplo.

“[La biblioteca] no me parece un lugar céntrico, me parece que deberían buscarse otros lugares para el Consejo, como la Casa de la Mujer que es más céntrica y grande”- comenta Clara Vento (15/01/2010). En efecto la biblioteca municipal se encuentra en la zona oeste del distrito que es la más turística y cuyos habitantes son de clase media- alta y alta. Esto desalienta el acceso de los vecinos que viven en la zona este del distrito, que son mayoría y tienen más necesidades insatisfechas.

Al preguntarle a la ex- sub gerente de participación si consideraba que los locales para estas actividades alentaban la participación de los vecinos, ella respondió: “Sí, el distrito es muy pequeño” (13/01/2010). Es cierto que Barranco es uno de los distritos más pequeños de todo Lima Metropolitana, pero es también muy diverso. En él habitan personas de distintos niveles socioeconómicos y hay problemas sociales

severos en lo que respecta a la seguridad ciudadana, uso y pérdida de espacios públicos, entre otros.

La observación participante y los testimonios reclaman innovación en la convocatoria a los espacios institucionalizados por ley, así como mayor rotación respecto del lugar del evento; algo que sí consideró y llevó a la práctica Salvemos Barranco.

Las convocatorias a las asambleas de este espacio de participación alternativo, eran públicas y masivas a través de flyers difundidos en la web y por medio de correos electrónicos, que se complementaban con visitas personales a las casas de los vecinos. La convocatoria a los eventos, como las marchas y plantones, además estuvo reforzada con materiales impresos como banderolas, afiches y volantes que también fueron entregados de manera personalizada a los vecinos del distrito.

En cuanto a los lugares de reunión, Salvemos Barranco organizó reuniones pequeñas en las casas de algunos vecinos y las asambleas en el local de la peña “La Candelaria” ubicada en la avenida Bolognesi, justo en la parte central del distrito, alentando la asistencia de vecinos de la zona este y oeste del distrito.

Finalmente, este espacio alternativo también se diferenció de los espacios de participación institucionalizados, porque programaba sus reuniones durante las noches (por lo general, a partir de las 7pm) con lo que se daba mayor lugar a la asistencia de los vecinos, porque no interfería con el horario laboral. Sin embargo, eso sería muy difícil de aplicar a los espacios institucionalizados, porque supondría pagar horas extras al personal que asiste las reuniones del concejo municipal, como el secretario de actas, entre otros.

En ese sentido, se considera que hay estrategias que los espacios de participación institucionalizados por ley podrían incorporar, como la visibilidad de la convocatoria, el refuerzo con el contacto directo con los vecinos y la organización de

sesiones descentralizadas; para lograr una mayor acogida como la que tienen los espacios de participación alternativos.



4.2.4. ¿Las reglas de juego favorecen la participación de los ciudadanos o la voluntad de la autoridad de turno?

Un segundo campo de observación, desde el enfoque de la comunicación participativa, lo constituyen las reglas de juego que moderan los espacios de participación, lo que incluye: procedimientos para elegir a los representantes, facultades de voz y voto de los participantes, y la construcción de la agenda de la reunión.

En las instituciones públicas la mayoría de procedimientos están normados por la ley y el funcionamiento de los espacios de participación institucionalizados no es la excepción. Por ejemplo, según la ley orgánica de municipalidades, el consejo de coordinación local distrital está integrado por el alcalde, los regidores y los representantes de las organizaciones distritales. La proporción de los representantes de la sociedad civil es del 40% de la sumatoria del total de miembros del respectivo concejo municipal distrital, lo que equivale, en Barranco, a dos vecinos.

Estos representantes son elegidos democráticamente por dos años entre los delegados que están legalmente acreditados a nivel distrital, es decir, que se hayan inscrito en el registro municipal y que demuestren tener un mínimo de tres años de actividad institucional. Con ello, queda claro que la ley salvaguarda la participación de los representativos.

Indudablemente esto tiene sentido en una sociedad donde las organizaciones (de base, juntas vecinales, deportivas, etc) funcionan adecuadamente, se reúnen con periodicidad, trazan y discuten su plan de trabajo y cumplen un rol social. Pero en un distrito donde la mayoría de líderes vecinales son vitalicios esto es un problema, porque la representatividad se diluye y no tiene nada de participativa.

El problema es doble porque, por un lado, hay líderes que no quieren dejar el cargo por intereses personales como el sueño de ser regidor o alcalde algún día. De otro lado, los vecinos representados no tienen el más mínimo interés en asistir a las

reuniones donde se convocan a elecciones y mucho menos piensan en postular a dicho cargo.

Este círculo vicioso, que envuelve principalmente a las juntas vecinales, hace que algunos vecinos prefieran la participación en espacios alternativos, por comodidad o porque saben que sólo de esa manera pueden alcanzar ciertos logros. En efecto, así surgió el movimiento vecinal Salvemos Barranco, para hacerle frente a todos los problemas que estaba ocasionando la construcción del Corredor Vial Metropolitano en el distrito, y que el alcalde, regidores y varios representantes vecinales de turno evadían. Y, a diferencia de los espacios de participación institucionalizados, Salvemos Barranco no colocó requisitos para la participación de los vecinos, tales como contar con experiencia en cargos de representación. La convocatoria fue amplia y el único requisito era ser vecino barranquino.

Así pues, lo cierto es que si uno acude a espacios de participación institucionalizados por ley y no es representativo, no tiene una opinión vinculante y muchas veces ni siquiera es escuchado. De hecho, cuando se le solicitó a la ex- sub gerente de participación vecinal que diera su opinión sobre las acciones y logros de Salvemos Barranco, su respuesta se redujo a la siguiente frase: “Salvemos Barranco no está inscrito y ya se dividió (...)” (13/01/2010).

En otras palabras, dado que el movimiento vecinal no estaba inscrito, no valía. Bajo esa perspectiva, cabe plantear que la representatividad que salvaguarda la ley en los espacios de participación institucionalizados termina favoreciendo a las autoridades y no a los vecinos, porque no alienta a que se empoderen en el ejercicio ciudadano.

Al respecto, a pesar de la importancia de las funciones del Consejo de Coordinación Local Distrital, la ley solo exige que se reúna ordinariamente dos veces al año y en forma extraordinaria cuando lo convoque el alcalde. En el 2009 no se convocó en Barranco a ninguna sesión extraordinaria, a pesar de que el distrito no tenía un Plan de Desarrollo Concertado. Queda claro, entonces, que el nivel de influencia de este

espacio de participación está supeditado a la voluntad del alcalde y, al igual que en el caso anterior, no favorece el ejercicio participativo de los vecinos.

Por otro lado, cabe analizar también el funcionamiento del Consejo Municipal. Si bien las sesiones del Concejo son públicas y todos los vecinos pueden asistir, su participación es bastante limitada. Para José Ayulo, esta participación es pasiva y delegada. En sus propias palabras:

“Es una participación pasiva porque el uso de la palabra a cualquiera de los asistentes es una excepción que el propio Concejo aprueba mediante votación ante el pedido anticipado; y delegada porque son los regidores los que deberían llevar la voz de los vecinos pues son sus representantes. Esto último, claro, es un tema ideal porque normalmente los regidores no saben dónde están parados y menos aún que le deben su participación en este colegiado a los vecinos y que su cargo es por delegación” (20/01/2010).

El rol de un regidor en el gobierno municipal es decisivo. Sin embargo, en el 2009, los regidores barranquinos se concentraron tanto en su rol fiscalizador (y opositor) al alcalde, que perdieron de vista una de sus más importantes atribuciones: “Mantener la comunicación con las organizaciones sociales y los vecinos a fin de informar al Concejo y proponer la solución de problemas” (Ley Orgánica de Municipalidades, artículo 10, inciso 6).

Las reglas que regulan los espacios de participación institucionalizados aparentemente no juegan equitativamente. Esto no significa que fueron pensadas para favorecer a las autoridades en detrimento de los ciudadanos. Sin embargo, en un distrito donde la gente todavía no ejerce (ni entiende) su ciudadanía, todo queda a merced de la voluntad (o ausencia de voluntad) de las autoridades, lo que es totalmente antagónico al enfoque participativo.

En efecto, las reglas de juego en los espacios de participación alternativos, como Salvemos Barranco, alientan una mayor participación de los vecinos. Como se mencionó previamente todos los vecinos, por el simple hecho de ser vecinos

barranquinos, tenían derecho a voz y voto en la asamblea. De otro lado, la agenda de la reunión se presentaba al inicio y se preguntaba a los vecinos si deseaban añadir algún punto en la agenda, todos estando en igualdad de condiciones de sugerir algún otro tema a discutir. Así mismo la reunión era moderada por uno de los vecinos, previa aprobación de los presentes, y se trataba de un cargo rotativo importante, porque facilitaba el proceso de toma de decisiones.

Es importante tomar conciencia sobre las reglas de juego de los espacios de participación, a fin de realizar los ajustes necesarios para facilitar una comunicación participativa a su interior. Sin embargo, esto se hace particularmente difícil cuando la concepción de la participación ciudadana no apuesta por un vínculo relacional entre ciudadanos y autoridades, tal como lo deja en evidencia la siguiente cita de la entrevista realizada a la ex – sub gerente de participación vecinal:

“Generalmente [la participación] es un sello que te imprimen los alcaldes. Este alcalde nuestro es muy democrático, siempre está consultando, quiere saber qué piensan los vecinos y presiona para que las convocatorias sean amplias, da las facilidades y está siempre presionando”- comenta Consuelo Gómez Silva, sub gerente de participación vecinal (13/01/2010).

Mientras la participación ciudadana siga siendo percibida como un medio de publicidad del alcalde de turno, no va implicar un auténtico esfuerzo por despertar el interés de los vecinos porque su intención comunicativa es propagandística más que relacional. A la vez, se necesitan vecinos que llamen la atención sobre este asunto y asuman una actitud propositiva. Juntos, autoridades y vecinos, representantes y representados, deben devolver y legitimar el sentido de la participación, que es el de la construcción conjunta de un mejor Barranco para vivir.

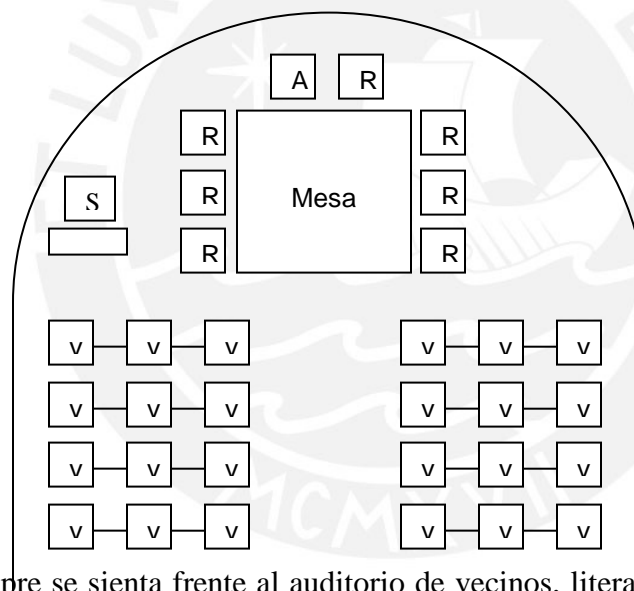
4.2.5. ¿El espacio promueve relaciones jerárquicas u horizontales?

Un espacio participativo, se caracteriza por promover relaciones horizontales, que legitiman la opinión de todos los interlocutores y hace posible el diálogo y la negociación. En este sentido, si se entiende que los espacios participativos son

espacios de comunicación, es preciso detenerse a observar la distribución física de los actores en el espacio, dado que esta es una expresión del poder y del tipo de relación que se establece entre los actores involucrados.

En cuanto a las sesiones del Consejo Municipal, estas se desarrollan en el salón principal de la biblioteca municipal. Ahí se coloca una mesa rectangular donde se sientan el alcalde (A) y los regidores (R). A su lado, hay otra mesa pequeña desde donde el secretario de actas (S) graba la sesión y toma algunas notas.

Todo ello forma una especie de “escenario” que es contemplado por los vecinos (V) desde las 24 sillas que hay en salón, tal como muestra el siguiente gráfico:

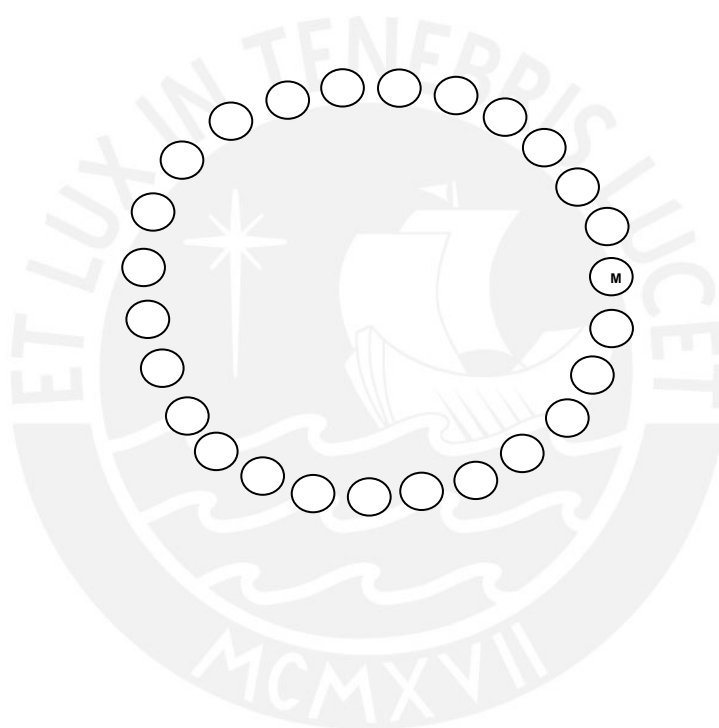


El alcalde siempre se sienta frente al auditorio de vecinos, literalmente es uno de los dos miembros del Consejo que les “da la cara”. Sin embargo, cuando se da inicio a la sesión y empieza a tocarse cada uno de los puntos de agenda, la conversación y el contacto visual se cierra entre los que están sentados en la mesa. Los vecinos, quedan entonces, como espectadores.

Aún cuando el vecino haga uso de la palabra, habiendo solicitado previamente dicha atribución al Consejo y recibido una votación favorable para que se le conceda el derecho a voz, se mantienen las posiciones. El vecino habla, desde atrás, a las

autoridades que están adelante, en una posición superior. Estas jerarquías se manifiestan incluso en el tono de voz de los vecinos que hacen uso de la palabra, como si estuvieran pidiéndole un favor al alcalde.

Al respecto, la disposición de los actores en las reuniones de Salvemos Barranco era radicalmente distinta. Los vecinos se organizaban alrededor de un círculo, en un mismo nivel que el moderador (M), lo que facilitaba el contacto visual. Con ello se reforzaba la igualdad de condiciones de todos los participantes y la ausencia de una relación jerárquica en el espacio.



Tal como se reflexionó en el marco teórico, las relaciones políticas son relaciones de poder, pero no donde uno (la autoridad) tiene más poder que los otros (los ciudadanos), sino donde el poder de la autoridad proviene y está legitimado por los ciudadanos. Lamentablemente el ejercicio ciudadano en nuestro país, caracterizado por relaciones clientelares y una ciudadanía electoral, no han contribuido a la toma de conciencia sobre el poder y rol de los ciudadanos frente a sus autoridades.

4.2.6. Entonces, ¿qué tipo de comunicación prevalece?

La observación de los espacios institucionalizados y alternativos de participación desde la perspectiva comunicacional, supone evaluar si la convocatoria, locales, hora de las reuniones, reglas de funcionamiento y disposición física de los actores en el espacio, promueven una comunicación relacional y participativa.

Tal como han sido descritos los espacios de participación institucionales en el distrito de Barranco y tomando en consideración las categorías propuestas en el marco teórico, se puede advertir que persiguen dos objetivos comunicacionales: transmitir información (comunicación difusionista) y mejorar la imagen del alcalde de turno (comunicación propagandística). En cambio, Salvemos Barranco como espacio alternativo, se constituyó como un espacio horizontal de diálogo y negociación de intereses, donde los vecinos se fueron empoderando en el ejercicio de su ciudadanía (comunicación relacional).

La comunicación es un proceso relacional y, en ese sentido, exige que las partes involucradas en el diálogo se reconozcan en igualdad y tengan la voluntad de dialogar. Si en una junta vecinal se conversan las cosas del barrio (que hay muchos robos al paso, que los parques están descuidados, que no se puede dormir por la bulla de las discotecas) y se apoyan las preocupaciones de los vecinos firmando cartas; pero se sabe que ese acto no tiene un carácter vinculante, entonces no existen condiciones auténticas para la participación porque los vecinos están sujetos a la expresa voluntad de la autoridad.

Con esto, no se trata de catalogar si un espacio de participación institucionalizado o alternativo, es o no un escenario de comunicación. Pero sí se quiere identificar si al menos ese espacio, que dice ser participativo, reúne las condiciones para serlo, porque si no hay que repensarlo (o cambiarle de nombre).

Entre los mismos vecinos de Barranco hay una opinión divergente en torno a la efectividad de los espacios de participación institucionalizados por ley, para la toma de acuerdos. “Yo creo que sí [son efectivos] pero, como todo lo humano, requiere una evaluación”- comentó Javier Alvarado (12/01/2010). En cambio, la posición de Clara Vento fue diferente: “Yo no creo que a través de estas instancias se puede lograr el cambio, tendría que haber una revolución” (15/01/2010).

Por lo anterior, se puede inferir que en Barranco los espacios de participación institucionalizados no están cumpliendo, a cabalidad, su razón de ser. Eso en gran parte por la propia dinámica de los espacios que estipula la ley y porque la actitud del vecino no lo lleva aún a salir de la pasividad. Por eso la propuesta del movimiento vecinal Salvemos Barranco tuvo tanta fuerza y apareció como una alternativa atractiva para canalizar las demandas de los barranquinos. Aunque, claro está, que también tuvo sus propios inconvenientes, como la falta de un soporte organizacional que le diera sostenibilidad al reclamo de los vecinos.

4.3. Las estrategias y recursos comunicacionales para promover la participación ciudadana

Tanto la Municipalidad de Barranco como los vecinos agrupados en Salvemos Barranco, querían manifestar su rechazo a la forma como se estaba construyendo el corredor vial Metropolitano: sin haber realizado una consulta a los vecinos y sin contar con un estudio de impacto ambiental, afectando la zona monumental y las calles por donde se desviaba el tránsito, cerrando negocios, poniendo en peligro la vida de los peatones, entre otros.

Aunque el objetivo parecía ser el mismo, la forma en la que estos actores comunicaron su posición sobre el tema, buscando llamar la atención de los barranquinos, los medios de comunicación y el alcalde de Lima Metropolitana, fue distinta. El énfasis en el discurso y la selección de ciertos medios y recursos comunicacionales dependieron, en gran medida, de los objetivos e intenciones comunicacionales que tuvo la Municipalidad de Barranco y los vecinos de Salvemos Barranco. Ahí estuvo la diferencia.

4.3.1. La estrategia comunicacional

Toda acción comunicativa que busque lograr un objetivo debe estar enmarcada en una estrategia. Esta le da coherencia al conjunto de acciones y permite visualizar de qué manera se alcanzarán los objetivos. Sin la estrategia las acciones pierden impacto y no se refuerzan entre sí para alcanzar resultados, tal como pasó con las iniciativas emprendidas por la Municipalidad de Barranco y Salvemos Barranco.

En el caso del movimiento vecinal fue unánime la respuesta de los entrevistados con respecto a que nunca se tuvo una estrategia concreta y por escrito para motivar la participación. Para ellos el principal atractivo de Salvemos Barranco fue, precisamente, la espontaneidad de las iniciativas que fueron secundando el movimiento.

“Salvemos Barranco era un grupo de 15 personas, donde no había reglas, estatuto ni nada, era efervescencia y se trabajaba así. Quizás esa ha sido la falla, no hemos tenido una organización que respalde el trabajo de Salvemos Barranco (...) Pero la espontaneidad tuvo

su encanto, porque las ideas fluyen y son buenísimas. Cuando estás en un momento espontáneo eres como un genio, pero si estás con las formalidades, con el tiempo y con la hora, ya no fluye (...)”- opinó Pedro Macuri (19/01/2010).

Esta cita es bastante ilustrativa. A pesar de que se reconoce que los vacíos organizacionales fueron un error, prevalece la sensación de que la formalidad (que es sinónimo de institucionalidad, en este caso) coacciona las buenas ideas y el disfrute de la participación. Sin embargo las buenas ideas y el primer ímpetu participativo se pueden diluir con facilidad si no cuentan con una institucionalidad que les dé soporte, esto es, un conjunto de reglas, objetivos, liderazgos y roles claros.

Así por ejemplo, las dos primeras marchas de Salvemos Barranco fueron financiadas con las donaciones de algunas instituciones del distrito como la Galería Lucía de la Puente, el restaurante Picas, la Posada del Mirador, entre otros. Pero en el plantón del mes de agosto ya no se contó con el mismo apoyo económico y en Salvemos Barranco no había una instancia dedicada a velar por la sostenibilidad económica, lo que llevó a que la directiva del movimiento aceptara donaciones, como las de una banda de músicos por parte del alcalde que provocó rechazo entre muchos vecinos.

Recién en julio de 2009 se conversó en Salvemos Barranco sobre la necesidad de delinear una estrategia para llamar la atención de la prensa y defender la propuesta técnica en la mesa de diálogo. Pero, entonces, la división en el grupo pudo más que el deseo de alcanzar objetivos comunes. No se llegó a concretar una estrategia y la presencia del movimiento perdió fuerza en el distrito, con lo que fue más sencillo para la Municipalidad de Lima reanudar las obras en Barranco.

Con respecto a la estrategia de la Municipalidad de Barranco, es preciso mencionar que la pauta de sus acciones estuvo marcada por las de Salvemos Barranco. La Municipalidad pocas veces emprendió acciones por iniciativa propia, sino que secundó las del movimiento vecinal, sin tampoco delinear una estrategia.

4.3.2. La evolución de los mensajes

Para los vecinos de Salvemos Barranco el mensaje central de su lucha, que luego fue adoptado por la Municipalidad de Barranco, fue siempre: “El metropolitano ¡así no!”. La finalidad era que se rectificara el proyecto para que beneficiara a todos los limeños sin perjudicar la vida cotidiana de los barranquinos. Así lo expresan algunas citas de los entrevistados: “[Buscábamos] un replanteamiento del Metropolitano, sin que afecte la necesidad de mejorar el transporte en la ciudad”- comentó Javier Alvarado (12/01/2010).

A esto la señora Clara Vento agregó que también era parte intrínseca del mensaje la idea de “el vecino al poder”, lo que puede interpretarse como el rechazo directo a la autoridad que no se hizo cargo del problema: desde el alcalde de Barranco hasta la autoridad más prepotente (que para los barranquinos era sinónimo del alcalde Castañeda). De ahí que este matiz del mensaje no fuera apoyado ni reforzado por la Municipalidad de Barranco en sus volantes, banners y comunicados.

Sin embargo, el análisis de los recursos comunicacionales de Salvemos Barranco da cuenta de que el mensaje no fue expresado con tal claridad a los vecinos, ni a los medios. En enero de 2009, Salvemos Barranco difunde por los medios digitales (principalmente a través del blog www.todossalvemosbarranco.blogspot.com) una imagen donde aparecían los rostros de los héroes San Martín, Grau y Bolívar (que simbolizan y designan a las tres avenidas principales del distrito) acompañados del texto “¡No nos dividas! ¡No nos maltrates! ¡No nos destruyas!” (ver Anexo 8). Todas estas frases tenían como sujeto tácito al Metropolitano por lo que sí podía suponerse que los barranquinos estaban en contra de la construcción del corredor vial. Su postura era de oposición.

Un mes después se realizó la primera marcha de protesta barranquina. Esta vez Salvemos Barranco ya tenía un logo, que representaba a un cohete cayendo a modo de señal de tránsito en colores amarillo y rojo. El eslogan que acompañó la movilización y los primeros afiches y banners fue “Salvemos Barranco: el tráfico y la contaminación han tomado nuestras calles” (ver Anexo 9). Nuevamente era claro el rechazo de los vecinos de barranco

hacia el daño y la incomodidad que estaba causando el paso del Metropolitano por su distrito.

Recién en el mes de abril, cuando se convoca a la segunda marcha, Salvemos Barranco precisa que su oposición no es radical y plantea la necesidad de iniciar el diálogo. Con el eslogan, “¡Habla Castañeda! El Metropolitano así no va” (ver Anexo 10), Salvemos Barranco interpela directamente al alcalde de Lima a manifestarse sobre el problema, luego de meses de silencio administrativo frente a varias cartas y peticiones que los vecinos enviaron previamente.

Este mensaje se mantuvo hasta el plantón realizado en el parque Niño Héroe, el 6 de agosto de 2009. El eslogan de la actividad fue “¡Habla Castañeda! Basta de medidas” (ver Anexo 11) y expresaba la determinación de los vecinos para instalar la mesa de diálogo, a pesar del silencio y la poca voluntad del alcalde de Lima.

Durante cinco meses, el discurso de Salvemos Barranco mantuvo la misma idea del rechazo al Metropolitano tal como estaba planteado, sin embargo, el mensaje fue comunicado en dos momentos distintos. En la marcha de abril, Salvemos Barranco expresó la necesidad de un diálogo entre la autoridad metropolitana y los vecinos del distrito. En agosto, esa voluntad de diálogo contaba además con una propuesta técnica elaborada por arquitectos del distrito con la participación vecinal.

Pero, aún cuando la existencia de una propuesta debía darle mayor peso al reclamo de Salvemos Barranco, la acogida vecinal al plantón de agosto y su misma organización ya empezaban a manifestar la división interna del movimiento así como las nuevas alianzas. José Rodríguez lo resume de la siguiente manera:

“El mensaje se desvirtuó en el plantón del Niño Héroe. (...) [Ahí] ya no había espontaneidad, ya tenías numeritos, todo armado en base a un programa. La gente iba y decía qué es esto, esto no es Salvemos Barranco, entonces la forma cambió. (...)

Otra cosa que cambió es que eso se hizo en coordinación con el alcalde, que no solamente fue, sino que participó en la elaboración de ese asunto. Osea el alcalde alquiló el estrado y pagó una serie de cosas, pagó una banda (...) Entonces jalamos a un socio que no había

definido una posición, el alcalde se fue con su rollo de arreglar pistas y veredas. Y eso fue lo que les criticamos [a la nueva directiva de Salvemos Barranco]. Que no se dieran cuenta que estaban dando mensajes diferentes a la población. Ya no sale el vecino sino el alcalde, entonces mucha gente en el plantón del Niño Héroe se decepcionó” (15/01/2010).

El debilitamiento de Salvemos Barranco era evidente. Se pasó de tener 3000 vecinos en una marcha a no más de 300 personas en el plantón, que además eran mayoritariamente miembros de los vasos de leche y empleados de la Municipalidad.

Llegado el mes de octubre de 2009 ya se sabía públicamente que el grupo se había dividido y lo mismo sucedió con el mensaje. La nueva directiva de Salvemos Barranco organizó una fiesta de protesta barranquina en el terreno donde se encontraba el óvalo Balta antes de las obras del Metropolitano. Los eslogan de la actividad fueron: “Recuperemos el óvalo Balta. Barranco lo necesita” y “Los alcaldes pasan, sus desastres quedan” (ver Anexo 12). Por un lado, el mensaje hacía énfasis en un pedido muy concreto que no expresaba la integralidad de la propuesta técnica sino que llamaba la atención sobre uno de los puntos planteados. De otro lado, se recalca la responsabilidad de los alcaldes, en plural, con respecto al caos que el metropolitano había ocasionado en el distrito.

Sin embargo, la que se anunció como una “gran fiesta de protesta barranquina” no logró convocar a más de 100 vecinos y llamó la pronta reacción de quienes se habían ido de Salvemos Barranco, agrupados nuevamente bajo el nombre de “Barranco Cómo Vamos” (BCV). En efecto, dos semanas después, BCV convocó una asamblea vecinal a través de volantes y mails donde aparecía el logo de Salvemos Barranco con otro mensaje, bajo el slogan: “Vecino, ¿cómo vamos?” (ver Anexo 13).

De esta manera, en un mismo mes, el mensaje cambió de un pedido concreto a una evaluación general de las acciones del movimiento. Esto desorientó a los ya confundidos vecinos y extendió la resignación entre otros tantos. La única idea que se vio reforzada con el cambio de los mensajes fue la del divisionismo dentro del movimiento vecinal, lo que le restó fuerza a la legitimidad del reclamo de los barranquinos frente a la Municipalidad de Lima.

En este contexto, también durante el mes de octubre de 2009, la Municipalidad de Barranco inició su campaña pública con el eslogan “Así NO...señor Castañeda”, colocando banners en las calles principales del distrito, repartiendo volantes y dedicándole una sección especial en la página web institucional que incluía un video sobre el tema (ver Anexo 14). Este mensaje, se hizo más específico en algunos recursos, como los banners colgados en los postes de las avenidas principales del distrito, con el eslogan: “ASÍ NO...Sr Castañeda. No nos destruya con esa mole de cemento”. También se usó en volantes con la frase: “ASÍ NO...Sr Castañeda. Hay verdades que hablan. No sorprenda a los vecinos”, que fueron repartidos a los vecinos de las calles y avenidas Lima, Catalino Miranda, Prolongación Pazos y Manuel de la Fuente Chávez, informándoles que la Municipalidad de Lima no había entregado aún el expediente técnico de las obras de reparación de sus calles (averiadas por las rutas de desvío).

Previamente, en el mes de setiembre, la Municipalidad de Barranco había enviado un boletín informativo por el aniversario del distrito en el que aclaraba que las obras del Metropolitano habían sido aprobadas por la gestión anterior sin consultar a los vecinos y que el alcalde Mezarina respaldaba la propuesta técnica presentada por Salvemos Barranco (ver Anexo15).

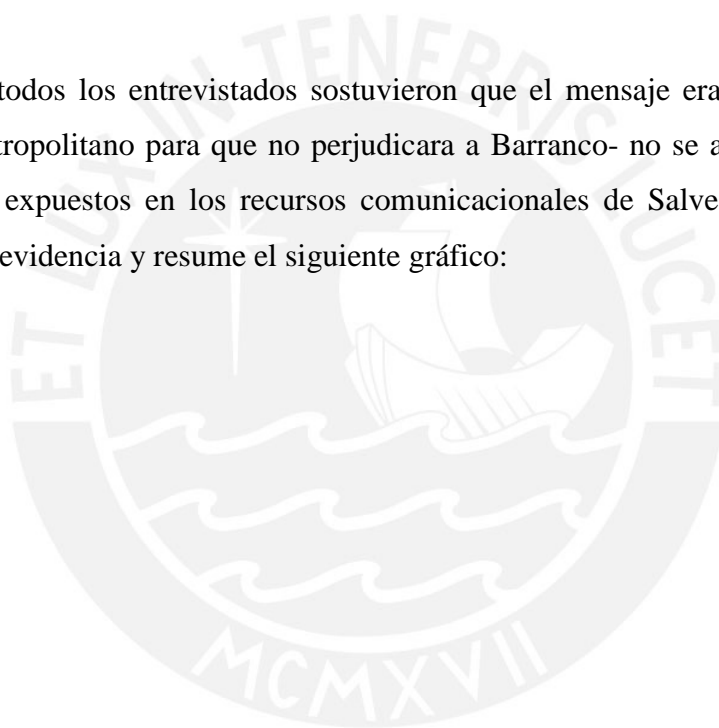
Entre los meses de noviembre de 2009 y enero de 2010 ni Salvemos Barranco ni la Municipalidad de Barranco difundieron nuevos recursos comunicacionales. Solo se realizaron algunas reuniones vecinales convocadas por el Frente de lucha barranquina (el movimiento que surge ante el debilitamiento y la falta de convocatoria a los vecinos por parte de la nueva directiva de Salvemos Barranco) y una reunión entre los vecinos del frente con el alcalde Mezarina y la procuradora de la Municipalidad para pedirle su colaboración en la presentación de la acción de amparo contra la Municipalidad de Lima.

En estas reuniones se acordó realizar una gran marcha para respaldar la acción de amparo y lograr poner nuevamente el tema en la agenda mediática. El frente distribuyó durante los primeros días del mes de febrero unos volantes convocando a la marcha con el siguiente

eslogan: “Defendamos Barranco. Solo la lucha y la movilización nos asegurarán el éxito de nuestras demandas” (ver Anexo 16). Pero la construcción de los paraderos del Metropolitano en la avenida Bolognesi se adelantó a la marcha y ni los vecinos ni el alcalde Mezarina pudieron impedirlo a pesar de las vigiliyas y demás esfuerzos.

Lo cierto es que la pérdida de comunicación directa e interpersonal que Salvemos Barranco había mantenido con los vecinos, pero que se anuló entre los meses de mayo y agosto de 2009, ya había debilitado su capacidad de convocatoria y el movimiento no volvió a recuperarse, siendo el Frente uno de estos intentos fallidos.

A pesar de que todos los entrevistados sostuvieron que el mensaje era uno -rectificar el proyecto del Metropolitano para que no perjudicara a Barranco- no se aprecia una unidad en los mensajes expuestos en los recursos comunicacionales de Salvemos Barranco, tal como lo pone en evidencia y resume el siguiente gráfico:



“El tráfico y la contaminación han tomado nuestras calles”

[Febrero 2009]

“¡Habla Castañeda! El metropolitano así no va”

[Abril 2009]

“¡Habla Castañeda! Basta de medidas”

[Agosto 2009]

*“Recuperemos el óvalo Balta. Barranco lo necesita”
“Los alcaldes pasan, sus desastres quedan”*

[Octubre 2009]

“Vecino, ¿cómo vamos?”

“El metropolitano en Barranco, ¡Así no!”

[Diciembre 2009]

“Defendamos Barranco. Solo la lucha y la movilización nos asegurarán el éxito de nuestras demandas”

[Febrero 2010]

Así pues, los mensajes difundidos por Salvemos Barranco fueron variados, no llegaron a oponerse, pero tampoco a reforzar una idea y finalmente terminaron expresando la división del movimiento vecinal. De otro lado, a pesar de que la Municipalidad de Barranco sí mantuvo mayor unidad en el mensaje de su campaña pública “ASI NO...Sr Castañeda”, esta se difundió tardíamente en el mes de octubre y no tuvo mayor sostenibilidad, para reforzar el mensaje.

4.3.3. El público de los mensajes y la designación de roles

El análisis de contenido de los recursos de Salvemos Barranco y de la Municipalidad de Barranco, revela que no hubo un público segmentado al que se dirigieron los mensajes de manera diferenciada. Si bien, se distingue que el público estuvo conformado por los vecinos de Barranco y a la Municipalidad de Lima (a veces, en concreto, el alcalde Castañeda), no se delimitaron recursos específicos para cada uno de estos interlocutores.

En lo que respecta a Salvemos Barranco, en un primer momento el movimiento apeló directamente a los vecinos, con vocativos como “vecino”, “barranquino” o “vecino barranquino”. Lo que se quería era sensibilizar al vecino sobre la congestión vehicular, la contaminación y la división del distrito causada por la construcción del Metropolitano.

En un segundo momento, los recursos comunicacionales siguieron estando orientados a los vecinos, pero demandaban una reacción de la Municipalidad de Lima, en concreto, del Alcalde Metropolitano, para instalar la mesa de diálogo. En ese sentido se usó directamente el vocativo “Castañeda”, personificando la institución municipal en el alcalde de turno. La idea era lograr ejercer presión para que el alcalde metropolitano se manifestara sobre el problema.

Es interesante notar que el cambio de vocativo, de vecino a Municipalidad de Lima, también se efectuó en los mensajes de la Municipalidad de Barranco, a pesar de que el público principal seguía siendo los vecinos del distrito. En efecto, la principal diferencia con respecto a Salvemos Barranco fue que la Municipalidad se dirigió a ambos actores con mayor formalidad, priorizando el uso de vocativos como “apreciados vecinos” y “señor Castañeda”. En este caso, la apelación directa al alcalde Castañeda era una manera de hacer evidente, ante los vecinos, que la Municipalidad de Barranco estaba en contra de los efectos negativos que el Metropolitano estaba causando al distrito.

De otro lado, el análisis del contenido de los recursos permite identificar los roles, que cada uno de los actores (vecinos, Municipalidad de Barranco y Municipalidad Metropolitana de Lima/ Alcalde Castañeda), adquiere en torno al conflicto. Por un lado, queda claro que los vecinos barranquinos ejercen el rol de los agraviados. Su vida cotidiana fue vulnerada por la construcción del Metropolitano, al aumentar el tráfico, la contaminación y poner en riesgo la vida de los peatones que transitaban por zonas de desvío sin una adecuada señalización. Sin embargo, al no plantear el problema como un tema articulado a otros distritos de Lima, la lucha pareció reducirse a un tema caprichoso de los barranquinos. Al respecto, Pedro Macuri comentó:

“Ahí fallamos. Nuestro mensaje como iba a Lima era el lío entre los barranquinos y Lima. Si nos dirigiéramos a la ciudad de Lima hubiéramos tenido un poco más de apoyo. Porque siempre hemos pensado en Barranco, que ha perjudicado a Barranco a la zona monumental de Barranco, la calidad de vida en Barranco, como si nosotros fuéramos una isla” (19/01/2010).

En cuanto a la Municipalidad de Lima, esta aparece, inicialmente, como la responsable de las obras. Pero ante la negativa del alcalde Castañeda para entablar la mesa de diálogo, su

persona pasa a ser percibida como una autoridad prepotente, que no dialoga y que incluso miente. En efecto, la mayoría de recursos de movilización recogen este desagrado con un tono irónico, a través de frases como “araña, araña, araña, Castañeda nos engaña”, “no más mecidas Castañeda” y “esta hormiga no es tu amiga” (en analogía con el dibujo de la hormiga que siempre acompañó las obras del ex -alcalde, bajo el eslogan “construyendo”).

El rol de la Municipalidad de Barranco, en cambio, resulta bastante impreciso. Queda claro que la municipalidad distrital desea actuar como defensora de los derechos de los barranquinos, atribuyendo la aprobación del paso del Metropolitano por Barranco a la gestión anterior de Martín Del Pomar. Sin embargo esto no consta en las actas de concejo, y puede que ningún alcalde de Barranco lo haya aprobado, pero lo cierto es que el alcalde Mezarina tuvo en sus manos la posibilidad de observar el proyecto antes de iniciarse las obras y no lo hizo. Al respecto, José Rodríguez comentó:

“La relación con él [Mezarina] fue complicada desde el principio. A él se le planteó la necesidad, en diciembre del 2008, de formar un equipo técnico que evalúe desde la Municipalidad de Barranco el tema (...) La gente le dijo que forme el grupo pero que esté Jose Rodriguez en ese grupo porque él nos representa a nosotros, dijeron los de la asamblea. Por supuesto, dijo el alcalde. Por supuesto jamás me llamó, formó Pro Barranco y no me llamó. Otra vez convocó a una reunión en La Candelaria con Alva, el gerente social de ProTransporte (...) y el alcalde no demostraba tener una posición en representación de los vecinos de Barranco. Él simplemente dejó la reunión en manos de ProTransporte para que ellos se despachen con todas sus mentiras y se generó un chongo, todos protestamos (...) Entonces uno se pregunta qué rol cumple el alcalde de Barranco en todo esto. Yo sabía que el alcalde había visto el proyecto porque en febrero del 2008, le dije a Silva que era su gerente de desarrollo urbano, que este proyecto nos iba a fregar la vida y me dijo que ya estaba aprobado, ‘pero no han comenzado las obras’, dije yo, ‘no no olvídate, ya está aprobado’ me dijo. No se interesaron en resolverlo (...) A mi parecer él ha estado siempre coqueteando con la Municipalidad de Lima y el despecho que Lima le tiene es una manifestación de que en algún momento fueron aliados. El alcalde ha tenido una posición muy pro-Lima luego intermedia y luego la opuesta porque lo hemos obligado” (15/01/2010).

Pero la posición ambivalente del alcalde nunca terminó convenciendo a los vecinos de su presencia.

“Cuando comenzamos Salvemos Barranco lo hicimos con una conferencia de prensa. Yo recuerdo que al día siguiente, en la mañana, Mezarina estaba en las noticias hablando de

otras cosas y una periodista le dice al alcalde que el día de ayer un grupo de vecinos había salido en conferencia de prensa protestando por el desorden vehicular y todo. Lo primero que dijo Mezarina es que eso era un movimiento político (...) Cuando salió la propuesta y se inició la recolección de firmas, su familia dijo que esas firmas eran para que Salvemos Barranco postulara a las elecciones Entonces a mí me queda claro que el alcalde tiene el tema de la contienda política en su cabeza, en primer plano.” –opinó Rodríguez (15/01/2010).

Sin embargo, los vecinos llegaron a reconocer que era necesario sumar al alcalde a la lucha porque era la autoridad elegida para representar los intereses del distrito. Pero algunos hechos terminaron agravando la decepción y desconfianza en la autoridad municipal distrital. Una vez presentada la propuesta técnica ante el Banco Mundial y la Municipalidad Metropolitana, se le pidió al alcalde que convocara a un cabildo y a una asamblea pero no lo hizo. Incluso, en algunas ocasiones, el alcalde convocó reuniones y actividades paralelas, debilitando las iniciativas de Salvemos Barranco. Y, finalmente, cuando el grupo que asumió la coordinación de Salvemos Barranco empezó a coordinar algunas actividades con el alcalde, muchos vecinos sintieron que el movimiento vecinal empezaba a perder legitimidad.

4.3.4. Los objetivos comunicacionales

Toda acción comunica y comunica con una intención. Para efectos de esta investigación, se definieron cinco tipos de objetivos comunicacionales, para las acciones que emprendieron los vecinos de Salvemos Barranco y la Municipalidad de Barranco, en torno al tema del Metropolitano. Estos fueron: (1) informar, (2) sentar posición, (3) rendir cuentas, (4) sensibilizar a la población, y (5) convocar a eventos.

En lo que respecta a Salvemos Barranco, el movimiento tuvo como principales objetivos sensibilizar a la población y convocar a eventos, para llamar la atención de los medios en torno al tema del Metropolitano y ejercer presión sobre las autoridades responsables. De otro lado, se reconoce que la elaboración de la propuesta técnica fue una manera de sentar posición, tal como lo comentó Pedro Macuri: “Salvemos Barranco quería sentar una posición frente a ese atropello. La misma propuesta fue una posición” (19/01/2010). En cuanto a la intención de informar, hay discrepancias entre los entrevistados con respecto a

si se logró informar o no al vecino. “Se informó muy poco. No se supo comunicar y perdimos legitimidad”- opinó Clara Vento (15/01/2010).

Los objetivos de la Municipalidad de Barranco, en cambio, tuvieron otra prioridad. En primer lugar, la Municipalidad buscó sentar posición sobre el tema, enfatizando que las obras del Metropolitano se aprobaron en la gestión anterior, sin consultar a los vecinos; y apoyando posteriormente (en el mes de octubre de 2009) la propuesta técnica de los vecinos. También, en un par de recursos comunicacionales, la Municipalidad de Barranco demanda que la Municipalidad Metropolitana rinda cuentas sobre las obras de rehabilitación de las pistas.

Entonces, si bien ambos actores buscaron manifestar su rechazo a la manera como se estaba construyendo el Metropolitano, para lograr que se rectificara el proyecto; no tuvieron las mismas prioridades al momento de comunicar su demanda y eso le restó fuerza a su actuar. Los vecinos de Salvemos Barranco priorizaron la movilización y sensibilización de la población, y luego reconocieron la importancia de sentar posición concretándola con la elaboración de la propuesta técnica. En cambio, la Municipalidad de Barranco enfatizó el marcar una posición en base a la autodefensa de la gestión de turno y, tardíamente, apoyando la propuesta técnica de Salvemos Barranco. El respaldo de los vecinos no estuvo incluido como un elemento central de su “estrategia”.

Finalmente, cabe llamar la atención sobre la escasa importancia concedida a la tarea de brindar información, cuando esto es el primer eslabón para suscitar adhesión a una iniciativa ciudadana y es un elemento clave para promover procesos de toma de decisión más efectivos y concertados.

4.3.5. Tono comunicacional, tipo de lenguaje y contacto generado

Los objetivos comunicacionales, marcan el tono o énfasis de la comunicación e influyen en el tipo de relación que se genera con el público, a partir del proceso de comunicación. El tono comunicacional tiene que ver con el estilo de la comunicación, pero también con la sensación que el mensaje produce. Para efectos de la investigación, se definieron los

siguientes tonos comunicacionales: (1) informativo, (2) irónico, (3) defensivo, (4) de protesta, (5) propositivo, (6) festivo, (7) crítico, (8) interrogativo, (9) aclaratorio.

En los recursos comunicacionales de Salvemos Barranco predominó un tono de protesta y crítico, basado en la pregunta. Lo primero porque se instaba a los vecinos a salir a las calles y lo segundo, porque hubo un constante cuestionamiento hacia la autoridad y el estatus quo. Así lo comentó José Rodríguez:

“Empezamos con una protesta, las primeras marchas y cartas tenían ese carácter y también una base crítica y una base de pregunta, porque desde el inicio nos encargamos de cuestionar dónde estaba el estudio de impacto ambiental, por la consulta a los vecinos también, cuál era el diagnóstico, el plan a largo plazo” (15/01/2010).

De otro lado, el tono de los mensajes de la Municipalidad fue defensivo, lo que se relaciona directamente con su intención comunicativa. Teniendo en cuenta que el primer recurso comunicacional que lanzó la Municipalidad de Barranco sobre el Metropolitano fue en el mes de setiembre del 2009, es comprensible que sus mensajes tengan un tono defensivo y aclarador, antes que de protesta, informativo o propositivo como sucedía con los de Salvemos Barranco. Esto se puede explicar con la necesidad del alcalde de Barranco de desligarse de toda responsabilidad del conflicto, al enfatizar que las obras del Metropolitano se aprobaron en la gestión anterior y que su gestión apoyaba la propuesta técnica de los vecinos, para mantener la legitimidad de su cargo.

Lo cierto es que no solo el tono comunicacional marca el tipo de relación y contacto que se establece entre quien emite el mensaje y el público. El contacto que se genera con el público también depende del tipo de lenguaje empleado, que para fines de la investigación se tipificó de la siguiente manera: (1) sencillo, (2) claro, (3) técnico, (4) confuso, (5) informal, (6) formal.

En cuanto al tipo de lenguaje, en ambos casos predomina un lenguaje sencillo y claro. Sin embargo la Municipalidad fue más formal en sus mensajes, mientras que los vecinos de Salvemos Barranco hicieron uso de términos coloquiales y algunas jergas propias del lugar.

Analizar el tipo de lenguaje es importante porque nos permite reconocer el tipo de vínculo que se desea establecer con el otro. En ese sentido, se podría decir que mientras que los vecinos buscaron promover una relación de horizontalidad, la Municipalidad de Barranco prefirió mantener las jerarquías, que implica también conservar el poder.

Esta idea incluso resulta más convincente si observamos la referencia a algún contacto (correo, teléfono o dirección) en los mensajes. Así pues, mientras que la Municipalidad únicamente ofrece estos datos en uno de sus recursos (el boletín municipal), Salvemos Barranco colocaba siempre la dirección de su blog y página web en sus recursos comunicacionales, y en estas plataformas virtuales siempre había un espacio para dejar comentarios y opinar.

Usando las categorías planteadas por Rosa María Alfaro (1999) y reseñadas en el marco teórico, se resuelve que mientras que los vecinos de Salvemos Barranco buscaron entablar una comunicación relacional que caracteriza los procesos de participación ciudadana, la Municipalidad le dio prioridad al uso propagandístico de la comunicación.

4.3.6. Tipo de soporte priorizado

El análisis de los recursos comunicacionales pone en relieve que el movimiento Salvemos Barranco privilegió el soporte digital y lo complementó con el contacto directo con los vecinos, mientras que la Municipalidad de Barranco priorizó el uso de materiales impresos y generó pocos espacios para la interacción directa con los vecinos.

Esto se puede asociar, por un lado, a un mejor manejo de las herramientas electrónicas por parte de los adultos y jóvenes que conformaron el movimiento que eran, en su mayoría, profesionales que hacen uso diario del internet en sus estudios o trabajo. Además, frente a otros canales de difusión, lo digital no representa un costo y tiene un alcance masivo, por lo resulta más conveniente para un grupo de vecinos que no dispone de ingresos propios.

Ahora bien, es interesante observar que cuando se trataba de convocar a un evento, Salvemos Barranco también circuló en impreso (a través de volantes) los flyers que se enviaban por correo electrónico. Esto tuvo como objetivo ampliar el espectro de la convocatoria y, a la vez, reforzaba el vínculo entre el grupo y los barranquinos, a través de la comunicación interpersonal, dado que los volantes eran repartidos a través de caminatas y visitas personales a los vecinos; lo que difiere de la entrega del material municipal vía un mensajero.

El tipo de contacto establecido entre los actores en relación es clave, para motivar el compromiso y la participación. Tal como se refirió en el marco teórico, para generar una relación cómplice y positiva entre autoridades y ciudadanos, se requiere que la comunicación sea más directa, personalizada, que despierte el interés de quien la recibe; y para ello el contacto interpersonal contribuye mucho más que la sola difusión de recursos comunicacionales.

4.3.7. Efectividad de las acciones y los recursos comunicacionales

Como se mencionó previamente, ni las acciones ni los recursos de Salvemos Barranco y los de la Municipalidad distrital se desarrollaron en el marco de una estrategia comunicacional. En el caso de las actividades de Salvemos Barranco, cada acción tuvo su propio objetivo y los recursos comunicacionales básicamente buscaron generar adhesión y convocar a los vecinos a participar de las mismas.

Lo cierto es que hay una percepción diversa de la efectividad de las acciones y recursos que empleó Salvemos Barranco y que está marcada por la división que se generó al interior del movimiento. En efecto, algunos de los entrevistados manifestaron que evaluarían la efectividad de lo que hizo Salvemos Barranco antes y después de la ruptura del movimiento.

Para José Rodríguez, las dos primeras marchas de Salvemos Barranco fueron las acciones más efectivas. En la primera, se logró que la Municipalidad de Lima abriera uno de los carriles de la avenida Bolognesi para el tránsito de los autos. En la segunda marcha, se hizo explícita la necesidad de instalar una mesa de diálogo para elaborar un plan vial para el distrito. Pero los problemas organizacionales y personales al interior del movimiento cambiaron el panorama, justo en el momento en el que se hizo evidente que era necesario diseñar una estrategia:

“Después de la segunda marcha se hicieron las propuestas y para nosotros ya era el momento en el que se tenía que gestionar, ya las movidas vecinales habían puesto un tema en el tapete metropolitano y había que gestionar lo que se estaba pidiendo, por eso era importantísimo tener una estrategia para presionar a la Municipalidad [de Lima]: definir quiénes tenían que negociar, sobre qué temas se tenía que negociar, qué puertas había que tocar como el Banco Mundial y la Defensoría del Pueblo, el Ministerio del Ambiente, buscar todas las formas para ejercer presión ante la Municipalidad de Lima. La estrategia no se hizo porque ahí fue justamente cuando entraron los Leccas y Alvarados y la fregaron...”- comentó Rodríguez (15/01/2010), en alusión a los dos vecinos que se quedaron liderando la “directiva” de Salvemos Barraco, que ellos mismos instituyeron.

La división del grupo tuvo, claramente, como detonante una serie de discrepancias y celos personales, pero desde la perspectiva de nuestro objeto de estudio, también se distingue una

concepción distinta de la forma del trabajo participativo, que debilitó el vínculo y la comunicación con los vecinos. Al respecto, José Rodríguez comentó:

“El punto crítico ahí fue convocar a asamblea porque ellos, cuando hicieron la reunión [en el local] de artesanos con 30 o 40 personas, lo que hicieron fue nombrarse como dirigentes y, a pedido de la gente que fue a esa reunión, me pusieron a mí como vocero no estando yo presente. Y yo no acepté ese cargo, envié un correo diciendo que los cargos se eligen en asamblea abierta donde la gente dice quién dirige Salvemos Barranco, quién va a la Mesa de Diálogo(...) Por eso es que no quisieron hacer nunca una asamblea. Todas las conversaciones después de eso por ese rollo: ellos decían que no convocaban a asamblea porque ellos primero tenían que armar la estrategia y no, nosotros pensábamos que la estrategia se construía con los vecinos. Entonces como no querían hablar de ese tema dijimos chau, se acabó, no podemos seguir peleándonos así. Eso se dio en junio, ya se había presentado la propuesta técnica, fue lo último que se hizo” (15/01/2010).

La ausencia de una estrategia para ejercer presión ante el problema del metropolitano, acompañada del desánimo de los que se vecinos que dejaron Salvemos Barranco y la débil capacidad de liderazgo de quienes se quedaron al mando, marcó la tibia repercusión de todas las acciones que emprendió el movimiento, luego de la entrega de la propuesta técnica.

De otro lado, en lo que respecta a la efectividad de los recursos, se identifica al afiche como uno de los elementos más recordados que llegó, incluso, a consolidarse como una marca. “El afiche fue una marca, con el logo de Cherman, rojo y amarillo que son colores fuertes, que generan dinamismo. Es más hasta después de la marcha la gente nos pedía afiches para pegar en sus casas, porque era una especie de marca, un logo una moda. Casa que no tenía afiche no era lo mismo.” – recuerda Pedro Macuri (19/01/2010).

La mayoría de entrevistados también concuerda en afirmar que la principal señal de éxito de los esfuerzos de Salvemos Barranco, fue la acogida y el rebote mediático que lograron las dos primeras marchas, las cuales tuvieron un tono de protesta pero también festivo: “Yo pienso que el hecho de que nosotros salgamos a la calle, ha sido una presión para que Lima no avance rápido, se detenga y abra la avenida Bolognesi. Y ha sido mediático (...) Las marchas fueron lo más efectivo, eran como un carnaval”- mencionó Pedro Macuri (19/01/2010).

La presencia de la protesta barranquina en los medios masivos fue clave para poner el tema en la agenda Metropolitana y lograr la apertura de la avenida Bolognesi, así como el retraso de las obras en el distrito. Sin embargo, ni las marchas ni el rebote mediático fueron suficientes como para sostener el apoyo de los vecinos durante un año: “Hay que reconocer que la gente sale, pero la gente no sostiene una cosa mucho tiempo (...) Yo creo que la mayoría cree que la lucha está perdida y ya no va a las marchas, asambleas, ni nada” – comentó José Rodríguez (15/01/2010).

En efecto, en los momentos finales de la protesta, cuando se empezaron a construir los paraderos en el mes de febrero del 2010, el impacto mediático que tuvo la resistencia de los vecinos no fue suficiente porque el tejido vecinal estaba debilitado, dividido y no había una estructura organizacional que lo aglutinara ni un manejo de la información claro, extendido y único entre los barranquinos y su autoridad municipal.

A diferencia de la atención de los vecinos y de los medios, que logró capturar Salvemos Barranco sin una estrategia, pero sí con recursos creativos y actividades con un tono festivo y de protesta; el alcance de los recursos comunicacionales empleados por la Municipalidad de Barranco fue bastante reducido y, básicamente, secundó la pauta marcada por el movimiento vecinal.

CONCLUSIONES: EL ROL DE LA COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La presente tesis tiene por objetivo la identificación del rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana a nivel local, que para el caso de estudio se refiere al distrito de Barranco. Para ello se realizó un análisis comparativo de los espacios de participación institucionalizados por ley y los espacios alternativos de participación, ambos como escenarios de comunicación. Esto se complementó con el análisis de los recursos comunicacionales que se usaron para alentar la participación ciudadana en torno al tema del Metropolitano, en el distrito de Barranco.

En base a los resultados reportados en el capítulo anterior y tomando en consideración los conceptos y categorías comunicacionales acuñadas en el marco teórico y la metodología de la investigación, se procede a presentar las conclusiones del trabajo ordenadas según las preguntas de investigación.

El tipo de comunicación que caracteriza los espacios de participación

En cuanto al tipo de comunicación que caracteriza los espacios de participación, los resultados de la investigación apoyan la hipótesis inicial que sostiene, que en los espacios de participación institucionalizados por ley, predomina una comunicación difusionista; mientras que en los espacios alternativos de participación, como Salvemos Barranco la comunicación tiene un carácter más relacional.

- **La comunicación difusionista caracteriza a los espacios de participación institucionalizados por ley**

El carácter difusionista de los espacios de participación institucionalizados es evidente desde la convocatoria, donde se privilegia el formato impreso (esquela, banner, invitación debajo de la puerta) y distribución masiva e impersonal; obviando el contacto directo con el vecino para invitarlo a asistir a estos espacios.

Así mismo, hay una serie de condiciones relacionadas con el horario y el lugar de las sesiones que no permiten el establecimiento de una comunicación de tipo relacional, en los espacios de participación institucionalizados por ley. El horario de las sesiones de Concejo, por ejemplo, coincide con el inicio de la jornada laboral de la mayoría de vecinos y es muy difícil modificarlo porque supondría pagar horas extras al personal. Así también, las sesiones suelen realizarse en un lugar fijo, la biblioteca municipal, que es un espacio ubicado en la zona oeste de Barranco, cerca al local municipal pero no tan céntrico para la mayoría de vecinos.

Sin embargo se sostiene, sobre todo, que predomina un tipo de comunicación difusionista, porque no todos los vecinos son interlocutores válidos en los espacios de participación institucionalizados, sino solo los que representan a un colectivo y que están debidamente acreditados a nivel distrital. Incluso, aún cuando estos vecinos representan a otros no tienen, en los espacios institucionalizados como el concejo municipal, derecho a voto sino que solo pueden expresar su opinión. Además la estructura de agenda de los espacios de participación institucionalizados por ley está siempre determinada y no tiene lugar a variaciones o inclusión de temas una vez que ha sido publicada.

Es propio de la comunicación difusionista, la presencia de un emisor que ejerce un rol activo, al ser quien construye y difunde el mensaje, y un receptor pasivo. Los espacios institucionalizados por ley refuerzan este proceso de comunicación unidireccional al no darle a la opinión de los vecinos un carácter vinculante, convirtiéndolos en receptores pasivos. Esto se ve reforzado por la propia disposición en el espacio de los emisores y receptores. En efecto, las sesiones de concejo municipal se asemejan a un “escenario” donde están las autoridades y que es contemplado por los vecinos. La conversación y el contacto visual se cierran entre el alcalde y los regidores que están sentados en la mesa. Los vecinos son espectadores y, de vez en cuando, alguno ejerce su derecho a voz que no tiene mayor injerencia en las decisiones que se tomen en la mesa.

Retomando la escalera de la participación presentada en el marco teórico de la investigación, se puede afirmar que las sesiones de Concejo Municipal, como espacio de

participación institucionalizado por ley, no permite superar el nivel de la transmisión de la información desalentando niveles de participación más auténticos como la planificación conjunta, la toma de consensos y el empoderamiento ciudadano.

- **La comunicación relacional caracteriza a los espacios de participación alternativos como Salvemos Barranco**

Las características de la comunicación, en un espacio de participación alternativo como Salvemos Barranco, son propias de un tipo de comunicación relacional, donde se dialogan y negocian intereses, mientras que los vecinos se empoderan en el ejercicio de su ciudadanía.

Desde la convocatoria, Salvemos Barranco fue en busca del vecino. La distribución de volantes estuvo a cargo de los mismos vecinos, quienes recorrían el distrito caminando o en bicicleta, para encontrar al otro vecino. La invitación interpersonal y la conversación entre vecinos le confirieron a Salvemos Barranco ese efecto multiplicador y en cadena, que logró convocar a cientos de vecinos a las asambleas y a miles a las dos primeras marchas.

En efecto, los espacios alternativos de participación reúnen una serie de condiciones que alientan la comunicación relacional entre los vecinos. En el caso de Salvemos Barranco, por ejemplo, las reuniones solían desarrollarse en las noches, después del horario de trabajo, y el local era rotativo. Las asambleas seguían la misma pauta en el horario y, si bien se llevaban a cabo en un local fijo, este estaba ubicado en la avenida central del distrito, lo que facilitó la presencia de vecinos de la zona este y oeste. De otro lado, todos por su sola condición de vecinos tenían derecho a participar con voz y voto, lo que permitió que Salvemos Barranco se constituyera como un espacio de participación y ejercicio ciudadano, que también alcanzó un nivel propositivo.

En un espacio de participación alternativo como Salvemos Barranco la estructura de las reuniones era más flexible, de tal modo que los vecinos podían añadir puntos a la agenda, al inicio de la sesión. Así mismo la reunión era moderada por uno de los vecinos, previa

aprobación de los presentes, y se trataba de un cargo rotativo importante que facilitaba el proceso de toma de decisiones.

Salvemos Barranco fue un espacio alternativo de participación que promovió las relaciones horizontales, que son características del tipo de comunicación relacional, no solo a través del ejercicio de voz y voto por el hecho de ser vecino, sino porque además la disposición física de las reuniones reforzaba el mensaje. Los vecinos se organizaban alrededor de un círculo y se ubicaban en el mismo nivel del moderador, lo que facilitaba el contacto visual, promovía el diálogo y legitimaba la opinión de todos los interlocutores al ponerlos en igualdad de condiciones. En ese sentido, puede afirmarse que Salvemos Barranco, con una comunicación relacional, fue ejerciendo cada uno de los niveles participación de la escalera de la participación (información, consulta, planificación conjunta, toma de decisiones y empoderamiento).

Sin embargo, los hechos demuestran que el tipo de comunicación relacional que caracterizó al movimiento vecinal no pudo evitar que este se fragmentara. El potencial de la comunicación relacional fue palpable en la comunicación externa, lo que logró una amplia convocatoria a nivel vecinal que se sostuvo durante meses. Pero, a nivel interno, la comunicación relacional no tuvo la misma resonancia y no se crearon condiciones para el aprendizaje organizacional ni la institucionalización de las lecciones aprendidas, ante la urgencia (y demanda interna) de reaccionar siempre a la coyuntura.

Las estrategias y recursos comunicacionales para promover la participación ciudadana en torno al tema del Metropolitano

El análisis de los resultados permite afirmar que, si bien la Municipalidad de Barranco y los vecinos de Salvemos Barranco produjeron diversos recursos comunicacionales, estos no estuvieron alineados a una estrategia. La ausencia de estrategia en Salvemos Barranco fue consecuencia de la idea extendida entre los vecinos que lo que hacía atractiva la participación en el movimiento era, precisamente, lo espontáneo, lo no planificado, lo no burocrático. En el caso de la Municipalidad de Barranco, no hay una explicación propia

respecto de la ausencia de una estrategia, dado que la producción de recursos comunicacionales secundó básicamente la pauta marcada por Salvemos Barranco.

- **La ausencia de una estrategia comunicacional le restó fuerza y coherencia a los recursos comunicacionales**

En el caso estudiado, básicamente se tuvo una serie de elementos que pudieron conformar una estrategia comunicacional pero que, al no estar alineados bajo una, perdieron fuerza e incluso coherencia. Así por ejemplo, los vecinos de Salvemos Barranco expresaron que el objetivo comunicacional de sus recursos fue la movilización y sensibilización de la población, y luego reconocieron la importancia de sentar posición concretándola con la elaboración de la propuesta técnica. Sin embargo, le dieron escasa importancia a la difusión de información sobre lo que estaba ocurriendo, aún cuando ello era clave para que un vecino optara o no por participar.

La Municipalidad de Barranco, en cambio, tuvo como objetivo el marcar una posición y lo hizo en base a la autodefensa de la gestión de turno. El respaldo de los vecinos no fue un eje transversal a su discurso y el apoyo a la propuesta técnica de Salvemos Barranco fue tardío.

Sin una estrategia, a pesar de que aparentemente el mensaje central era uno -el replanteamiento del proyecto del Corredor Vial Metropolitano, para que no perjudicara la calidad de vida de los barranquinos ni afectara la mejora del transporte de la ciudad-, éste no fue expresado con tal claridad a los vecinos ni a los medios. Por el contrario, los recursos comunicacionales iniciales de Salvemos Barranco parecían advertir una posición de oposición a la construcción del Metropolitano, con lo que fue fácil que la Municipalidad de Lima luego argumentara que la lucha de los barranquinos era individualista y no tomaba en consideración los beneficios de la obra para los limeños y todo Lima. Y aunque luego se generaron otros mensajes más claros respecto de la posición del movimiento, estos fueron variados y, si bien no llegaron a oponerse, tampoco reforzaron el mensaje central y terminaron expresando la división del movimiento vecinal.

En cuanto a la claridad de los mensajes de la Municipalidad de Barranco, es evidente que la institución sí mantuvo mayor unidad en su campaña pública “ASI NO...Sr Castañeda”, pero el mensaje fue difundido tardíamente, casi un año después de la aparición pública de Salvemos Barranco, por lo que su nivel de incidencia fue casi nulo.

El establecimiento de una estrategia comunicacional también conduce a la definición de un público al que se dirigen las actividades y recursos. En el caso de Salvemos Barranco, el público estuvo conformado por los vecinos de Barranco y a la Municipalidad de Lima, pero esta segmentación no fue evidente en los recursos comunicacionales que, por el contrario, iban dirigidos a todos. La Municipalidad de Barranco tampoco segmentó sus públicos y la principal diferencia con respecto al movimiento vecinal, fue la formalidad con la que se dirigió a los vecinos y el alcalde de Lima.

Al respecto, es interesante notar que en ambos casos hubo una personificación de la institución municipal metropolitana. Los recursos apelaban directamente al alcalde Castañeda, era él el responsable de los problemas que el Metropolitano estaba trayendo al distrito y ante su resistencia a instalar la mesa de diálogo, adquiere la connotación de una autoridad prepotente y poco transparente.

La personificación de la institución municipal, si bien es parte de la cultura política de nuestra ciudad, le resta fuerza a las funciones y razón de ser de la municipalidad, y reduce su accionar a la voluntad del alcalde de turno. De ahí que sea común la percepción de desconfianza que los ciudadanos tienen ante sus autoridades y que es especialmente palpable en los periodos electorales, cuando recalcan que todos los candidatos prometen cosas que no cumplen, o cuando argumentan que vale que un alcalde sea reelecto porque “roba, pero hace obras”. Y aunque esta percepción de roles, de la municipalidad autoritaria y los vecinos agraviados, a veces corresponde a lo que sucede en la realidad, lo cierto es que no motiva el ejercicio de la ciudadanía que presupone una relación dialogante y propositiva entre ambos actores, en base al reconocimiento del poder ciudadano que ha sido delegado a la autoridad y que también supone la responsabilidad de apoyarla más allá del ejercicio fiscalizador. Sin embargo, la desconfianza que los ciudadanos manifiestan hacia

sus autoridades, es precisamente uno de los factores que los lleva a organizarse para participar y autorepresentarse, contrariamente a lo que propone el sistema político.

- **Salvemos Barranco priorizó los recursos en formato digital y les dio un correlato impreso para convocar a eventos, estableciendo espacios de comunicación directa.**

En cuanto a los recursos comunicacionales empleados por Salvemos Barranco, predominaron básicamente los recursos digitales (página web, blog, videos, flyers difundidos a través de correos electrónicos), que también tuvieron un correlato en impresos de difusión (volantes y afiches). Esto no solo permitió ampliar la convocatoria a las movilizaciones y demás reuniones, sino que fue la manera de mantener el contacto con los vecinos. Indudablemente, el manejo de las herramientas digitales fue producto de la familiaridad que tenía el equipo núcleo de Salvemos Barranco con este tipo de soporte, por el uso que le daban diariamente en sus actividades laborales o estudiantiles; así como por el costo, casi nulo, que los recursos digitales suponen.

- **La Municipalidad de Barranco priorizó el uso de recursos impresos, en lugar de lo digital y el fomento de espacios de comunicación directa.**

La Municipalidad de Barranco priorizó, en cambio, el uso de impresos de difusión (volantes y boletines), alguno de los cuales se colocaron también en el sitio web institucional. Sin embargo fueron pocos los espacios, digitales o presenciales, que alentaron una interacción directa con los vecinos. En efecto, a diferencia de Salvemos Barranco, que organizó marchas y plantones acompañados de recursos de movilización (pancartas y banderolas) con mensajes bastante irónicos pero creativos; la Municipalidad de Barranco privilegió la difusión masiva de los volantes y boletines, que fueron entregados por mensajeros contratados.

- **Los recursos de Salvemos Barranco fueron efectivos para movilizar a los vecinos, pero no lograron sensibilizar a la mayoría de barranquinos.**

Ahora bien, para explorar la efectividad de los recursos comunicacionales es preciso recordar los objetivos comunicacionales que persiguió Salvemos Barranco y la Municipalidad de Barranco. El primero, tuvo por objetivo movilizar y sensibilizar a la

población, y a través de los recursos sí se logró incitar a la movilización, lo que fue evidente en la concurrencia de 2000 de vecinos en las marchas, el rebote mediático que estas tuvieron, además de la asistencia de casi 200 vecinos en algunas asambleas. Sin embargo, aunque la movilización implicó cierto grado de sensibilización con lo que estaba ocurriendo, la poca atención al componente informativo no permite suponer que Salvemos Barranco llegó a sensibilizar a muchos vecinos, más allá de los que siempre acompañaron el movimiento.

- **Los recursos de la Municipalidad de Barranco buscaron sentar posición a través de un discurso de autodefensa de la gestión de turno.**

La Municipalidad de Barranco, en cambio, buscó sentar posición a través de sus recursos comunicacionales, reiterando en los mensajes de sus volantes y boletines que los problemas ocasionados por el Metropolitano eran responsabilidad del anterior alcalde distrital y del alcalde Castañeda. Entonces, se puede inferir que la Municipalidad de Barranco sentó posición a partir de un discurso con tono defensivo, que buscó legitimarse con el respaldo tardío a la propuesta técnica elaborada por Salvemos Barranco; es decir, no fue una posición propositiva sino más bien de autodefensa.

El tipo de comunicación que reforzó los recursos comunicacionales

Ahora bien, el tipo de comunicación relacional establecido por Salvemos Barranco fue reforzado por el uso que el movimiento vecinal le dio a los recursos comunicacionales. Salvemos Barranco procuró establecer una comunicación relacional con los vecinos, usando los recursos comunicacionales como herramientas de apoyo, para convocarlos a manifestarse frente a la manera como el Metropolitano estaba afectando la vida en el distrito. Los productos comunicacionales no reemplazaron el contacto interpersonal, sino que lo motivaron (a través de la entrega personal) y apoyaron el discurso con un soporte físico.

De otro lado, se puede afirmar que la Municipalidad de Barranco hizo un uso propagandístico de los recursos de comunicación, porque no buscó informar a los vecinos

sobre lo que estaba ocurriendo ni establecer un diálogo, sino que pretendía convencerlos de que la gestión del alcalde de turno no tenía mayor responsabilidad frente a los problemas ocasionados por el Metropolitano.

El rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana

El análisis de los espacios de participación y de los recursos comunicacionales, empleados para promover la participación ciudadana en el distrito de Barranco, apoyan la hipótesis principal de esta tesis: el rol o función de la comunicación en los procesos de participación ciudadana es de facilitación.

En términos de la Real Academia de la Lengua Española, facilitar supone “hacer posible la consecución de un fin”. En esta investigación el fin corresponde a lograr una auténtica participación del ciudadano. Facilitar la participación ciudadana es, entonces, promover el interés de los ciudadanos en los asuntos de su ciudad, impulsarlos a que participen de las decisiones públicas, motivarlos a identificar los problemas que los afectan para crear soluciones conjuntas que les permita una mejor convivencia.

El rol facilitador de la comunicación recalca que, aunque la comunicación posibilita la participación ciudadana, es solo una de la diversidad de condiciones que garantizan el diálogo horizontal, el debate, el proceso de decisión conjunta y negociación de intereses entre ciudadanos y autoridades. Como se mencionó previamente, se requiere voluntad política para ceder poder, para invertir en procesos que no dan resultados tangibles de inmediato, pero que sí legitiman las decisiones y generan mayor adhesión hacia los compromisos adquiridos. Así mismo, se necesita voluntad ciudadana para involucrarse en los asuntos de su comunidad y trabajar en el fortalecimiento organizacional de las iniciativas vecinales, para capitalizar los aprendizajes e institucionalizar la acción participativa.

Si la comunicación cumple un rol de facilitación en los procesos de participación ciudadana, los comunicadores debemos reconocernos, formarnos y ejercitarnos como facilitadores; y hacer uso de los recursos comunicacionales (impresos, digitales o de

movilización) como herramientas que fortalecen y motivan los procesos participativos con creatividad, pero que por sí solas no los garantizan.

Un comunicador que facilita un proceso de participación ciudadana, estimula a que los ciudadanos planteen la solución a sus problemas, considerando su experiencia como un valioso insumo para ello. El comunicador facilitador impulsa la definición de objetivos y metas que orientan la acción ciudadana, modera los procesos de toma de decisión y los hace visuales, a la vez que promueve la valoración y evaluación del proceso, más allá de los productos o resultados. También está dentro de su campo de acción, el reconocer que todo espacio de participación debe ser un espacio de comunicación y lo hace efectivo.

En ese sentido, retomando la caracterización de Toni Puig (2003) del comunicador que promueve una relación cómplice con los ciudadanos; un comunicador que facilita los procesos participativos tiene que ser receptivo, saber escuchar, tiene que ser como una “esponja” que observa y es sensible a las motivaciones, experiencias e inquietudes de los participantes. Es un comunicador flexible porque reconoce que facilitar no es dirigir y, en cambio, se ejercita en aprender a responder creativa y rápidamente ante aquello que no controla.

El reconocimiento del rol facilitador de la comunicación en los procesos de participación ciudadana permite percibir, como una oportunidad de inter-aprendizaje, la tensión que existe entre lo institucional normado y las necesidades ciudadanas. En el caso de estudio abordado, Salvemos Barranco surgió como un espacio de participación alternativo ante la escasa o lenta atención que se le dio a un problema que tocaba el interés inmediato de los vecinos, en los espacios de participación institucionalizados por ley. A diferencia de estos últimos que se pierden en lo administrativo, los espacios alternativos de participación se muestran más receptivos a nuevas ideas y proceden con espontaneidad, por lo que suscitan de manera más fácil la atención y adhesión de la gente.

Sin embargo, así como lo institucional debe ajustarse de tal modo que pueda canalizar las demandas ciudadanas, los espacios alternativos de participación también deben aprender

que la institucionalidad es clave para hacer sostenible ese ímpetu inicial por participar y que ello no supone necesariamente la supresión del disfrute de lo espontáneo. Se busca, entonces, una participación afectiva (que implique) pero efectiva (es decir, responsable).

Los hechos demuestran que la ausencia de una estructura organizacional y un liderazgo claro hizo que Salvemos Barranco se debilitara ante las distintas visiones de trabajo, los celos personales y la urgencia a responder a la coyuntura. Lo cierto es que, aún cuando Salvemos Barranco no logró consolidarse como un movimiento vecinal, sí despertó el interés de algunos vecinos en participar en los asuntos del distrito para detener su deterioro y construir un espacio de feliz convivencia.



BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Luis Enrique

2006

Aproximaciones a la participación ciudadana en la región andina: el caso peruano. Lima: CAJ.

ALFARO, Rosa María.

2003

Ciudadan@as “de a de veras”. Una propuesta de vigilancia de la gestión pública desde un enfoque comunicacional. Lima: Calandria.

ARMAS, Segundo.

1995

Imaginándonos el futuro: la comunicación como estrategia para el desarrollo. Lima: ILLA, Centro de Comunicación y Desarrollo. Pp. XVIII- XVI.

ARROYO, Juan

2005

Desafíos de la democracia participativa local en la descentralización: una lectura a partir de doce experiencias. Lima: CARE Perú: Ministerio Británico para el Desarrollo Internacional.

BESSETTE, Guy

2008

“La comunicación participativa para el desarrollo” En GUMUCIO, Alfonso y TUFLE, Thomas. *Antología de la comunicación para el cambio social.* La Paz: Editorial Plural.

CARRION, Fernando y WOLLRAD, Dörte.

1999

La ciudad escenario de comunicación. Ecuador: FLACSO.

CNR

2007

Haciendo oír nuestras voces. Manual para hacer incidencia política y pública. Lima: CNR.

CONTRERAS, Adalid.

1999

“Una comunicación con altura: una estrategia de comunicación para la ciudad de La Paz”. En CARRIÓN, Fernando y WOLLRAD, Dörte. *La ciudad, escenario de comunicación.* Ecuador: FLACSO

CORTÁZAR, Juan Carlos

2003

La viabilidad de las prácticas de participación ciudadana en la gestión municipal : el caso del presupuesto participativo de Villa El Salvador (Perú, 2000-2002). Washington: BID-INDES.

DIAZ, Javier.

2006

Espacios ciudadanos: experiencias de participación en la gestión concertada para el desarrollo local y regional. Lima: Escuela para el desarrollo.

ESPINOZA, Pablo

2007

“Comunicación, ciudadanía y valores” En: *Páginas*. Vol.32, no. 208
Pp. 100- 103

FAO

2006

Participación y comunicación en el esquema del Ordenamiento Territorial Rural. Chile: FAO-RLC.

FERRY, Jean-Marc y WOLTON, Dominique

1998

El nuevo espacio público. Barcelona: Editorial Gedisa.

GORELICK, Adrián

2008

“Ciudad” En ALTAMIRANO, Carlos. *Términos críticos de sociología de la cultura*. Argentina: Paidós.

GROMPONE, Romeo.

2005.

Posibilidades y límites de algunas experiencias de promoción de la participación ciudadana en el Perú. En: *Participación ciudadana y democracia perspectivas críticas y análisis de experiencias locales*. Editor: Patricia Zárate. Lima: IEP.

GUMUCIO , Alfonso y TUFLE, Thomas.

2008

Antología de la comunicación para el cambio social. La Paz:
Editorial Plural.

IZURIETA, Roberto.

2003

Estrategias de comunicación para gobiernos. Buenos Aires: La
Crujía.

LÓPEZ, Sinesio.

1997

*Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapa
de la ciudadanía en el Perú.* Lima: Instituto de Diálogo y Propuestas.

MACPHERSON, CB.

1982

La democracia liberal y su época. Madrid: Alianza.

MANRIQUE, Nelson

2006

“Democracia y Nación: la promesa pendiente”

En: *La Democracia en el Perú: proceso histórico y agenda
pendiente.* Lima, PNUD: Pp 17-49.

MILLÁN, Armando José

2007

*Sumando esfuerzos 2005: 10 experiencias de participación
ciudadana en la gestión local.* Lima: Red para el Desarrollo de las
Ciencias Sociales en el Perú.

MOCKUS, Antanas

1999

“Comunicación intensificada y cultura ciudadana: caso Bogotá” En:
CARRIÓN, Fernando y WOLLRAD, Dörte. *La ciudad, escenario de
comunicación*. Ecuador: FLACSO.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE BARRANCO

2008

Barranco luz. Lima: 4Heads Multimedia

MURAKAMI, Yusuke.

2007

*Perú en la era del chino: la política no institucionalizada y el pueblo
en busca de un salvador* Lima : IEP ; Kyoto : Center for Integrated
Area Studies,

ONPE

2004

Participación ciudadana y partidos políticos. Lima: ONPE

PANFICHI, Aldo.

2007

*Participación ciudadana en el Perú: disputas, confluencias y
tensiones*. Lima: PUCP. Fondo Editorial.

PUIG, Toni

2003

La comunicación municipal, cómplice con los ciudadanos.
Barcelona: Paidós.

QUIROGA, Hugo

2008

“Déficit de ciudadanía y transformaciones del espacio público” En:
FERNANDEZ, Arturo. *La democracia en América Latina : partidos políticos y movimientos sociales*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones

REMY, María Isabel

2005

Sociedad civil, participación ciudadana y desarrollo.

Lima : [s.n.]

REVISTA CUESTIÓN

DE ESTADO

2007

“El itinerario de la ciudadanía: entrevista a Sinesio López”
En: *Cuestión de Estado*. No.20. Pp 4-8.

TANAKA, Martín.

2000

Valores democráticos y participación ciudadana en el Perú.

Lima: IEP.

VELÁSQUEZ, Fabio

2003

¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia?
Bogotá: Fundación Corona.

YUDICE, George

2002

El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global.

Barcelona : Gedisa

WOLTON, Dominique

2006

Salvemos la comunicación: aldea global y cultura. Una defensa de los valores democráticos y la cohabitación mundial. Barcelona: Gedisa.

Enlaces de Internet:

BARRANCO COMO VAMOS.

(2009)

Pronunciamento a la comunidad barranquina. Consulta: 05/10/09.

En<<http://sosbarranco.blogspot.com/2009/09/barranco-como-vamos.html>>

CATALÁ, María.

(2000)

“La participación y comunicación: discurso publicitario actual”, [en línea] Consulta: 06/07/09

<<http://www.5campus.org/leccion/particom>>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

(s/f)

“Reseña Histórica de la Dirección de la Dirección de Participación Ciudadana”. Consulta: 02/07/09

<http://www.congreso.gob.pe/participa/hist_participa.htm>

DIRECCIÓN NACIONAL DE PARTICIPACIÓN Y SEGURIDAD CIUDADANA

(s/f)

“Nosotros” Consulta: 03/07/09

<<http://www.pnp.gob.pe/direcciones/dirpasec/nosotros.html>>

FAO

(s/f)

Escalera de participación. Traducción propia. Consulta: 07/02/10

<http://www.fao.org/participation/english_web_new/content_en/degree.html>

INSTITUTO DE ARTE CONTEMPORÁNEO

2008

Hacia la culminación de un proyecto para todos. Consulta: 04/06/09

<www.mac-lima.org.pe>

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DEL PERÚ

2006

Avances sobre el presupuesto participativo. Consulta: 06/03/09

<www.mef.gob.pe/DNPP/documentos/5p_PPparticipativoenelperu.pdf>

MIRALLES, Ana María.

2001

Comunicación para el desarrollo urbano. Consulta: 28/09/09

<<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/documentos%209-4.htm>>

Videgrabaciones

A LA VUELTA DE ESQUINA

2009

Barranco. [videgrabación]. Lima: Plus TV. Consulta: 06/07/09

<http://www.youtube.com/watch?v=islsigL96bg>

COMPARTIENDO IDEAS

2009.

Salvemos Barranco. [videgrabación] Lima: Radio San Borja.

Consulta: 06/07/09 < <http://www.youtube.com/watch?v=NBkg-TeZHRw> >

LA VENTANA INDISCRETA

2006

Barranco vende sus playas [videgrabación] Lima: Frecuencia Latina. Consulta: 06/07/09

<<http://www.youtube.com/watch?v=cD5ooE5JHrw>>



ANEXOS

Anexo 1. Guía de observación

Objetivos:

1. Describir el tipo de comunicación que establecen la Municipalidad y los vecinos de Barranco al interior de los espacios de participación institucionalizados por ley.
2. Determinar cómo el tipo de comunicación que establecen la Municipalidad y los vecinos en estos espacios, condiciona la toma de decisiones a favor de la Municipalidad

Información general:

Espacio observado:

(Concejo Municipal. Concejo de Coordinación Local, Sesión de Juntas Vecinales)

Lugar:

(Precisar si es un salón de la municipalidad, una oficina municipal, la casa de un vecino, etc).

Modo de convocatoria:

(Indicar tiempo de anticipación, soporte o medio)

Fecha de observación: _____ Hora de inicio: _____ Hora de fin _____

Participantes

- **Cantidad de participantes**
- **Caracterización:** género, edad, lugar de residencia, pertenencia a una organización o movimiento vecinal, cargo.
- **Rol en la discusión:** observador, tienen voz (opinión no vinculante), tienen voz y voto (opinión vinculante), otros (moderador, secretario de actas).
- **Disposición en el espacio:** disposición de las sillas, ubicación de los actores, verificar si ésta refuerza las jerarquías de poder.

Relación entre los actores en estos espacios: la discusión

- **Tema e ideas claves de la discusión:** verificar si corresponden a los de la agenda de convocatoria, evaluar cuáles son de mayor interés para la municipalidad y para los vecinos.
- **La dinámica:** indicar si hay un espacio para la presentación de cada actor, detallar tiempos designados para tratar cada tema, tiempo total para la intervención de las autoridades y tiempo total otorgado a los vecinos, describir el proceso de toma de decisiones.
- **Tipo de lenguaje empleado por cada actor:** formal, técnico, confuso, incomprensible, informal, sencillo, claro, directo.
- **Tono de las intervenciones de cada actor:** informativo, irónico, defensivo, de protesta, propositivo, festivo, crítico, interrogativo, aclaratorio.
- **Referencia a medios o recursos comunicacionales:** identificar, precisar el autor, describir impacto de la pieza comunicacional a partir de los comentarios de los asistentes.
- **Alusión y calificación a una autoridad, líder o movimiento vecinal:** identificar y detallar cómo los participantes se refieren a esta(s) persona(s), precisar tipo de relación/vínculo entre los participantes, la persona aludida y el problema; detallar tono comunicacional con el que cada actor se refiere al otro.
- **Puntos de acuerdo y desacuerdo en la discusión:** identificar la(s) posición(es) de cada actor con respecto a los temas en discusión.
- **Conclusión de la discusión:** descripción, precisar si favorece a los vecinos o a la Municipalidad.

Anexo 2. Guías de entrevista

Guía de entrevista sobre los espacios de participación institucionalizados por ley (para los vecinos)

Objetivos:

1. Describir el tipo de comunicación que establecen la Municipalidad y los vecinos de Barranco al interior de los espacios de participación institucionalizados por ley.
2. Determinar cómo el tipo de comunicación que establecen la Municipalidad y los vecinos en estos espacios, condiciona la toma de decisiones a favor de la Municipalidad

Información general

Nombre del entrevistado: _____

Lugar de la entrevista: _____

Fecha: _____ Hora de inicio: _____ Hora de fin _____

Presentación y explicación de los objetivos de la entrevista

Preguntas introductorias

- ¿Hace cuánto tiempo vive en Barranco? ¿Cómo se animó a vivir aquí?
- ¿Siente que Barranco ha cambiado en este tiempo? ¿A qué atribuye estos cambios?

Desarrollo de la entrevista

➔ Sobre los espacios de participación

Precisamente para tratar estos temas, los vecinos y autoridades acuden a los espacios de participación que son creados por ley. Al respecto:

- ¿Qué espacios de participación conoce? ¿Ha asistido a alguno? ¿A cuál? ¿Por qué?
- ¿Qué objetivo tiene cada espacio de participación? (Es decir, para qué sirve cada uno, cuál es su finalidad)
- ¿Cómo es la convocatoria para participar de estos espacios? ¿Esta estrategia de convocatoria alienta una mayor presencia de vecinos o no?
- Sobre la dinámica de estos espacios, ¿cuánto tiempo dura cada sesión? ¿Hay un estructura preestablecida a seguir?, ¿Cuáles son las principales reglas de moderación?

- ¿Dónde se realizan, por lo general, las sesiones de estos espacios de participación?
¿Cree que el lugar es accesible para todos los vecinos del distrito?

➔ *Sobre los participantes*

- En general, ¿cuántas personas suelen participar en estos espacios?
- Estos participantes, ¿qué edad(es) tienen?, ¿Son mayoritariamente hombres o mujeres?, ¿En qué zona del distrito viven?, ¿Pertenece a una organización o movimiento vecinal?, ¿Qué cargo tienen?
- ¿Todos los participantes tienen voz y voto? ¿Quiénes sí tienen una opinión vinculante y quiénes no? ¿Por qué?
- ¿Cuáles cree que son las motivaciones que llevan al vecino a participar en estos espacios? ¿Y cuáles son los principales problemas y dificultades que enfrenta?
- De otro lado, ¿cuáles cree que son las motivaciones que tiene la Municipalidad para convocar a estos espacios? ¿Qué factores pueden dificultar esta labor?
- Entonces, ¿qué puede hacer la Municipalidad para alentar la participación en estos espacios?

➔ *Sobre los temas de discusión*

- ¿Qué temas se suelen discutir en cada espacio?
- ¿Se ha abordado el problema del Metropolitano en ellos? ¿Con qué tono? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *Informativo, defensivo, de protesta, de rendición de cuentas, propositivo, crítico, interrogativo o aclarativo. Precisar si el tono varía en función del actor*).
- En esta discusión, ¿se ha mencionado a alguna autoridad, líder vecinal o vecino de a pie? ¿Qué se ha dicho sobre esta persona? ¿Por qué cree que se tiene esta percepción sobre ella?
- ¿Recuerda que hayan mencionado algo sobre los paneles, trípticos o volantes usados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco? ¿Qué se ha dicho? ¿Han tenido una buena acogida o no?
- En estos espacios de participación, ¿cómo considera que es el lenguaje empleado por las autoridades? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: sencillo, confuso, claro, técnico, formal, informal)
- En este sentido ¿cree que se puede llegar al consenso a través de estos mecanismos de participación? ¿Por qué?
- Finalmente, ¿el esquema y reglas para moderar estos espacios hacen que las decisiones tomadas favorezcan a alguna de las partes? ¿A quién(es) favorece(n)? ¿Por qué opina esto?

Cierre y espacio para otros comentarios del entrevistado

Guía de entrevista sobre los espacios de participación institucionalizados por ley (para las autoridades)

Objetivos:

1. Describir el tipo de comunicación que establecen la Municipalidad y los vecinos de Barranco al interior de los espacios de participación institucionalizados por ley.
2. Determinar cómo el tipo de comunicación que establecen la Municipalidad y los vecinos en estos espacios, condiciona la toma de decisiones a favor de la Municipalidad

Información general

Nombre del entrevistado: _____

Lugar de la entrevista: _____

Fecha: _____ Hora de inicio: _____ Hora de fin _____

Presentación y explicación de los objetivos de la entrevista

Preguntas introductorias

- ¿Hace cuánto tiempo vive en Barranco? ¿Cómo se animó a vivir aquí?
- ¿Siente que Barranco ha cambiado en este tiempo? ¿A qué atribuye estos cambios?

Desarrollo de la entrevista

➔ *Sobre los espacios de participación*

Precisamente para tratar estos temas, los vecinos y autoridades acuden a los espacios de participación que son creados por ley. Al respecto:

- ¿Qué espacios de participación conoce?
- ¿Qué objetivo tiene cada espacio de participación? (*Es decir, para qué sirve cada uno, cuál es su finalidad*)
- ¿Cómo es la convocatoria para participar de estos espacios? ¿Esta estrategia de convocatoria alienta una mayor presencia de vecinos o no?
- Sobre la dinámica de estos espacios, ¿cuánto tiempo dura cada sesión? ¿Hay un estructura preestablecida a seguir?, ¿Cuáles son las principales reglas de moderación?
- ¿Dónde se realizan, por lo general, las sesiones de estos espacios de participación? ¿Cree que el lugar es accesible para todos los vecinos del distrito?

➔ *Sobre los participantes*

- En general, ¿cuántas personas suelen participar en estos espacios?
- Estos participantes, ¿qué edad(es) tienen?, ¿Son mayoritariamente hombres o mujeres?, ¿En qué zona del distrito viven?, ¿Pertenece a una organización o movimiento vecinal?, ¿Qué cargo tienen?
- ¿Todos los participantes tienen voz y voto? ¿Quiénes sí tienen una opinión vinculante y quiénes no? ¿Por qué?
- ¿Cuáles cree que son las motivaciones que llevan al vecino a participar en estos espacios? ¿Y cuáles son los principales problemas y dificultades que enfrenta?
- De otro lado, ¿cuáles cree que son las motivaciones que tiene la Municipalidad para convocar a estos espacios? ¿Qué factores pueden dificultar esta labor?
- Entonces, ¿qué puede hacer la Municipalidad para alentar la participación en estos espacios?

➔ *Sobre los temas de discusión*

- ¿Qué temas se suelen discutir en cada espacio?
- ¿Se ha abordado el problema del Metropolitano en ellos? ¿Con qué tono? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *Informativo, defensivo, de protesta, de rendición de cuentas, propositivo, crítico, interrogativo o aclaratorio. Precisar si el tono varía en función del actor*).
- En esta discusión, ¿se ha mencionado a alguna autoridad, líder vecinal o vecino de a pie? ¿Qué se ha dicho sobre esta persona? ¿Por qué cree que se tiene esta percepción sobre ella?
- ¿Recuerda que hayan mencionado algo sobre los paneles, trípticos o volantes usados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco? ¿Qué se ha dicho? ¿Han tenido una buena acogida o no?
- ¿Cómo cree que es el lenguaje que usan los vecinos? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: sencillo, confuso, claro, técnico, formal, informal)
- En este sentido ¿cree que se puede llegar al consenso a través de estos mecanismos de participación? ¿Por qué?
- Finalmente, ¿el esquema y reglas para moderar estos espacios hacen que las decisiones tomadas favorezcan a alguna de las partes? ¿A quién(es) favorece(n)? ¿Por qué opina esto?

Cierre y espacio para otros comentarios del entrevistado

Muchas gracias por su tiempo y por toda la información brindada. ¿Desearía agregar algo más?

Guía de entrevista sobre las estrategias y recursos comunicacionales para promover la participación ciudadana (para vecinos)

Objetivos:

1. Identificar las estrategias y recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco.
2. Determinar su efectividad en la promoción de la participación ciudadana.
3. Determinar la imagen que la Municipalidad tiene sobre el vecino de Salvemos Barranco y la que estos tienen sobre su Municipalidad.

Información general

Nombre del entrevistado: _____

Lugar de la entrevista: _____

Fecha: _____ Hora de inicio: _____ Hora de fin _____

Presentación y explicación de los objetivos de la entrevista

Preguntas introductorias

- ¿Hace cuánto tiempo vive en Barranco? ¿Cómo se animó a vivir aquí?
- ¿Siente que Barranco ha cambiado en este tiempo? ¿A qué atribuye estos cambios?

➔ Sobre la participación ciudadana en el debate del Metropolitano

Uno de los principales problemas que enfrenta Barranco actualmente es el tráfico, la bulla, el deterioro de pistas, la contaminación e inseguridad vial, que ha traído consigo la construcción del corredor vial Metropolitano. Al respecto:

- ¿Por qué cree que este problema ha tenido tanto protagonismo entre los vecinos y autoridades, a diferencia de lo que pasó con la privatización de las playas y la concesión de la lagunita?
- ¿Qué motivó la participación activa de varios vecinos en el movimiento “Salvemos Barranco”? ¿Qué puede haber desalentado la participación de otros vecinos?
- ¿Por qué cree que la Municipalidad de Barranco decidió apoyar la causa después de las primeras marchas?
- ¿Qué balance haría sobre la efectividad de las acciones de “Salvemos Barranco”?

➔Sobre las estrategias y recursos comunicacionales para alentar la participación ciudadana

Una de las principales premisas de mi tesis plantea que las estrategias de comunicación pueden contribuir a alentar la participación ciudadana en los asuntos locales. En este sentido,

- En ese sentido, ¿qué estrategia empleó Salvemos Barranco para promover la participación ciudadana en torno al tema del Metropolitano?
- ¿Qué quería comunicar Salvemos Barranco?
- ¿A quiénes dirigía su mensaje?
- ¿Qué medios, soportes o recursos usó? (*Indagar si el recurso dependía del mensaje y del público*)
- ¿Cuál era el tono de sus mensajes? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *informativo, defensivo, rendición de cuentas, propositivo, protesta, irónico, festivo, crítico, interrogativo, aclaratorio*).
- ¿Qué se quería lograr con estos mensajes? Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *sensibilizar a la población, informar, convocar a un evento, sentar posición, rendir cuentas*). ¿Este objetivo se alcanzó? ¿De qué manera?
- En general, ¿considera que la estrategia y los recursos fueron efectivos, es decir, lograron que más vecinos participen en los asuntos públicos? ¿Por qué?

➔Sobre la imagen que cada uno de estos actores tiene sobre el otro

Otra de las hipótesis de mi tesis plantea que el tipo de comunicación que se establece entre la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco, revela la imagen que cada uno de estos actores tiene sobre el otro y que es preciso conocerla para entender cómo se vive y ejerce la participación ciudadana en el distrito.

- En función a esto, por ejemplo, ¿cómo Salvemos Barranco denomina a la Municipalidad en sus comunicados, paneles, volantes y demás recursos? ¿Con qué palabra se dirige al vecino?
- ¿Podría definirme en sus propias palabras a la Municipalidad de Barranco?(precisar características)
- ¿Qué idea u imagen tiene Salvemos Barranco de su Municipalidad cuando elabora la estrategia de comunicación y los recursos comunicacionales?
- ¿Cuál es la característica más resaltante de la Municipalidad? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *un espacio burocrático, entidad que cobra por todo, espacio de participación, una instancia de gobierno autoritario*)

Cierre y espacio para otros comentarios del entrevistado Muchas gracias por su tiempo y por toda la información brindada. ¿Desearía agregar algo más?

Guía de entrevista sobre las estrategias y recursos comunicacionales para promover la participación ciudadana (para las autoridades)

Objetivos:

4. Identificar las estrategias y recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco.
5. Determinar su efectividad en la promoción de la participación ciudadana.
6. Determinar la imagen que la Municipalidad tiene sobre el vecino de Salvemos Barranco y la que estos tienen sobre su Municipalidad.

Información general

Nombre del entrevistado: _____

Lugar de la entrevista: _____

Fecha: _____ Hora de inicio: _____ Hora de fin _____

Presentación y explicación de los objetivos de la entrevista

Preguntas introductorias

- ¿Hace cuánto tiempo vive en Barranco? ¿Cómo se animó a vivir aquí?
- ¿Siente que Barranco ha cambiado en este tiempo? ¿A qué atribuye estos cambios?

➔ Sobre la participación ciudadana en el debate del Metropolitano

Uno de los principales problemas que enfrenta Barranco actualmente es el tráfico, la bulla, el deterioro de pistas, la contaminación e inseguridad vial, que ha traído consigo la construcción del corredor vial Metropolitano. Al respecto:

- ¿Por qué cree que este problema ha tenido tanto protagonismo entre los vecinos y autoridades, a diferencia de lo que pasó con la privatización de las playas y la concesión de la lagunita?
- ¿Qué motivó la participación activa de varios vecinos en el movimiento “Salvemos Barranco”? ¿Qué puede haber desalentado la participación de otros vecinos?
- ¿Por qué cree que la Municipalidad de Barranco decidió apoyar la causa después de las primeras marchas?
- ¿Qué balance haría sobre la efectividad de las acciones de “Salvemos Barranco”?

➔ ***Sobre las estrategias y recursos comunicacionales para alentar la participación ciudadana***

Una de las principales premisas de mi tesis plantea que las estrategias de comunicación pueden contribuir a alentar la participación ciudadana en los asuntos locales. En este sentido,

- ¿Qué estrategia tiene la Municipalidad para promover la participación ciudadana en el distrito?
- ¿Qué medios o formas de comunicación usa la Municipalidad para dirigirse a los vecinos?
- ¿Considera estos son efectivos, es decir, logran que más vecinos participen en los asuntos públicos? ¿Por qué?
- Con respecto al problema del Metropolitano:
 - ¿Qué quería comunicar la Municipalidad?
 - ¿A quiénes dirigía su mensaje?
 - ¿Qué medios, soportes o recursos usó? (*Indagar si el recurso dependía del mensaje y del público*)
 - ¿Cuál era el tono de sus mensajes? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *Informativo, defensivo, rendición de cuentas, propositivo, protesta, irónico, festivo, crítico, interrogativo, aclaratorio*)
 - ¿Qué se quería lograr con estos mensajes? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *sensibilizar a la población, informar, convocar a un evento, sentar posición, rendir cuentas*). ¿Este objetivo se alcanzó? ¿De qué manera?

➔ ***Sobre la imagen que cada uno de estos actores tiene sobre el otro***

Otra de las hipótesis de mi tesis plantea que el tipo de comunicación que se establece entre la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco, revela la imagen que cada uno de estos actores tiene sobre el otro y que es preciso conocerla para entender cómo se vive y ejerce la participación ciudadana en el distrito.

- En función a esto, por ejemplo, ¿cómo la Municipalidad denomina al vecino en sus comunicados, paneles, volantes, web? (*Es decir cómo lo llama, qué palabra usa para dirigirse a él*).
- ¿Podría definirme en sus propias palabras al vecino de Barranco?
- ¿Cuál es el perfil del vecino en el que piensa la Municipalidad cuando elabora estos recursos? Por ejemplo, ¿qué edad(es) tienen?, ¿Son mayoritariamente hombres o mujeres?, ¿En qué zona del distrito viven?, ¿Pertenece a una organización o movimiento vecinal?
- Si el perfil del vecino es diverso, ¿hay una estrategia distinta por público?

- ¿Cuál es la característica más resaltante de este vecino? (Mostrar tarjetas con las siguientes opciones: *vecino contribuyente*, *vecino sujeto de poder*, *vecino que solo reclama*, *vecino problemático*, *vecino deudor*)

Cierre y espacio para otros comentarios del entrevistado

Muchas gracias por su tiempo y por toda la información brindada. ¿Desearía agregar algo más?



Anexo 3. Ficha de análisis de contenido para los recursos comunicacionales (impresos de difusión, recursos digitales, recursos de movilización)

Objetivos:

1. Identificar las estrategias y recursos comunicacionales utilizados por la Municipalidad y los vecinos de Salvemos Barranco.
2. Determinar su efectividad en la promoción de la participación ciudadana.
3. Determinar la imagen que la Municipalidad tiene sobre el vecino de Salvemos Barranco y la que estos tienen sobre su Municipalidad.

Tipo de recurso (impreso de difusión, recursos digitales, recursos de movilización)	
Productor del mensaje (Municipalidad de Barranco, Salvemos Barranco, vecinos de Barranco, Municipalidad de Lima-Protransporte)	
Interlocutor(es) (Municipalidad de Barranco, Salvemos Barranco, vecinos de Barranco, Municipalidad de Lima-Protransporte)	
Vocativo Término con el que el productor se dirige al interlocutor(es)	
Mensaje principal	
Identificación del rol de cada actor (agraviado, actor vulnerable, responsable, aliado)	
Mención de propuestas	
Tono del mensaje (informativo, irónico, defensivo, de protesta, propositivo, festivo, crítico, interrogativo, aclaratorio)	

Intención del mensaje (Sensibilizar a la población, informar, convocar a un evento, sentar posición, rendir cuentas)	
Tipo de lenguaje (Sencillo, claro, técnico, confuso, informal, formal)	
Slogan (Idea fuerza)	
Imágenes	
Colores y línea gráfica	
Información de contacto (Datos de la web, correo, teléfono o dirección a la cual responder)	
Observaciones	

Anexo 4. Ejemplos de impresos de difusión



Nota: Flyer recibido por correo electrónico, el día 27 de enero de 2009.



Nota: Flyer recibido por correo electrónico, el día 25 de marzo de 2009.

Anexo 5. Ejemplos de recursos digitales

METROPOLITANO, EN BUSCA DE SOLUCIONES PRIMER TALLER DE PARTICIPACION VECINAL

El día jueves 23 de abril se llevo a cabo el primer taller de participación vecinal denominado "Metropolitano en busca de soluciones".

Bajo la premisa de que la opinión de cada barranquino cuenta, este evento, primero de una serie de tres, ha buscado recoger las opiniones de los vecinos para poder elaborar un primer diagnóstico general de la problemática distrital, la cual se ha visto agravada con la introducción del Proyecto Corredor Vial Metropolitano.



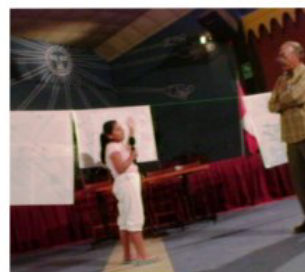
La metodología consistió en organizar a los asistentes en grupos en los que se buscó la variedad en los lugares de residencia, de manera tal que mediante el trabajo en equipo se logró caracterizar una visión plural del distrito que incluyó la representación de los lugares de importancia para cada vecino y la determinación y ubicación de los principales problemas que afectan sus expectativas de calidad de vida.

A pesar de las diferentes actitudes con las que cada uno inició el trabajo, rápidamente la dinámica de equipo logró involucrar a todos en la construcción de un objetivo en común, representar al distrito en el que todos conviven.

Dentro de un ambiente democrático, plural y de mucha concentración con el tema, cada grupo eligió a sus representantes para exponer los resultados del trabajo en el plenario. Amas de casa, profesionales, comerciantes y hasta niños, fueron los que recibieron el encargo de presentar a la concurrencia variados dibujos que contienen una valiosa información sobre la realidad de nuestro distrito.

Creemos haber cumplido con el objetivo de este primer taller ya que no solo se obtuvieron los datos buscados, sino que además se logró demostrar que mediante el diálogo, la sumatoria de visiones y los acuerdos obtenidos en base a la reflexión conjunta, se puede construir una forma de convivencia armoniosa y democrática.

Los resultados serán analizados y ordenados por la Comisión Técnica de Salvemos Barranco, para ser puestos a conocimiento de todos los vecinos en nuestra pagina web www.salvemosbarranco.com, de esta manera comienza la organización de la segunda jornada de trabajo que buscará generar propuestas técnicas para una discusión abierta.



Vecinos estén atentos a la convocatoria al segundo taller y no pierdan la oportunidad de participar de esta experiencia.

www.salvemosbaranco.com

Nota: Boletín obtenido del blog de Salvemos Barranco, consultado el 16 de octubre de 2009.

Anexo 6. Ejemplos de recursos de movilización



Nota: Fotografías tomadas por la investigadora los días 6 de agosto y 13 de mayo de 2009, respectivamente.

Anexo 7. Matrices para la sistematización de la información

Matriz para la sistematización de las entrevistas

(Ejemplo de la entrevista aplicada a José Rodríguez)

ENTREVISTADO	Percepción cambios en BCO	Participación ciudadana en debate sobre el Metropolitano	
		Protagonismo del problema	Motivación/desaliento para participar en SB
José Rodríguez	<p>Cambios para peor por mala administración.</p> <p>JR1. "El parque la lagunita o las mimosas eran espacios públicos que ahora ni son publicos y están descuidados, los monumentos también, se han perdido cosas valiosas y para mí todo eso es falta de gestión"</p>	<p>JR2. "El Metropolitano llevó el problema, de alguna manera, a la puerta de la casa de la gente. La playa la ves solo en verano y no todos van a la lagunita. En cambio el Metropolitano puso los carros afuera de la casa(...) como cambió la vida de Barranco, que era la de un pueblito, a convertirse en un mar de carros por todos lados, ya era escandaloso".</p> <p>JR3. "Hay un tema de apatía, pero creo que es por falta de información porque yo recién me enteré en Salvemos Barranco que hubo una movilización con el tema de la lagunita y en su época no me enteré (...) Mucho del desinterés de los vecinos tiene que ver con que no se les informa, falta de dirigencia, los que están a cargo de informar no lo hacen y después nos quejamos de que la gente no va".</p> <p>JR4. "No hay comunicación con los vecinos y la gente tiene que ver que le toquen el interés inmediato para que reaccionen y con la lagunita y con las playas no fue un interés inmediato. El Metropolitano sí lo fue y nosotros supimos tocarle la puerta a la gente"</p>	<p>Motiva: el interés inmediato, Desmotiva: la falta de información (que se suma a la impresión de que en el país nada funciona).</p>

Matriz para la sistematización de los recursos comunicacionales

Código/nombre del recurso	Tipo de recurso	Productor msaje	Interlocutor	Vocativo	Mensaje principal
SM congestionado_ene	Digital	SB	Vecino		La av. San Martín se ha convertido en una vía congestionada e insegura
Flyer con ideas claves de la propuesta_agosto	Difusión	SB	Vecinos	Defendamos	Salvemos Barranco por un Metropolitano eficiente y provechoso para todos
Banderola1_todas las movilizaciones	Movilización	SB	Vecinos	nuestras calles	El tráfico y la contaminación han tomado nuestras calles
Banners "Así no Sr Castañeda"_oct-dic2009	Impreso de difusión	MB	Alcalde de Lima/vecino	Sr.Castañeda	"ASÍ NO...Sr Castañeda. No nos destruya con esa mole de cemento"
Video "Así no Sr. Castañeda"_nov2009_oficina de imagen institucional	Digital	MB-oficina de imagen institucional	Alcalde de Lima/vecino	Sr.Castañeda	"Corredor Vial Metropolitano. ASÍ NO...Sr Castañeda."

Anexo 8. Flyer héroes



Nota: Imagen tomada del blog de Salvemos Barranco, el 22 de enero de 2009.

Anexo 9. Banner con el logo y slogan de Salvemos Barranco



Nota: Fotografía tomada por la investigadora en el plantón organizado por Salvemos Barranco, el 6 de agosto de 2009.

Anexo 10. Banner de convocatoria a la segunda marcha organizada por Salvemos Barranco



Nota: Fotografía tomada por la investigadora, en el cruce de la calle Colina con la Av. San Martín, el día 25 de marzo de 2009.

Anexo 11. Flyer de convocatoria al plantón organizado por Salvemos Barranco



Nota: Flyer recibido por correo electrónico, el 1 de agosto de 2009.

Anexo 12. Banner con el slogan de “Los alcaldes pasan, sus desastres quedan”



Nota: Fotografía tomada por la investigadora, en el plantón convocado por Salvemos Barranco, el día 7 de octubre de 2009.

Anexo 13. Flyer de convocatoria de Barranco Cómo Vamos

Vecino ¿cómo vamos?

Luchamos porque somos barranquinos y aquí viven nuestras familias.

- ▶ Más de 4000 barranquinos hemos firmado y presentado una propuesta a la Municipalidad de Lima y ¿qué pasó...?
- ▶ El día 15 de octubre se inician los trabajos de reparación de la Av. Manuel de la Fuente Chávez, Lima y Catalino Miranda, pero Barranco sigue partido en dos.
- ▶ En cualquier momento se inicia la construcción de paraderos y la historia habrá terminado. El desorden vehicular quedará instalado definitivamente en nuestro distrito como testimonio de nuestra indiferencia.
- ▶ ¿Sabemos cómo va a funcionar el sistema de transporte público en el distrito? ¿Acaso el Metropolitano nos llevará a nuestros mercados y colegios?
- ▶ ¿Vamos a aceptar que todo esto suceda?
- ▶ ¿Vamos a aceptar que la prepotencia y la falta de diálogo se impongan sobre la voluntad de los vecinos?

¡REUNION VECINAL. LUNES 26 DE OCTUBRE 7:00 PM EN LA CANDELARIA COMO SIEMPRE, AV BOLOGNESI 292. ¡DE TI DEPENDE QUE NO DESTRUYAN BARRANCO!

SALVEMOS

BARRANCO

www.salvemosbarranco.com


Nota: Flyer entregado al paso, en la calle Grau, el 20 de octubre de 2009.

Anexo 14. Volante de la campaña municipal “¡ASÍ NO! SR.CASTAÑEDA!



**NO SORPRENDA A LOS VECINOS
¡ASI NO! SR. CASTAÑEDA**

- A finales de setiembre, las avenidas Lima, Catalino Miranda, Manuel de la Fuente y Prolongación Pazos amanecieron con banderolas, banners y volantes de la municipalidad de Lima anunciando la reparación de dichas vías. **¡VERDADERO!**
- El Alcalde Antonio Mezarina Tong, celebró la realización de dichas obras porque respondían a una exigencia permanente por parte del distrito. Pero, a la vez, exigió la presentación del expediente técnico respectivo, para cautelar que las obras se hagan correctamente. **¡VERDADERO!**
- Quince días después (13 de octubre) la empresa contratista nos



SEÑOR CASTAÑEDA LOSSIO:
 No justifique la ineptitud e indolencia de su Comuna, pretendiendo responsabilizarnos por la demora de la reconstrucción de la avenida Catalino Miranda.

No mienta a los vecinos indicándolos que el permiso es, también, para reparar las avenidas Lima, Manuel

Nota: Volante recogido de la Biblioteca Municipal de Barranco, el 14 de octubre de 2009.

Anexo 15. Boletín informativo “Barranco Informa”



Municipalidad
de Barranco

BARRANCO informa

BOLETÍN INFORMATIVO MUNICIPAL
Setiembre 2009 N° 1 - Año 1

ENTREVISTA

ANTONIO MEZARINA TONG
ALCALDE

¿A 34 MESES DE GESTIÓN EDILICIA CÓMO EVALUARÍA SU GESTIÓN COMO ALCALDE DEL DISTRITO?

Han sido muchos los retos que tuvimos que asumir porque encontramos una administración totalmente caótica, con trabajadores y jubilados impagos, deudas a proveedores, documentos y expedientes no resueltos, actos de probada corrupción. Ni que decir del distrito en general, cuyo abandono era total.

34 meses después, podemos resaltar con mucho orgullo que hemos logrado hacer obras tangibles como la rehabilitación integral de parques, plazuelas y sitios turísticos como nuestro Parque Municipal, Parque del Niño Héroe, las plazuelas Gardel y Arnaez, el Paseo Chabuca Granda. Asimismo la construcción de un velatorio y un comedor municipal, entre otras obras necesarias para Barranco.

Hemos conseguido iluminar nuestros monumentos arquitectónicos, como las Iglesias: La Santísima Cruz, San Francisco de Asís y la Ermita; la Biblioteca Municipal, el Puente de Los Suspiros y el Palacio Municipal.

Dentro de poco se iniciaran obras importantes de recuperación y embellecimiento de las playas del distrito con fondos provenientes del Ministerio de Vivienda.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA BARRANCO QUE POR FIN EL ESTADIO LUIS GÁLVEZ CHIPOCO CUENTE CON PISTA ATLÉTICA SINTÉTICA?

Fijese usted, en todos los años de funcionamiento del estadio, éste nunca fue rehabilitado en su verdadera dimensión, siempre tuvo uno que otro arreglo y en algunos casos hasta desastrosos como lo que pasó con su piscina en gestiones anteriores.

Gracias al apoyo del IPD, el estadio Luis Gálvez Chipoco, puede lucir por primera vez en su historia una pista atlética sintética que lo ubica en el segundo de mayor importancia después del complejo deportivo La Videna. La obra tuvo un costo de 3 millones 700 mil nuevos soles. En los siguientes meses debe iniciarse la 2da etapa que comprende el arreglo de los servicios higiénicos, vestidores, entre otros.

PISCINA MUNICIPAL

Para octubre está prevista la inauguración de la remozada piscina municipal, que contará con agua templada, techo, vestidores y duchas. Con esta obra hacemos posible que los vecinos puedan también usarla en época de invierno. Hay que destacar que desde hace meses atrás nuestros niños vienen disfrutando de una piscina especialmente construida para ellos.

¡Tradición y Progreso!



¿Y EN EL CAMPO DE LA SEGURIDAD CIUDADANA QUÉ AVANCES SE HAN DADO?

Hay que partir de la premisa que garantizar la seguridad ciudadana, es una función de la Policía Nacional del Perú y la del de Serenazgo realizar un trabajo de prevención y de apoyo a la Comisaría.

En ese sentido, la Municipalidad ha invertido en mejorar su parque automotor, lo que le permite contar con 7 camionetas, 14 motos (4 de las cuales fueron adquiridos con el Presupuesto Participativo 2008 y 2 motos donadas) 15 bicicletas y un auto adquirido con PP 2008. Asimismo, cuenta con 102 serenos, que trabajan en tres turnos para cubrir el patrullaje las 24 horas del día. Hemos conseguido modernizar los aparatos de comunicación mediante la instalación de una antena para radio y cámaras de video, así como de una reptadora para dar nitidez a la comunicación.

En los próximos días se instalarán 4 cámaras de video vigilancia en distintos lugares del distrito, una adquisición que ha sido posible dando cumplimiento al acuerdo del Presupuesto Participativo 2008.

Si bien lo avanzado es un gran aporte a la lucha contra la inseguridad ciudadana, es necesario y urgente que la PNP impulse acciones de control y captura de los vendedores de drogas y, asimismo, garantice la vigilancia policial durante las 24 horas en todo el distrito.

¿Y EN EL CAMPO SOCIAL QUÉ AVANCES IMPORTANTES CONSIDERA QUE SU GESTIÓN HA REALIZADO HASTA LA FECHA?

Desde el inicio de mi gestión he mantenido y considero importante repetir hoy, la importancia de promover y reivindicar el rol que cumplen en la

ESTADIO UNIÓN UNA ACLARACIÓN IMPORTANTE

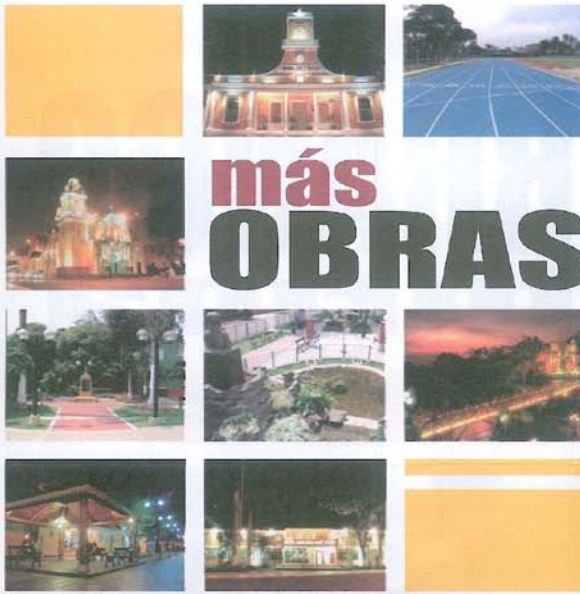
Hemos escuchado a algunas personas decir que su gestión piensa dar en concesión el Estadio Unión de Barranco ¿eso es verdad?

El tiempo de las negociaciones bajo la mesa o entre gallos y media noche, como hicieron administraciones pasadas para dar en concesión nuestras playas u otros espacios públicos, no volverá a suceder en Barranco, por lo menos NO en nuestra administración, porque para nosotros la democracia no solo es un discurso, sino una práctica constante en el ejercicio de nuestras funciones.

Hemos dado muestras de ello, al poner en consulta de los vecinos la propuesta de la UAP para construir un polideportivo y una clínica geriátrica en dicho recinto deportivo, en el absoluto convencimiento de que cuando una gestión escucha a sus vecinos, la democracia brilla y demuestra que puede ser efectiva en la toma de decisiones que comprometen el crecimiento de desarrollo del distrito.

“ EN ESTA GESTIÓN
RESPECTAMOS LA VOZ
DE LOS VECINOS
PRIMERO
CONSULTAMOS
LUEGO ACTUAMOS”

El proyecto de la UAP ha sido desestimado. El estadio Unión de Barranco será rehabilitado con recursos municipales.



más OBRAS

CORREDOR VIAL

Debto precisar que el paso de este corredor por la Av. Bolognesi, así como la realización de obras en el Parque Municipal, fueron aprobados irresponsablemente por la anterior gestión, sin tomar en cuenta para nada la opinión de los vecinos.

CUÁLES SON LAS CONSECUENCIAS DE ESTA DECISIÓN?

1. La destrucción de calles que no están preparadas para resistir el paso del transporte urbano.
2. Congestión de tránsito en las avenidas Grau y San Martín.
3. Deterioro de la zona monumental.
4. Contaminación ambiental y sonora.
5. Quebra de varios negocios que funcionaban en la Av. Bolognesi.
6. La ausencia de veredas para el paso peatonal en la avenida Bolognesi.
7. El fraccionamiento del distrito en dos.
8. El talleo de árboles ubicados en la avenida Bolognesi.
9. Mas accidentes de tránsito.

¿QUE PASOS HA DADO SU GESTIÓN PARA QUE SE RESUELVAN ESTOS PROBLEMAS?

Hemos solicitado a la Municipalidad Metropolitana de Lima, la instalación de una Mesa de Diálogo que cuente con la participación de funcionarios con la autoridad suficiente para tomar decisiones, solicitando, asimismo, la intervención de la Defensoría del Pueblo, del BID y del Banco Mundial.

¿QUÉ ES LO QUE USTEDES SOLICITAN?

Buscamos que Lima contemple un forma integral la reparación de todas las pistas afectadas, sin obviar a ninguna de ellas como se pretende hacer en las siguientes semanas.

Que se tome en cuenta las propuestas técnicas elaboradas por la Asociación Salvemos Barranco, que nosotros hacemos nuestro con algunas modificaciones de carácter técnico.

¿CUALES SON ESAS PROPUESTAS?

Citaré las principales:

1. Que no se construya ningún paradero del bus metropolitano a lo largo de la Av. Bolognesi, considerando que cada uno de ellos, tiene un largo de 73 metros por 4,5 de alto.
2. Que la ruta comprendida para el metropolitano en lo que respecta a la Av. Bolognesi, sea también vía de uso para el servicio de transporte en general.
3. Que se abra el tránsito de la ruta sur-noche que hasta la fecha permaneció cerrada.
4. Que mas adelante se contemple como alternativa la construcción de un subterráneo a lo largo de la Av. Bolognesi para aliviar el tránsito vehicular, y que asimismo se continúe la vía expresa por la calle Catalino Miranda hasta Pedro Vicalta en S.J.M.

¿QUE PASARÁ SI NO SE TOMAN EN CUENTA ESTAS PROPUESTAS TÉCNICAS?

Que a nadie le quepa dudas que, como alcalde defendí en todas las vías, el derecho de Barranco a no ser dividido.

No me amedrentan las amenazas, las voces que se alzan pretendiendo despreciar mi honor, los pequeños gritos que se juntan para tratar de opacar nuestras denuncias públicas, nada es suficiente para acallarme.

No permitiremos ninguna construcción en la avenida Bolognesi o en el Parque Municipal que no tenga la aprobación de todos los barranquinos.

sociedad los adultos mayores, defender y sensibilizar sobre los derechos de las personas con capacidades diferentes, de las mujeres, los niños y las niñas a vivir libres de violencia. En ese marco, hemos implementado Programas importantes que han contribuido a mejorar la calidad de vida de los grupos sociales más vulnerables de nuestro distrito.

EL 26 DE OCTUBRE, BARRANCO FESTEJA SU 135 ANIVERSARIO DE CREACIÓN POLÍTICA ¿DE QUÉ FORMA SU GESTIÓN PLANEA CELEBRARLO?

Inaugurando obras, ese es el mejor regalo que podemos hacer por Barranco.

En estos momentos estamos reparando y en muchos casos reconstruyendo veredas que por más de 40 años no han sido mantenidas.

Se Inaugurarán las obras de remodelación integral de los parques Torres Paz y Butters, el tratamiento paisajístico de las plazas San Francisco y Octavio Espinoza; así como del Parque Raimondi y la berma central de la Av. Jorge Chávez.

Asimismo, estamos ejecutando un plan de recuperación y embellecimiento de las entradas al distrito con sus respectivas caídas de agua.

Se continuará con la segunda etapa de la obra de rehabilitación del estadio Luis Gálvez Chipoco, entre otras obras, sin descuidar la calidad de los servicios básicos que se brindan a la comunidad.

QUE ACCIONES HA REALIZADO SU GESTIÓN PARA DENUNCIAR LOS ACTOS DE CORRUPCIÓN COMETIDOS POR LA ANTERIOR GESTIÓN.

En el Informe de Gestión que estamos preparando para octubre, detallamos

todos los procesos judiciales y acciones legales que la Procuraduría de la Municipalidad ha entablado contra los funcionarios de la anterior gestión, entre los cuales se encuentra el señor Martín del Pomar.

Confiamos que el Poder Judicial actúe prontamente en todos estos casos, castigando como es debido los actos de corrupción cometidos en contra de los intereses de nuestro distrito.

¿CÓMO GARANTIZAR UNA ADMINISTRACIÓN TRANSPARENTE Y EFICIENTE?

Realizando un trabajo fiscalizador permanente. Justamente con ese objetivo hemos dado cambios sustanciales en el manejo administrativo colocando funcionarios de probada solvencia moral y profesional como la actual Gerente Municipal, funcionaria de carrera de la Municipalidad, quien cuenta con nuestro total apoyo en su labor y acción fiscalizadora de los recursos municipales, haciendo lo mismo con otros puestos gerenciales de suma importancia para la buena marcha municipal.

La lucha contra la corrupción es una tarea que nos compete a todos, en ese objetivo el papel de la ciudadanía cumple un rol importante, denunciando a todo aquel que pretenda utilizar la Municipalidad para delinquir.

Siempre hemos dicho y no me cansaré en insistir, que no hemos venido a servirnos de Barranco, sino a trabajar por su desarrollo.

PALABRAS FINALES

Desde el inicio de nuestra gestión, nos propusimos junto con mi equipo construir una municipalidad que fuera eficiente en los servicios, cuidadosos en el manejo de las cuentas públicas, honesta en la administración de todos los recursos, y participativa en el diseño e implementación de las obras.

En 34 meses de trabajo, hemos logrado concretar promesas que nos permiten dar cara a la gente y demostrar que la única verdad de una gestión son sus cifras y sus obras.

Casa de la Mujer

Ven y participa!

- Clases de cocina
- Tejidos a crochet
- Decoración del hogar
- Cosmetología
- Geriatría
- Inyectables
- Repujado en aluminio
- Pintado en vidrio
- y mucho más...



Jr. Soldado Cabada N° 29
(Esquina Pasaje Jaén,
altura cuadra 3 Av. El Sol)

MUNI AGENDA

Central Telefónica: 719-2040 / 719-2041
Sub Gerencia de Desarrollo Humano: 719-2053
Sub Gerencia de Deportes y Recreación: 719-2049
Sub Gerencia de Participación Vecinal: 302-8172

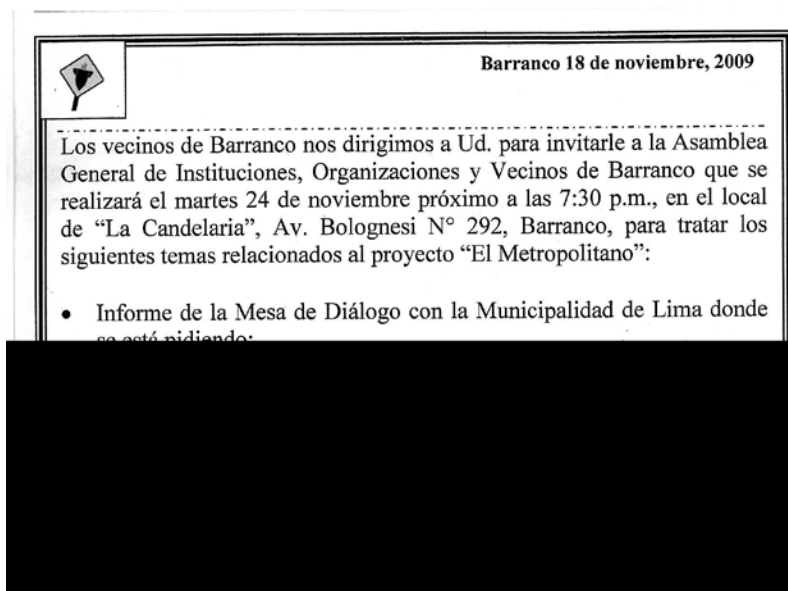
Casa de la Mujer, OMAPEP y CIAM: 719-2051
Casa de la Juventud: 719-2048
Educación, Cultura y Turismo: 719-2046
Web: www.muni.barranco.gob.pe

SERENAZGO DE BARRANCO: 7192055 / 3020443

BARRANCO
informa

Nota: Boletín entregado debajo de la puerta del domicilio de la investigadora, el 03 de setiembre de 2009.

Anexo 16. Volante del Frente para convocar a la asamblea general de instituciones



Nota: Volante entregado al paso, en la calle San Martín, el 18 de noviembre de 2009.

