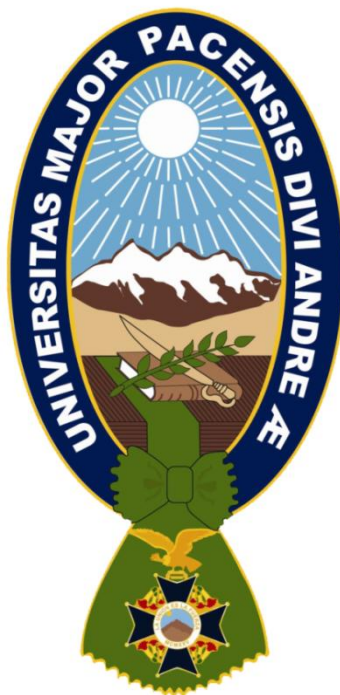


UNIVERSIDAD : MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD : CIENCIAS SOCIALES

CARRERA : CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



TRABAJO DIRIGIDO

«Elaboración de la Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz»

**POSTULANTES : Oscar Alejandro Torrico Palacios
Viviana Castillo Castel**

TUTOR : Lic. Saíd Villavicencio Jaldín

La Paz, noviembre de 2014

*A mis ángeles en el cielo: papi Humberto y mami Fily, la promesa está cumplida;
A la persona que hizo lo que soy en la vida y dio todo para que pueda cumplir
mis sueños, por motivarme y ser mi “palanca” para ayudar a levantarme...
...para ti mamita Loly, eres la razón por la que vivo;
Para mi familia y mis incondicionales Tío Juanca,
Miriam, Hugo, Herlan y Wilmer.*

¡A todos, los quiero!

Viviana

*“Cada paso, cada respiro, cada letra y cada camino,
llevarán siempre sus nombres: madre adorada, padre querido...
y en cada recuerdo, se posará Eusebio, mi gran amigo”.*

Oscar

Agradezco a Dios, por guiar cada día de mi vida, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer, hoy y siempre, a mi mamá Lily Castel, por el esfuerzo realizado, el apoyo en mis estudios, por ser mi fuente de inspiración y fortaleza. A mi familia y amigos, que me brindaron el apoyo, la alegría y me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

Un agradecimiento especial al Lic. Saíd Villavicencio, por la colaboración, paciencia, apoyo y, sobre todo, por esa gran amistad que nos brindó.

A Oscar, por haber sido un excelente compañero de tesis y amigo, por haberme tenido la paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación y, sobre todo, por hacer de su familia, una familia para mí.

Viviana

A todas las personas que con su luz cegaron mis ojos y abrieron mi mente y corazón durante este proyecto y más allá:

*A mi familia, por jalarme la oreja cuando me distraía;
a la música, por hacerme jalar las orejas.*

*A mis queridas “C-ebrias”, o mal llamadas “Cabras”;
a Emil, Israel, Roxana Rodríguez, Pablo Zegarra, Arlei, Ceci, Panchis, Huguex y Paola
(o sea, contados amigos de trabajo).*

*A mi banda unsafe!, por toda la espera (muchachos, you suck without me!);
a Bellota (AZ), por regalarme día a día su presencia, apoyo sincero y hacerme ver las cosas de manera distinta (Adri, I’m the greatest fan of your life!).*

A Viviana y a Saíd, por hacer este camino menos doloroso.

Y por último –y no por ello, menos importante– al gran Dios Baco, a la Pacha y a la Virgencita de Garapiña, que todo lo pueden y siempre proveen.

*Esito sería,
¡Buen provecho, sírvanse!*

Oscar

**«RESUMEN: ELABORACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL E INTERACTIVA
DE LA DIRECCIÓN DE CULTURA CIUDADANA
DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ»**

Dentro de la ciudad de La Paz se conjugan varios procesos de convivencia, siendo sus habitantes y residentes, los protagonistas de distintos procesos de cultura ciudadana.

En este sentido, y con un trabajo ininterrumpido –desde el año 2005–, la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), aplicó diversos recursos comunicacionales basados en los ejes: “La Paz limpia y sana”, “La Paz segura”, “La Paz en orden”, “La Paz sin ruidos” y “La Paz Alerta” y, de esta forma, poder llegar de manera efectiva a la población.

Tras un análisis de situación de esta dependencia municipal, la elaboración de una revista digital institucional se constituye en un recurso comunicacional necesario, para informar a detalle sobre las actividades de cultura ciudadana producidas en el municipio de La Paz y, así, revalorizar las actitudes y acciones de los habitantes con su ciudad.

Con un enfoque cualitativo, el presente trabajo –llevado a cabo en instalaciones de la Dirección de Cultura Ciudadana– contempló tres etapas importantes: etapa previa de adaptación a lineamientos de trabajo institucional; proceso de elaboración de la revista; y la presentación del producto comunicacional, denominado: revista *La Pazeando*.

Invitamos al lector a revisar esta propuesta académica, la cual, además de ser un aporte en la investigación en comunicación, nos ayudó a encontrar la esencia del respeto y el amor por nuestra ciudad.

**VIVIANA CASTILLO CASTEL
OSCAR ALEJANDRO TORRICO PALACIOS**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	11
1. CAPÍTULO I – ASPECTOS GENERALES	
1.1. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA.....	14
1.1.1. <u>Aporte Comunicacional</u>.....	15
1.2. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2.1. <u>Identificación del Problema</u>.....	16
1.2.2. <u>Planteamiento de la Solución</u>.....	17
1.3. OBJETIVOS.....	17
1.3.1. <u>General</u>.....	17
1.3.2. <u>Particulares</u>.....	18
2. CAPÍTULO II – ESTRATEGIA METODOLÓGICA	
2.1. FUENTES.....	19
2.1.1. <u>Primarias</u>.....	19
2.1.2. <u>Secundarias</u>.....	23
2.2. ENFOQUE.....	24
2.3. MÉTODOS	
2.3.1. <u>Teóricos</u>.....	25
2.3.2. <u>Empíricos</u>.....	26
2.4. TÉCNICAS.....	26
2.5. INSTRUMENTOS.....	27

3. CAPÍTULO III – MARCOS DEL TRABAJO

3.1. TEÓRICO	28
3.1.1. Comunicación	28
3.1.1.1. <u>Géneros Periodísticos</u>	29
3.1.1.1.1. Informativo.....	30
3.1.1.1.2. De opinión.....	30
3.1.1.1.3. Interpretativo.....	30
3.1.1.2. <u>Revista</u>	31
3.1.1.2.1. Revista Digital.....	32
3.1.1.3. <u>Nuevas Tecnologías</u>	33
3.1.1.3.1. Sitio Web.....	34
3.1.1.3.2. Página Web.....	35
3.1.1.3.3. Interacción Digital.....	36
3.1.2. Cultura	38
3.1.2.1. <u>Enfoques Teóricos de Cultura</u>	40
3.1.2.2. <u>Concepto Antropológico de Cultura</u>	41
3.1.2.3. <u>Cultura Ciudadana</u>	42
3.1.2.3.1. Ciudad.....	42
3.1.2.3.2. Ciudadano.....	44
3.1.2.3.3. Concepto de lo Urbano.....	45
3.1.2.3.4. Espacio Público.....	45
3.1.2.3.5. Convivencia.....	46
3.1.2.3.6. Sentido de Pertenencia o Cultura de la Pateñidad.....	47
3.1.2.3.7. Un nuevo concepto de Cultura Ciudadana.....	48
3.1.3. <u>Relación entre Comunicación y Cultura</u>	50

3.2.3.2.9.	Expansión del proyecto	74
3.2.3.2.10.	Reconocimientos	76
3.2.3.3.	<u>Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana</u>	77
3.2.3.3.1.	¡Hasta cuándo, pues!	78
3.2.3.3.2.	¡Hasta que tú quieras a tu ciudad!	81
3.2.3.3.3.	Zeta: Primera Miniserie de Cultura Ciudadana	82
3.2.3.3.3.1.	<i>Personajes</i>	83
3.2.3.3.3.2.	<i>Temporadas</i>	85
3.2.3.3.3.2.1.	<i>Primera Temporada: “Dos minutos bastan para ser un héroe”</i>	85
3.2.3.3.3.2.2.	<i>Segunda Temporada: “Aprovecharé aquí”</i>	86
3.2.3.3.3.2.3.	<i>Tercera Temporada: “El pensar en el ahorita”</i>	87
3.2.3.3.3.2.4.	<i>Cuarta Temporada: “Yapame cuartita, casera”</i>	88
3.2.3.3.3.3.	<i>Difusión</i>	88
3.2.3.3.3.4.	<i>Impacto en la población</i>	90
3.2.3.3.3.5.	<i>Proyección</i>	91
3.2.3.4.	<u>Despacho</u>	92
3.2.3.4.1.	Programa de la Felicidad	93
3.2.3.4.1.1.	<i>La felicidad: instrumento de transformación ciudadana</i>	93
3.2.3.4.1.2.	<i>Objetivo</i>	94
3.2.3.4.1.3.	<i>Retos</i>	95
3.2.3.4.1.4.	<i>Fases</i>	96
3.2.3.4.1.5.	<i>Estructura</i>	97
3.2.3.4.1.5.1.	<i>Macro Proyecto I - Proyecto Amarillo</i>	97
3.2.3.4.1.5.2.	<i>Macro Proyecto II - PDF: La revolución de la felicidad</i>	98
3.2.3.4.1.6.	<i>Resultados esperados</i>	100
3.2.3.4.1.7.	<i>Proyección</i>	101

3.3. REFERENCIAL	102
3.3.1. <u>Experiencia de Cultura Ciudadana en Colombia</u>	102
3.3.1.1. <u>Objetivos</u>	104
3.3.1.2. <u>Acciones</u>	105
3.3.1.3. <u>Conclusiones</u>	105
4. CAPÍTULO IV – DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	
4.1. FASE 1: ASPECTOS PRELIMINARES	106
4.1.1. <u>Análisis de Situación</u>	106
4.1.2. <u>Acopio de Información</u>	107
4.1.3. <u>Lugar de Realización del Trabajo Dirigido</u>	108
4.1.4. <u>Tiempo y Duración del Trabajo Dirigido</u>	108
4.2. FASE 2: PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA REVISTA	109
4.2.1. <u>Origen del Nombre</u>	109
4.2.2. <u>Sectores de la Revista</u>	110
4.2.3. <u>Creación de Contenidos</u>	117
4.3. FASE 3: PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN	
4.3.1. <u>Diseño y Armado de la Revista</u>	117
4.3.2. <u>Validación Institucional</u>	118
4.3.3. <u>Socialización</u>	119
5. CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. CONCLUSIONES	120
5.2. RECOMENDACIONES	123

GLOSARIO	123
FUENTES CONSULTADAS	133
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138
ANEXOS	
ANEXO 1	142
ANEXO 2	164
ANEXO 3	166
ANEXO 4	168
ANEXO 5	170
ANEXO 6	171

INTRODUCCIÓN

La ciudad es el espacio urbano donde día a día se tejen historias individuales y colectivas. En ella interactúan sus habitantes frente a situaciones diversas y emociones impredecibles.

La calle, como componente vital de una urbe y/o metrópoli, es el lugar físico más importante donde ocurren dichas interacciones. Es el lugar donde comienza y concluye toda relación de sus actores. El conjunto de vías está inscrito en la localización de plazas, plazuelas, parques, áreas recreativas públicas, miradores, restaurantes, pubs y otros espacios de diversa índole; siendo éstos, la estructura de la urbe, independientemente de su topografía.

Un día en la ciudad incluye, entre muchas cosas, una diversidad de hechos relacionados en gran medida a la seguridad ciudadana, caos vehicular, basura y contaminación acústica, por nombrar algunos; determinando así, los ejes centrales con los que trabaja la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAML P).

Un comportamiento ejemplar y la correcta actitud que la gente asuma frente a estas problemáticas, representan la imagen ideal de una ciudad, aspecto primordial al que apunta la Dirección de Cultura Ciudadana, con la planificación, incorporación y sociabilización de distintas campañas y proyectos educativos dirigidos a toda la ciudadanía.

El presente trabajo de investigación nace con el fin de ser el vínculo entre la Dirección de Cultura Ciudadana –como institución pública– y la ciudadanía –como público meta con el que y para quien trabaja–, aspecto que determinará el nivel de su relacionamiento.

Tras un análisis de situación de esta dependencia municipal –lugar donde se llevó a cabo la presente investigación–, la elaboración de una revista institucional constituye un recurso comunicacional necesario, producido para informar a detalle sobre las actividades de cultura ciudadana producidas en el municipio de La Paz y, de este modo, revalorizar las actitudes y acciones de los habitantes con su ciudad.

En este sentido, los investigadores proponen la *Elaboración de la Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana*, denominada *La Pazeando* y cuyo contenido se presenta en cinco capítulos:

El primer capítulo consta de tres partes: una, en la que se fundamenta la investigación y se resalta su importancia en el ámbito académico e institucional; la segunda, remarca el sentido de la investigación y su esencia, basada en el ámbito académico de *Solución a Problemas*; y, finalmente, el planteamiento de objetivos encaminados a la producción de la publicación que se quiere obtener.

En el segundo capítulo se detalla toda la estrategia metodológica en la que, con un enfoque cualitativo, se procedió a llevar a cabo la investigación. En tanto, toda aquella información consultada por los investigadores y agrupada en sus marcos teórico, histórico y referencial, es presentada en el tercer capítulo.

El cuarto capítulo está referido al desarrollo de la investigación y contempla tres etapas importantes durante su elaboración y ejecución: la primera, referida al trabajo previo de adaptación a lineamientos de trabajo institucional, recopilación de información; la segunda, de selección de contenido de la revista; y, la tercera, que contempla el armado de la revista, su propuesta gráfica, validación institucional y socialización.

El último capítulo expone las conclusiones de la investigación y las recomendaciones hechas por los investigadores, mismas que están referidas a la implementación del producto obtenido, a partir de la urgente necesidad de la institución para ponerla en ejecución, como parte de las acciones de su estrategia comunicacional.

Es así que, a través de la presente propuesta académica, los investigadores quieren aportar a la realización de futuras publicaciones institucionales, con un contenido que refleje su labor y sintetice todas las acciones que desempeñan hacia su público meta; representando así, una herramienta comunicacional imprescindible para cada institución.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA

El presente proyecto surge para brindar una solución a la carencia de una herramienta institucional de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), en la que se difunda toda su labor hacia la población en su conjunto.

Durante un análisis de situación, se pudo evidenciar que esta instancia municipal no cuenta con una publicación institucional en la que se difunda el trabajo que se realiza desde la misma, por lo cual, el presente proyecto plantea la elaboración de una *Revista Digital e Interactiva*, denominada *La Pazeando*.

En cuanto a recursos humanos concierne, también se pudo verificar que la Dirección de Cultura Ciudadana cuenta con personal capacitado y encargado para la realización de notas periodísticas, y no así de un personal especializado para llevar adelante la elaboración de dicha revista y la recopilación de información de las actividades más sobresalientes que cada unidad y área que componen dicha instancia municipal, tienen planificadas llevarlas a cabo –de acuerdo a un cronograma–, para su correspondiente difusión digital.

Con un producto plasmado en una revista, se espera que su implementación sea llevada a cabo en un corto plazo y se consolide como un referente esencial de comunicación que agrupe a todo un conjunto de metodologías y diversas técnicas, para su inmediata ejecución, aplicación y logro de resultados satisfactorios.

Asimismo, se pretende que el presente proyecto sea incluido en las acciones de la Estrategia de Comunicación con la que cuenta la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAML P), representando así, una propuesta que refuerce la difusión de actividades que se realizan desde sus unidades y áreas hacia la población.

Por lo tanto, la importancia de su implementación en los programas de la Dirección de Cultura Ciudadana, como una herramienta valiosa de comunicación, es significativa en términos de difusión y mayor alcance a la población con respecto a las actividades que apoya y promociona dicha instancia y sus unidades componentes.

1.1.1. Aporte Comunicacional

Con la realización de este trabajo y la posterior implementación del producto: *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, se pretende incentivar a futuros profesionales de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, hacia la búsqueda y creación de nuevos instrumentos y herramientas comunicacionales a nivel institucional, empresarial y de otras reparticiones –de orden privado o público–, con la finalidad de ser uno de los recursos más importantes –a nivel de imagen institucional– y cuyos contenidos periodísticos permitan mostrar todas aquellas actividades que se realicen dentro de dichas instancias; posibilitando así, un relacionamiento estratégico con otras instituciones o aliados estratégicos.

1.2. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Identificación del Problema

Las publicaciones institucionales –boletines, periódicos, revistas, memorias, informes...– independientemente de su formato –impreso o digital–, representan una herramienta de llegada hacia la población, a través de un contenido que plasma todas o las actividades más importantes que lleva adelante una institución en un determinado tiempo.

La carencia de estas herramientas afecta los lazos *institución-público meta* que deben estar contemplados en una estrategia comunicacional ideal de toda institución, empresa, medio... afectando su imagen en distintos niveles de relacionamiento.

En este sentido, y tras una observación que tuvo lugar en la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, se evidenció que esta instancia no cuenta con una publicación –específicamente, una revista institucional– a través de la cual, se difunda toda su labor hacia la ciudadanía; por lo cual, surge la propuesta de elaboración de una revista digital e interactiva de dicha institución.

1.2.2. Planteamiento de la Solución

Con el fin de brindar una respuesta al problema identificado, el presente proyecto propone la elaboración de una revista digital e interactiva, denominada *La Pazeando*, a ser puesta en marcha en un corto plazo.

La misma, se plantea como un material inédito –en el sentido periodístico, de diseño, diagramación y presentación trimestral– que, apoyado en su carácter digital, permita tener un alcance significativo a nivel nacional e internacional, gracias a la interactividad y beneficios que brindan las nuevas tecnologías.

El contenido de esta publicación estará nutrido de las actividades más importantes que organiza y apoya la Dirección de Cultura Ciudadana, y que provienen de las unidades y áreas que la componen.

La implementación del producto –revista *La Pazeando*– dependerá netamente de las acciones que tome la Dirección de Cultura Ciudadana para incluir esta propuesta en su Estrategia Comunicacional institucional.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

Elaborar la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, de periodicidad trimestral, con el fin de informar a la población sobre los componentes y acciones de Cultura Ciudadana desarrolladas en el municipio de La Paz.

1.3.2. Particulares

- Solucionar la falencia de socialización de información –de manera externa e interna–, de todas aquellas actividades que organiza y apoya la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
- Promover las actividades internas y externas de las unidades que componen la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz:
 - Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana.
 - Unidad de Educación Ciudadana.
 - Unidad Cebras Educadores Urbanos y Voluntariado.
 - Despacho.
- Crear secciones dentro de la revista, con un contenido que aborde los cinco ejes con los que trabaja la Dirección de Cultura Ciudadana: “La Paz limpia”, “La Paz segura”, “La Paz en orden”, “La Paz sin ruidos” y “La Paz alerta”.
- Profundizar el espíritu de paceñidad en los ciudadanos, a través de la creación de notas, reportajes y entrevistas, acompañados de su respectivo material fotográfico.
- Proponer a la Dirección de Cultura Ciudadana, la inclusión de la *revista digital e interactiva La Pazeando*, en su estrategia comunicacional.
- Demostrar que con la creación de un contenido gráfico –que retrate las actitudes y acciones positivas o negativas de la gente frente a su ciudad– se pueda sensibilizar al ciudadano.

2. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

2.1. FUENTES

La presente investigación está nutrida de información y datos provenientes de distintas fuentes primarias, secundarias, personales y documentales:

2.1.1. Primarias

➤ Libros (impresos y electrónicos):

- *Comunicación Organizacional Interna: procesos, disciplina y técnica* de Horacio Andrade, Editorial Gesbiblo.
- *Más allá de la comunicación interna* de Joan Elías y José Mascaray, Editorial Gestión 2000.
- *Comunicación y Sociedad* de María del Rosario Sádaba.
- *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural* de Alfons Martinell, Editorial de la Organización de Estados de América.
- *Diseño y evaluación de proyectos culturales* de David Roselló, Editorial Ariel.
- *El Paradigma Emergente (Hacia una nueva teoría de la racionalidad científica)* de Miguel Martínez Miguélez, Editorial Trillas.
- *Franz Boas and the Culture Concept in Historical Perspective* de George W. Stocking, Editorial American Anthropologist.
- *Ciudades en Transformación. Disputas por el espacio, apropiación de la ciudad y prácticas de ciudadanía* de Patricia Urquieta, Editorial CIDES-UMSA.
- *Metamorfosis del Espacio Habitado* de Milton Santos, Editorial Oikos-Tau.

- *Cultura Ciudadana: Espacio Público, educación y participación Ciudadana* de Heidi Jane Mendoza Barrau, Editorial CIDES-UMSA.
- *Formación en Cultura Ciudadana* de Antonio Elizalde y Patricio Donoso.
- *Bogotá para vivir* de Antanas Mockus.
- Texto electrónico *Relación entre la Comunicación y la Cultura* de Carlos Morales.
- *Metodología de la Investigación* de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio, Editorial McGraw-Hill.
- *Técnicas de Investigación Social* de Ezequiel Ander Egg, Editorial El Ateneo.
- Ensayo *Relación entre la Comunicación y la Cultura* de Carlos Morales.
- *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*.

➤ Documentos oficiales institucionales:

- *Archivo Oficial del Gobierno Municipal – La Paz Capital Iberoamericana de las Culturas*, 2009.
- *Plan de Desarrollo «Formar Ciudad»* de la Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá.
- *Estrategia de Comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz* de Fabiola Rollano Peña, 2008.
- Dípticos, trípticos, cartillas, folletos... producidos en la Dirección de Cultura Ciudadana.

➤ Memorias:

- *Memoria Cebra*.

- Artículos periodísticos:
 - Notas de prensa, reportajes y crónicas sobre cultura ciudadana difundidas en los periódicos *La Razón*, *La Prensa*, *El Diario*, *Página Siete* y *Cambio*; y la revista *Oxígeno*.

- Productos audiovisuales:
 - Campañas de comunicación: *¿Hasta cuándo, pues?*, *¿Hasta que tú quieras a tu ciudad!*, *Sopocachi Seguro* y *Gota a gota el agua se agota*, entre otras.
 - Cuatro temporadas de la *Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”*.
 - Spots para socialización de los trabajos y proyectos de las unidades que conforman la Dirección de Cultura Ciudadana.

- Páginas *web* y redes sociales varias:
 - <http://www.lapaz.bo> (portal oficial del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz).
 - <http://www.facebook.com/MunicipioLaPaz> (página oficial en Facebook del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz).
 - <http://www.facebook.com/direccionculturaciudadana> (página oficial en Facebook de la Dirección de Cultura Ciudadana).
 - <http://www.facebook.com/lascebrasdelapaz> (página oficial en Facebook de Las Cebras de La Paz).
 - <http://www.facebook.com/ZetalaMiniserie> (página oficial en Facebook de la Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”).
 - <http://www.twitter.com/GAMLP> (página oficial en Twitter del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz).
 - <http://www.twitter.com/> (página oficial en Twitter de la Dirección de Cultura Ciudadana).

- <http://www.twitter.com/CebrasLPB> (página oficial en Twitter de Las Cebras de La Paz).
- <http://www.twitter.com/zetadcc> (página oficial en Twitter de la Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”).
- <http://www.definicion.de> (para distintas definiciones durante el desarrollo de la investigación).
- <http://www.fundacion.telefonica.com/es>
- <http://www.masadelante.com>
- <http://www.doubleyou.com/>
- <http://www.lapaz.bo>

➤ Entrevistas y declaraciones públicas de personas ligadas al ámbito de cultura ciudadana en el municipio de La Paz:

- Luis Revilla Herrero, Alcalde Municipal de la ciudad de La Paz.
- Juan Del Granado, ex alcalde Municipal de la ciudad de La Paz.
- Sergio Caballero, director de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP).
- Kathia Salazar, responsable del Proyecto Cebras Educadores Urbanos.
- Heidi Mendoza, jefa de la Unidad de Educación Ciudadana.
- Arlei Villegas, jefa de la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana.
- Marcelo Bazan, actor y protagonista de la miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”.
- Verónica Córdova, productora y guionista de la miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”.

- Seminarios, foros, debates, informes y ponencias de temas relacionados a cultura ciudadana en el municipio de La Paz:
 - Foro *Pensar la ciudad: un encuentro para construir* de Pedro Ricardo Orozco.
 - Documento de trabajo *Cultura Ciudadana: Cultura de acción y compromiso de la ciudadanía*.
 - *Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela* del Programa para las Naciones Unidas (PNUD).

2.1.2. Secundarias

- Libros (impresos y electrónicos):
 - *Conceptos claves en Comunicación y Estudios Culturales* de Tim O' Sullivan, Editorial Amorrortu.
 - *Comprender la Comunicación* de Antonio Pasquali, Editorial Monte Ávila.
 - *Administración de una perspectiva global* de Harold Koontz y Heintz Weihrich, Editorial McGraw-Hill.
 - *De la causas de la grandeza y de la magnificencia de las ciudades* de Juan Botero, Editorial Madrid.
 - *El Trabajo Dirigido en Comunicación (Una llave para la graduación)* de Saíd Villavicencio Jaldín, Editorial Yachaywasi.

- Publicación *Fomentar la Cultura Ciudadana* del Departamento Nacional de Planificación (DNP) de la República de Colombia.

- Artículos, comentarios y análisis sobre temas de cultura ciudadana, plasmados en distintos medios de comunicación, como los periódicos *La Razón*, *La Prensa*, *El Diario*, *Página Siete* y *Cambio*; revista *Oxígeno*; programa de televisión *Pica*; y ediciones informativas de los canales de televisión *Unitel*, *RTP*, *Bolivisión*, *Bolivia Tv*, *ATB*, *Red Uno*, *TVU* y *Gigavisión*, entre otros.

2.2. ENFOQUE

El enfoque de la presente investigación es –en esencia– de carácter cualitativo, pues en él se analiza el proceso completo e integral, logrando concebir a la realidad como una totalidad que no debe ni tiene que subdividirse, lo que explica su búsqueda incesante de la profundidad de los hechos y fenómenos investigados.

Con esta visión –que no trata de probar o medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento o momento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sean posibles–, se busca comprender una realidad involucrada directamente con la ciudadanía.

Al ser una investigación cualitativa, los nuevos conocimientos que se produzcan a partir de ella, tienen una relación directamente proporcional con la interacción con los sujetos que se estudian como instrumento de medida, para –de esta manera– obtener resultados que tengan que ver con la realidad más inmediata involucrada o afectada –en buenos términos– por el fenómeno de cultura ciudadana, que es el que se pretende resaltar con la elaboración de la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, denominada *La Pazeando*, y puesta a consideración en el presente proyecto.

2.3. MÉTODOS

Con el fin de recoger, procesar, analizar e interpretar la información y datos necesarios para el estudio del presente proyecto de investigación, se hizo uso, tanto de métodos teóricos, como de métodos empíricos, detallados a continuación:

2.3.1. Teóricos

En cuanto a los métodos teóricos empleados para la elaboración de la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana*, se encuentran: el método analítico, el cual nos permitirá hacer un estudio de cada unidad y área que compone dicha instancia y la relación que existe entre cada una de ellas.

De la misma forma, se hizo uso del método sintético, “con el fin de unificar diversos elementos en una nueva totalidad, resaltando además, los aspectos más importantes de cada uno de sus componentes” (Hernández, Fernández y Baptista, 1998, p. 34).

“El análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis” (Hernández et al., 1998, p. 36).

En este sentido, ambos métodos se llevan a cabo a partir de la experiencia; es decir, con una participación directa en los procesos de comunicación de cada unidad y área componente de la Dirección de Cultura Ciudadana.

2.3.2. Empíricos

Teniendo como horizonte, el revelar y explicar características observables de los hechos reales, la elaboración de la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, es posible gracias al uso del método de la observación, el cual consiste en aplicar el conjunto de los sentidos al estudio del objeto que se pretende conocer; en este caso: la revista *La Pazeando*.

Asimismo, el uso del método de experimentación permite construir un panorama adecuado –donde los resultados obtenidos a partir de cada publicación de futuros números de la revista, serán elementales para determinar un conjunto de pasos a seguir y que éstos sirvan, además, como modelo para la producción de la revista institucional, difundida en formato digital– que plasmará la realidad más cercana –en términos de cultura ciudadana– de la ciudad de La Paz.

2.4. TÉCNICAS

Con el fin de capturar y procesar –de manera eficiente– una información útil, destinada a desarrollar el estudio de la presente investigación, se hizo uso de las siguientes técnicas:

- **Observación:** Dentro del campo de técnicas cualitativas –basadas en el enfoque cualitativo de la presente investigación–, la observación participante de los investigadores y su contacto directo con el objeto de estudio, en todo el proceso de la elaboración de la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, fue elemental, al momento de profundizar en el contenido a ser plasmado en la revista *La Pazeando*.

- Entrevista: Haciendo uso de técnicas de campo –que son las formas más simples de recolección de información y obtención de resultados–, se hizo uso de la técnica de la entrevista, con el fin de tener un acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de nuevos conocimientos.
- Subrayado: Esta técnica permitió –a través del remarcado de ideas centrales de textos procedentes de varias publicaciones– obtener información valiosa del objeto de estudio y todo lo concerniente al ámbito de cultura ciudadana, desde el punto de vista y experiencia de distintos autores.
- Resumen: De la misma forma que con el subrayado, el resumen de textos –donde se rescata de forma general un texto primario– coadyuvó a la obtención de información que permitió tener nuevas luces sobre aspectos de cultura ciudadana en la ciudad de La Paz, además de plasmarlos en el contenido del producto de la investigación: revista *La Pazeando*.

2.5. INSTRUMENTOS

Los elementos materiales requeridos para la aplicación de las técnicas utilizadas en la presente investigación, y que contribuyeron a conseguir información útil, fueron:

- Cámara fotográfica y cámara filmadora, durante la técnica de observación.
- Reportera digital, libreta de notas, cámara fotográfica, cámara filmadora y teléfono celular, durante la técnica de entrevista.
- Marcadores resaltadores, durante la técnica de subrayado.
- Libreta de notas y fichas, durante la técnica de resumen.

3. MARCOS DEL TRABAJO

3.1. TEÓRICO

3.1.1. Comunicación

En 1979, Pasquali entiende al proceso de comunicación como la puesta en común de sentidos y visiones, concibiendo a los actores del mismo, como sujetos y no como objetos que reciben mensajes de un emisor, de manera unidireccional. (Pasquali, 1979).

Koontz y Weihrich (1998), señala que “la comunicación es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla y que debemos entenderla como una relación interactiva entre personas que quieren la transmisión de ideas, conocimientos, información, etc.” (p. 588).

En este mismo camino, florece también una comunicación interna, definida por Andrade (1991), como “el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales” (pp. 31-32).

El análisis que hacen Elías y Mascaray en 2003, en su libro “Más allá de la comunicación interna: La Intracomunicación”, indican que las empresas constantemente se encuentran interrelacionadas con su entorno y también se da una fuerte relación al interior de las mismas.

Sin embargo, a medida que van creciendo las organizaciones, el manejar estas relaciones, se va haciendo cada vez más difícil. Elías habla de la necesidad de crear estrategias para un buen manejo de la comunicación interna, a partir de una intracomunicación que permita que las empresas se adecuen con mayor facilidad a su entorno y también al contexto tecnológico, al económico y al social. Dicho de otra manera, permite enlazar la comunicación interna con los medios para comunicarla (p. 55).

“La intracomunicación resume la creación de vínculos con otros departamentos, unidades y/o áreas componentes de una empresa, organismo o institución, con el fin de difundir información sobre sus actividades entre todos sus trabajadores” (Elías y Mascaray, 2003, p. 35).

3.1.1.1. Géneros Periodísticos

Los géneros periodísticos aparecen vinculados, desde un principio, a la prensa escrita y representan las diferentes formas literarias que se emplean para contar cosas de actualidad que se plasmen en algún medio de comunicación.

En la prensa se diferencian tres tipos de géneros periodísticos: informativo, opinión e interpretativo, los cuales fueron empleados para producir contenidos para la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, denominada *La Pazeando*.

3.1.1.1.1. Informativo

El género informativo se fundamenta en las noticias y en los reportajes. La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita interés público. En tanto, el reportaje es un relato que describe un hecho sin incluir opinión o valoración del periodista.

3.1.1.1.2. De Opinión

El género de opinión incluye las editoriales y los artículos de opinión. La editorial es el artículo de opinión del periódico y los artículos o comentarios de opinión constituyen el planteamiento personal de quien lo escribe sobre un tema de actualidad.

3.1.1.1.3. Interpretativo

El género interpretativo combina la información con la opinión y de esta mezcla, surgen las crónicas, reportajes interpretativos y entrevistas, entre otros.

3.1.1.2. Revista

Es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensualmente). Al igual que los diarios o matutinos, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet.

Su origen data del año 1663, cuando comenzó a editarse *Erbauliche Monats-Unterredungen* (“Discusiones mensuales edificantes”) en Alemania. En los años siguientes, Francia, Italia e Inglaterra también empezaron a editar distintos tipos de revistas.

Al igual que los periódicos, las revistas obtienen ingresos por la venta de ejemplares (es decir, lo que paga el lector para comprar la publicación), las suscripciones y las publicidades. Así también, existen revistas con carácter institucional que son distribuidas gratuitamente.

En la actualidad, podemos encontrar revistas –en formato físico y digital– sobre una amplia variedad de temas y dirigidas a distintos tipos de público, siendo entre las más comunes: revistas infantiles, femeninas, para hombres, de interés general, humorísticas, de espectáculos, deportivas, de análisis político y económico, entre otras. (<http://definicion.de/revista>).

3.1.1.2.1. Revista Digital

En los últimos años, con el auge que ha alcanzado el Internet a nivel mundial, se ha producido una verdadera revolución en los medios de comunicación impresos (libros, diarios y revistas, básicamente).

Debido a los altos costos de producción e impresión, muchas empresas editoriales se encuentran actualmente en crisis y –como consecuencia de ello- el auge de los libros electrónicos ha sido formidable.

Asimismo, publicaciones periódicas tradicionales se han visto obligadas a reducir su número habitual de páginas, han experimentado pérdidas enormes por conceptos de anuncios publicitarios, y algunas no han tenido otra alternativa que cerrar o incorporarse al llamado “mundo digital”, al reducir su circulación.

Han surgido así, los llamados *E-Books* (e-libros o libros electrónicos) y las revistas digitales, creadas especialmente para el medio electrónico y para lograr un alcance de millones de lectores en el mundo entero que tienen acceso a las mismas, gratuitamente, a través del internet.

Este fenómeno electrónico/digital fue introducido en modo *Beta* (de prueba), con la distribución de *Blender*, primera revista digital de origen estadounidense, especializada en música y lanzada al mercado en formato CD-ROM el año 1994. Este formato sirvió de plataforma publicitaria de grandes marcas del mercado, que publicitarían sus productos a través de la revista. (<http://definicion.de/revista>).

3.1.1.3. Nuevas Tecnologías

En su Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela, el Programa para las Naciones Unidas (PNUD) (2002), define a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) del siguiente modo:

Las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las Tecnologías de la Comunicación (TC) –constituidas por la radio, la televisión y la telefonía convencional– y por las Tecnologías de la Información (TI), caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfases). (Programa para las Naciones Unidas, 2002, p. 17).

Según el Portal de la Sociedad de la Información de Telefónica de España, las TIC “son las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información” (<http://www.fundacion.telefonica.com/es>).

Entre estos avances tecnológicos se encuentran: internet de banda ancha, teléfonos móviles de última generación, televisión de alta definición, códigos de barras, bandas magnéticas para operar con seguridad las tarjetas de crédito, cámaras fotográficas y video cámaras digitales, reproductores de MP3 y otros avances de última tecnología. (<http://www.fundacion.telefonica.com/es>).

El Portal de la Sociedad de la Información de Telefónica de España, concluye que las TIC están presentes en nuestras vidas y la han transformado; y que esta revolución –propiciada por la aparición de la tecnología digital–, unida a la aparición de ordenadores cada vez más potentes, ha permitido a la humanidad progresar muy rápidamente en la ciencia y la técnica, desplegando un arma más poderosa: la información y el conocimiento. (<http://www.fundacion.telefonica.com/es>).

3.1.1.3.1. Sitio Web

Un sitio web es un sitio (localización) en la *World Wide Web* que contiene documentos (páginas *web*) organizados jerárquicamente. Cada documento (página *web*) contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador. Un sitio puede contener una combinación de gráficos, texto, audio, vídeo, y otros materiales dinámicos o estáticos.

Cada sitio *web* tiene una página de inicio (en inglés *Home Page*), que es el primer documento que ve el usuario cuando entra en el sitio *web*, poniendo el nombre del dominio de ese sitio *web* en un navegador. El sitio normalmente tiene otros documentos (páginas *web*) adicionales. Cada sitio pertenece y es gestionado por un individuo, una compañía o una organización.

Un sitio *web* es también un medio de comunicación. La diferencia principal entre un sitio web y los medios tradicionales es que, un sitio web está en una red de ordenadores (Internet) y está codificado de manera que permite que los usuarios interactúen con él. Una vez en un sitio *web*, se puede realizar compras, búsquedas, enviar mensajes y otras actividades interactivas. (<http://www.definicion.de>).

3.1.1.3.2. Página Web

Una página *web* o página electrónica es el nombre de un documento o información electrónica que puede ser accedida mediante un navegador. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar navegación a otras páginas *web* mediante enlaces de hipertexto.

Las páginas web frecuentemente incluyen también otros recursos como hojas de estilo en cascada, guiones (*scripts*) e imágenes digitales. (<http://www.masadelante.com>).

La publicación española *Mas Adelante* (2011), señala que, en esencia, una página *web* representa una tarjeta de presentación digital, ya sea para empresas, organizaciones o personas, así como una tarjeta de presentación de ideas y de informaciones. Asimismo, la nueva tendencia orienta a que las páginas *web* no sean sólo atractivas para los internautas, sino también optimizadas o preparadas para los buscadores a través del código fuente (p. 4).

“Una página *web* es parte de un sitio *web* y es un único archivo que cuenta con un nombre de archivo asignado; mientras que, un sitio *web* es un conjunto de archivos llamados páginas *web*” (<http://www.masadelante.com>).

3.1.1.3.3. Interacción Digital

Como señala Sádaba (2000), la realización de un determinado material, sea éste fonográfico, fotográfico, escrito, audiovisual... y representado a través de un producto físico como un libro, revista, novela, disco compacto o fotografía, por mencionar algunos, cuenta con un complemento digital –basado en una estrategia de mercado– pensado para alcanzar la mayor cantidad de beneficiarios (pp. 134-139).

“Este complemento digital está ligado a la aparición de las nuevas tecnologías, como recurso global al alcance de un sinnúmero de personas, a través de la red internet y su infinidad de recursos que día a día se actualizan” (Sádaba, 2000, p. 140).

Solana (2014), director de la Agencia de Comunicación Publicitaria *DoubleYou*, señala que entre estos recursos, se encuentran las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, *blogs* personales, páginas *web* y sitios *web* de música, entre otros; elementos que representan una valiosa herramienta que permite que la información se encuentre al alcance de todos, sin importar edad, religión, sexo..., produciéndose el fenómeno de la globalización de la información; claro está, que también tiene sus restricciones de acceso en algunos casos (www.doubleyou.com/).

En el caso concreto de las publicaciones referidas a las revistas digitales, la interacción con el lector o beneficiario del producto –como tal– tiene que ver con la retroalimentación producida a partir de la información incluida en dicha publicación.

Los comentarios y sugerencias realizadas a través de su espacio en las redes sociales y otros espacios *on line*, son vitales para conocer la opinión de los lectores, además de ser un medidor del impacto que la publicación está experimentando en tiempo real.

De este modo, el *boom* de la era digital logra conectar distintas facetas del usuario de un producto, con el creador del mismo, y la interacción generada entre ellos, producirá un efecto de comunicación ideal y/o de gran relevancia para ambas partes. (Solana, 2014, párr. 6-8).

Por su parte, Sádaba (2000), en su texto *Comunicación y Sociedad*, nos dice que “la interactividad se ha convertido en la característica más predicada de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y que, los conceptos de sociedad de la información y sociedad interactiva, son sinónimos” (p. 143).

“La comunicación interactiva se da fundamentalmente desde el momento en que se inserta en un medio electrónico” (Sádaba, 2000, p. 144).

3.1.2. Cultura

O' Sullivan (1995) define a la cultura como “el conjunto de rasgos adquiridos por aprendizaje (en contraste con los biológicamente heredados), y que son compartidos por un determinado grupo social” (p. 87).

A este proceso de aprendizaje que va creciendo en el grupo social, O' Sullivan (1995) lo denomina “inculturación o enculturación y también socialización” (p. 88).

En el *Foro "Pensar la ciudad: un encuentro para construir"*, Orozco (2011), explica:

Etimológicamente, la palabra cultura proviene del verbo latino *colo, colere, cultum* (cultivar) y significa cultivo. En la Grecia antigua, el término correspondiente a cultura era *paideia* (crianza de un niño, instrucción, educación perfecta). En tanto, en la Roma de Cicerón, se usaba la palabra *humanitas* (naturaleza humana; dignidad humana, educación refinada).

Ateniéndonos a su definición verbal-etimológica, cultura es educación, formación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre; y en su reflejo objetivo, cultura es el mundo propio del hombre, en oposición al mundo natural, que existiría igualmente aún sin el hombre. (Orozco, 2011, párr. 4-5).

Tras varias afirmaciones y análisis de la cultura en diversos campos, Orozco (2011), concluye que:

La cultura es todo lo que hacemos, es todo lo aprendido a través de la socialización, es el comportamiento que se refleja a través de las tradiciones, costumbres, idiosincrasia, etc. y que surge en la medida que las sociedades evolucionan; por lo tanto, es una expresión cambiante, interdependiente a la vez, un reflejo de la estructura económica y que permite a los individuos – miembros de una sociedad–, diferenciarse de los ajenos, identificarse con los propios, llevando de esa manera, a la formación de una conciencia individual y social. Es la manera total de vivir de un pueblo, el legado que el individuo recibe de un grupo. (Orozco, 2011, párr. 9).

En tanto, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, define a la cultura como “el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre” (p. 52).

En este sentido, “la cultura coincide con la educación intelectual y moral; es decir, el hombre culto es el que participa de los más altos valores conservados por esta tradición de la sociedad” (O’ Sullivan, 2005, p. 90).

Orozco (2011), concluye que “la cultura es un lugar de encuentro que permite el diálogo con la diversidad; y es, a su vez, un espacio de búsquedas colectivas y la formulación de un proyecto futuro para los grupos humanos” (párr. 10).

3.1.2.1. Enfoques Teóricos de Cultura

A lo largo del tiempo, el concepto de cultura ha oscilado como en un péndulo, entre dos concepciones diametralmente opuestas: Por un lado, la formación de la personalidad, lo que los griegos llamaron *paideia* y los latinos *cultus anima* (cultivar el alma); y por otro, lo que el hombre realiza para dominar la naturaleza, modificar el ambiente natural y adaptarlo a sus necesidades, fines, intereses y valores.

En el Siglo XI, surgen dos corrientes: la tradición ilustrada y la tradición romántica. La primera concepción, nos independiza y separa de la naturaleza; la segunda, intenta incluirnos, a pesar de nuestros instintos, distintas formas de vida, valores y costumbres. (Martinell y Rosello, 1996, p. 72).

Martínez (2000), dice que “para la perspectiva socialista-marxista, la cultura es caracterizar superestructura o ideología; vale decir, que constituye un medio para la difusión de los valores y de la ideología. Para el desarrollo visto desde la perspectiva económica, la cultura es vista como un medio para lograr el lucro” (p. 122).

“Actualmente, la cultura ha expandido su concepción y sus relaciones en distintos ámbitos como la política, economía, sociedad, tecnología, religión y educación, entre muchos otros” (Martinell et al., 1996, p. 75).

3.1.2.2. Concepto Antropológico de Cultura

Desde el punto de vista antropológico, la cultura “es el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época o grupo social” (Stocking, 1966, p. 867).

Stocking (1966), dice que “si nos detuviésemos a pensar en todo lo que rodea al ser humano, concluiríamos que su entorno no es más que naturaleza; ésta, al ser modificada por el hombre, se ha convertido en algunos casos en cultura” (p. 326).

Para principios de siglo XIX, se va diferenciando el sentido antropológico de “cultura”, a partir de las siguientes nociones:

- Las culturas cambian y evolucionan pero no hay grados de cultura.
- La cultura es independiente de la “raza”.
- Relativismo cultural: no existen patrones de medida universales que nos permitan afirmar que una cultura es superior a otra. (Stocking, 1966, p. 867).

3.1.2.3. Cultura Ciudadana

Para entender ampliamente el concepto de Cultura Ciudadana, tomaremos en cuenta una serie de definiciones, entre las que se encuentran:

3.1.2.3.1. Ciudad

El término ciudad nos transporta a las expresiones *urbs*, *polis* y *cívitas* de las antiguas civilizaciones griegas y romanas.

Para los grandes filósofos de Atenas y de Roma, la ciudad se concebía como la cima de la civilización y del progreso cultural. Cabe traer a la memoria a dos grandes pilares: Aristóteles afirmaba que “la ciudad ha sido creada, en primer lugar, para hacer a los hombres verdaderamente hombres, y la ciudad existe para hacerlos felices. El hombre, que inicia su período de desarrollo en la familia, encuentra sólo en la ciudad, su madurez: el hombre es, por tanto, un animal político” (Primer libro de la Política).

Cicerón razonaba de la misma manera: “los hombres dejaron poco a poco la barbarie, descubrieron el arte de la vida comunitaria y crearon las primeras ciudades, donde aprendieron la civilización y cultivaron las artes liberales. El hombre encuentra en la *cívitas* o ciudad, un verdadero sentido de grandeza”.

Tanto para los griegos como para los romanos, la idea de ciudad los llevaba a una conciencia colectiva de unidad, en la que los intereses particulares quedaban supeditados por los comunitarios; era entonces, una empresa común donde existe un pacto de ayuda mutua. Esta conciencia los llevaba a formarse en el sentido de pertenencia, a mejorar sus condiciones de vida y así, alcanzar un nivel superior de desarrollo, contrapuesto a las aldeas o al campo.

La *polis* tiene como fin la supervivencia, propia de los pueblos y también la convivencia humana y el perfeccionamiento humano. (Orozco, 2011, párr. 1).

Botero (1588), primer sociólogo urbano, en su libro *De la causas de la grandeza y de la magnificencia de las ciudades*, escribe "Se llama ciudad, a una reunión de hombres que se juntan para vivir felices; y se llama grandeza de una ciudad, no ya a la dimensión del lugar, sino a la multitud de sus habitantes" (p. 24).

Orozco (2011), dice que "la ciudad –en su noble ideal– se concibe, hoy en día, como un símbolo, una representación colectiva, que evoca las aspiraciones o las ansiedades del hombre" (párr. 3).

Botero (1588), concluye su estudio afirmando que "el fin u objetivo de la ciudad, es la felicidad" (p. 130).

3.1.2.3.2. Ciudadano

En Roma, al ciudadano individual lo llamaban *civis* (plural de *cives*). Tal como de *civitas* hemos derivado ciudad, el término *civis* no dejó herencia en nuestra lengua, sino a través de su adjetivo derivado *civilis* (civil).

De esta manera, se denominaban *civis* a todo hombre o mujer que vivía al amparo del derecho de ciudadanía romana. Es entonces que, ciudadano es quien pertenece a la ciudad.

Civis procede del verbo *cieo, ciere, civi, citum*; que en sustancia significa convocar, poner en movimiento, agrupar, poner en marcha, impeler, etc.

En fin, según esta etimología, *civitas* sería la acción y el resultado de agrupar; y *civis* sería cada uno de los que forman parte de este agrupamiento. (Orozco, 2011, párr. 11).

Orozco (2011) concluye que “la ciudad se compone de ciudadanos o individuos que adquieren el derecho de ciudadanía, cuando se agrupan y participan en el devenir de la ciudad” (párr. 14).

3.1.2.3.3. Concepto de lo Urbano

Urquieta (2011), indica que, si bien, la definición teórica de lo urbano, partiendo de su contraposición a lo rural, se desarrolló tradicionalmente buscando establecer sus rasgos esenciales –entre éstos los criterios de densidad y tamaño, lo más ampliamente utilizados–, los aportes de la perspectiva sociológica llegaron muy pronto, planteando la importancia de incluir también entre estos rasgos, el modo de vida y las características sociales de la ciudad. (p. 13).

“Tratando de comprender las relaciones humanas al interior de la gran ciudad, Georg Simmel planteó en 1903, que la ciudad se distingue por su actividad económica no agrícola, lo que dio un importante giro con la inclusión de la dimensión espiritual”. (Urquieta, 2011, p. 13).

3.1.2.3.4. Espacio Público

En primer lugar, el espacio puede ser visto desde un sentido absoluto, como una cosa en sí, con una existencia específica, determinada, de manera única. Es el espacio del agrimensor y del cartógrafo. En segundo lugar, tenemos el espacio relativo, que pone en relieve las relaciones entre objetos y que existe por el hecho de que estos objetos existan y estén en relación unos con otros. En tercer lugar, está el espacio relacional, donde el espacio es percibido como contenido, y representa -en el interior de sí mismo- otro tipo de relaciones que existen entre objetos”. (Santos, 1996, p. 40).

Santos (1996), afirma que “existen por lo menos dos acepciones con respecto al espacio público: una que se refiere al espacio público físico, que se define en base a criterios jurídicos; y otra, que se refiere a un espacio público social y que contiene valores positivos” (p. 42).

El espacio público representa a las ciudades, allí se muestra cómo son las ciudades y cómo se reconoce el ciudadano. Mediante las prácticas cotidianas, los habitantes dan sentidos colectivos a los espacios: el espacio público es la calle, la vía, el parque, la parada, la unión entre barrios, las intersecciones, lo visible, aquello que es de todos. En el espacio público se evidencia la sociabilidad típicamente humana, en la que cada individuo decide cómo actúa, si se acepta o rechaza, si reconoce o ignora.

En el espacio público se va y viene entre desconocidos, entre diferentes. Se atraviesa pero también se habita. El espacio público moderno acepta la co-presencia de otros, la heterogeneidad, la homogeneidad y la discriminación. (Mendoza, 2011).

3.1.2.3.5. Convivencia

Elizalde y Donoso (1998), señalan que “convivencia proviene etimológicamente de *con-vivere*, que significa “vivir en compañía de otros, cohabitar”. El concepto de *con/vivencia* da cuenta de un fenómeno propio, aunque no exclusivo, de lo humano, el cual es: el convivir, el vivir con” (p. 2).

La existencia humana se lleva a cabo inevitable e inexorablemente en un contexto de convivencia, ello en razón de nuestra ausencia de autosuficiencia. La autonomía será siempre, para el ser humano, una utopía: se la podrá perseguir, buscar, avanzar hacia ella, pero siempre será algo inalcanzable; porque somos seres fracturados, fragmentados, limitados; seres en búsqueda de un sentido, de una dirección; seres en proceso de hacernos a nosotros mismos; seres perfectibles y no perfectos; seres humanos y no dioses. (Elizalde y Donoso, 1998, p. 2).

3.1.2.3.6. Sentido de Pertenencia o Cultura de la Pateñidad

Cada individuo forma parte de diversos entornos sociales, desde la familia hasta un sindicato o un club deportivo. La percepción y el reconocimiento de tales entornos es lo que se llama sentido de pertenencia.

Cada entorno tiene sus reglas, que el individuo debe observar para usarlo adecuadamente, es decir, para apropiárselo, respetando su ordenamiento y su carácter de patrimonio común.

La manera en que los ciudadanos se relacionan entre sí en cada entorno, es decir, la convivencia, depende del cumplimiento de las normas propias de ese entorno y de la capacidad de los ciudadanos de concretar acuerdos y dirimir conflictos pacíficamente.

El sentido de pertenencia a la ciudad de La Paz es lo que se conoce como *paceñidad* o la identidad de los paceños para con el lugar donde nacieron o desarrollan sus actividades en un momento determinado. De esta manera, diversos elementos como costumbres y tradiciones basadas en el amor a su ciudad, construyen la denominada cultura de la paceñidad. (Archivo Oficial del Gobierno Municipal – La Paz Capital Iberoamericana de las Culturas, 2009, p. 11).

3.1.2.3.7. Un nuevo concepto de Cultura Ciudadana

El concepto de cultura ciudadana se definió en el Plan de Desarrollo “Formar Ciudad” (1995-1997), como el “conjunto de valores, actitudes, hábitos, acciones y comportamientos unidos a un sentido universal de humanidad de las personas, a partir del respeto al ‘otro’ y al espacio común, con la correcta apropiación de deberes, derechos y obligaciones que forjan la convivencia mutua” (Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá D.C, p. 464).

Según este Plan, se retrata a la cultura ciudadana como un conjunto específico de aspectos de las relaciones sociales y que forman parte de la cultura como un todo. Tales aspectos, incluyen a aquellos valores, actitudes y comportamientos que tienen que ver con la convivencia y el ejercicio activo de la ciudadanía. (p. 464).

Cultura Ciudadana es un término propuesto por el Alcalde de Santa Fe de Bogotá, Dr. Antanas Mockus, en su primer período de gobierno (1994-1997), y que se materializó en el Plan de Desarrollo “Formar Ciudad” como una de las seis prioridades del mismo.

Mockus (2004), entiende a cultura ciudadana como el conjunto de los comportamientos, valores, actitudes y percepciones que comparten los miembros de una sociedad urbana y que determinan las formas y la calidad de la convivencia, influyen sobre el respeto del patrimonio común y facilitan o dificultan el reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos (p. 33).

Por lo tanto, cultura ciudadana “encierra a todos los aspectos que unen a los habitantes y les permiten vivir en armonía; escuchar y opinar, participar y habitar, con respeto, solidaridad y gentileza” (Mockus, 2004, p. 38).

En la experiencia boliviana –en específico, de la ciudad de La Paz–, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), a través de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC), desarrolló, en 2007, una Estrategia de Cultura Ciudadana basada en tres componentes: educacional, comunicacional y de participación ciudadana (Estrategia de Comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana, 2007, p. 4).

“La educación es uno de los caminos hacia lo cultural; pues por un lado, ésta le proporciona la metodología necesaria para la planificación, elaboración y ejecución de proyectos y programas dentro de una comunidad” (Dirección de Cultura Ciudadana, 2007, p. 21).

El documento de trabajo “Cultura Ciudadana: Cultura de acción y compromiso de la ciudadanía” (2010), retrata a la cultura ciudadana como “un elemento clave de lo que se denomina capacidad de organización y acción de una ciudad” (p. 5).

3.1.3. Relación entre Comunicación y Cultura

La comunicación es un ciclo inherente a todos los seres vivos, sin embargo, tiene la peculiaridad de que, en los seres humanos existen mayores ámbitos de especificación en cada uno de sus factores.

Todos los factores inherentes a comunidades humanas, se transmiten generación tras generación gracias a la comunicación, ya sea ésta, de manera directa e indirecta por los ascendientes a sus descendientes. (Morales, 2012, párr. 1-2).

Del mismo modo, Morales (2012), entiende a la cultura como “el conjunto de actividades y formas de pensar humanas, la cual se nutre con el paso de tiempo –de acuerdo a los factores culturales que rodean a la misma cultura– y que es a su vez, un factor individual, un factor comunitario y un factor intangible que se transmite” (párr. 3).

“De no ser por la comunicación, una sociedad desaparecería sin haber dejado rastro de su existencia, ya fuese una comunicación directa o indirecta, la cultura fue transmitida” (Morales, 2012, párr. 4).

O’ Sullivan (1995), señala que “la evolución de un proceso comunicativo, que involucra a participantes en la contribución de todo un ciclo, es todo lo que lleva a que una cultura se conserve como tal con el paso de los años; o se modifique, de tal manera que contenga elementos característicos de otros grupos humanos” (p. 101).

“La relación entre la comunicación y la cultura es muy importante en una sociedad” (O’Sullivan, 1995, p. 103), aspecto que fundamenta la importancia del presente trabajo, tomando en cuenta las grandes necesidades de fomento a la cultura y los espacios en los que se la promueve en nuestra ciudad y en todo el país.

3.2. HISTÓRICO

3.2.1. Ciudad de La Paz

La Paz, oficialmente Nuestra Señora de La Paz, es la sede de Gobierno de Bolivia y la capital del departamento. Situada a 3.600 metros de altitud, forma junto con la ciudad de El Alto, el núcleo urbano más grande y poblado de Bolivia. Se encuentra en la Provincia Pedro Domingo Murillo y cuenta con una superficie de 4.705 Km².

La ciudad de La Paz fue fundada en 1548 por Alonso de Mendoza en Laja como punto de descanso entre el tránsito Potosí y Cusco; para posteriormente tres días después, ser trasladada más al este, al borde del altiplano donde se inician la quebradas y un lugar más cálido, llamado Chuquiago Choqueyapu (en aymara *Chuqiyapu*, “chacra de papas o de oro”).

Debido al clima benigno de este inicio de valle, las cosechas de papa y otros cereales eran magnánimos, por un lado, o el oro que arrastraba el río de las laderas altas.

El nombre completo designado por los conquistadores españoles fue Nuestra Señora de La Paz, constituyéndose en la tercera ciudad después de Sucre (1538) y Potosí (1545). Su nombre conmemora la restauración de la paz después de la guerra civil que siguió a la insurrección de Gonzalo Pizarro contra Blasco Núñez Vela, primer virrey de Perú.

La Paz se levanta el 16 de julio de 1809 –con Pedro Domingo Murillo y otros mártires locales– contra el imperio español e instaura el primer gobierno libre de Hispanoamérica, formando una Junta Tuitiva el 22 de julio de 1809.

Tras la guerra federal de 1898 - 1899, La Paz asumió de facto la sede de gobierno (poderes ejecutivo y legislativo). La contienda enfrentó a Liberales del norte, contra Conservadores del sur. (<http://www.lapaz.bo>).

Su topografía, sus calles, su arquitectura, su gente, su diversidad, su clima impredecible, su altitud, sus tradiciones, sus colores, sus platos típicos, sus *micros* (micro buses), sus *Cebras* (jóvenes educadores urbanos), su caos, su día, su noche y otros miles de ingredientes, hacen de esta ciudad una de las más maravillosas, misteriosas y encantadoras del mundo. Es la envidia para visitantes y por eso, custodiada de su imponente nevado Illimani, aguarda mejores días para quien llega a conocerla.

3.2.2. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz

El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLPA) es la institución más importante de la ciudad, a nivel municipio.

Es una entidad pública, autónoma, que ejerce el gobierno local de la primera sección de la provincia Murillo del departamento de La Paz y está encargada de planificar y promover el desarrollo local, buscando contribuir a la satisfacción de las necesidades colectivas, garantizar la integración y participación ciudadana en el proceso de desarrollo y mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio a través de una justa distribución y una eficaz gestión de los recursos públicos municipales. (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2009).

3.2.2.1. Visión

La municipalidad de La Paz y su Gobierno, como institución intercultural, moderna y líder a nivel latinoamericano, tiene como visión, el promover una planificación, gestión y desarrollo integral del área metropolitana, alcanzando competitividad regional y brindando reconocidos servicios descentralizados, desburocratizados y de calidad; con personal solidario, altamente capacitado, competente, innovador e identificado con su institución y su Municipio, que tiene a La Paz ciudad de altura y capital sede del país. (<http://www.lapaz.bo>).

3.2.2.2. Misión

La Municipalidad de La Paz y su Gobierno, como institución líder, pública, democrática y autónoma, tiene como misión institucional, contribuir a la satisfacción de las necesidades colectivas de los habitantes del municipio, mejorando la calidad de vida de la población en sus aspectos tangibles e intangibles, y siendo capaz de enfrentar nuevas competencias, incentivando y generando espacios para la participación ciudadana, el intercambio intercultural, la inclusión social y construcción de ciudadanía. (<http://www.lapaz.bo>).

Como parte de las acciones de transformación, el GAMLP pone en vigencia diversas herramientas para promover un conjunto de cambios ordenados y sistémicos que permitan fortalecer y consolidar un proceso de reforma y modernización de la gestión municipal, así como la estructura organizacional, las funciones de las unidades organizacionales, subalcaldías y servicios regulados por la Municipalidad. (<http://www.lapaz.bo>).

3.2.2.3. Estructura Organizacional

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento Específico del Sistema de Organización Administrativa. (Ordenanza Municipal No. 408, 2008), la estructura organizacional del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz está conformada por seis niveles jerárquicos:

- Normativo Fiscalizador

Conformado por el Concejo Municipal con la Máxima autoridad del Gobierno Autónomo Municipal; constituye el órgano representativo, deliberante, normativo y fiscalizador de la gestión municipal.

- Dirección

Conformado por el Despacho del Alcalde Municipal y sus unidades organizacionales de asesoramiento. Siendo el Alcalde Municipal, la Máxima Autoridad Ejecutiva del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, responsable de la formulación de políticas y estrategias orientadas a asegurar una gestión municipal eficiente y transparente, promoviendo el desarrollo del Municipio, con el propósito de elevar los niveles de bienestar social de la comunidad.

- Apoyo Técnico Especializado

Conformado por el Despacho de Secretaría Ejecutiva y las unidades organizacionales administrativas. Como área organizacional es responsable de establecer de forma operativa las determinaciones emanadas por el Alcalde Municipal, brindando apoyo técnico especializado en la coordinación y seguimiento de las operaciones de todas las unidades organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal, contribuyendo de esta manera al cumplimiento de los objetivos con eficiencia, eficacia y economía.

- Acción Estratégica

Conformado por las Oficialías Mayores, Direcciones Especiales y Programas Estratégicos, como responsables de la generación de políticas y normas sectoriales para el desarrollo integral del Municipio de La Paz, facilitando la satisfacción de las necesidades colectivas de los ciudadanos.

- Operación Desconcentrada

Conformada por las Subalcaldías Urbanas y Rurales y por las Unidades Municipales Desconcentradas, con el propósito de acercar la gestión municipal y la presentación de servicios públicos de calidad a la comunidad del Municipio de La Paz, contribuyendo de manera directa a la satisfacción de sus necesidades.

- Descentralizado

Conformado por las Empresas Públicas Municipales que operan de manera autónoma y sectorial, bajo tuición del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de los Directorios, cuya Presidencia es ejercida por el Alcalde Municipal o su representante designado.

3.2.3. Dirección de Cultura Ciudadana

La Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) se crea a partir de la aprobación de la Nueva Estructura Organizacional del Gobierno Municipal de La Paz. (Ordenanza Municipal No. 197,2005).

Nace con el fin de dar respuestas a problemas muy concretos y que se hacían evidentes en el municipio paceño. El más importante, consiste en modificar el comportamiento de los habitantes de la ciudad de La Paz hacia un objetivo común: vivir en armonía, mejorar su calidad de vida. En síntesis, adoptar una “cultura ciudadana” responsable en todo sentido. (Estrategia de Comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana, 2008).

El año 2007, en coordinación con la Presidencia del Concejo Municipal, se crea la Estrategia de Cultura Ciudadana (Ordenanza Municipal 541,2007). Dicha estrategia está compuesta por tres tipos de componentes: educativo, comunicacional y de participación ciudadana.

Asimismo, los lineamientos generales con los que inicia su trabajo la Dirección de Cultura Ciudadana, son puestos en marcha a partir de una estrategia comunicacional basada en las temáticas: “La Paz limpia y sana”, “La Paz segura”, “La Paz en orden” y “La Paz sin ruidos”, haciendo que la imagen de la ciudad comience a ver sus frutos, gracias al trabajo conjunto realizado por funcionarios ediles y voluntarios pertenecientes a dicha instancia (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 5).

En 2012, tras los sucesos de deslizamientos ocurridos en varios sectores periurbanos de la ciudad, el eje “La Paz alerta” acompañaría los lineamientos de acción de dicha instancia municipal.

Campañas de información, difusión, sensibilización y capacitación, son las herramientas macro que permiten llegar cada vez a más personas. Para esto, es necesario identificar el tipo de grupo social con el que se ejecutarán las mismas, pese a que están enfocadas en temáticas que conciernen a toda la población en su conjunto.

3.2.3.1. Unidad de Educación Ciudadana

El brazo educativo de la Dirección de Cultura Ciudadana se encuentra estructurado en esta repartición institucional, desde donde se ejecutan distintas acciones de Educación Ciudadana enlazadas a programas de capacitación que tienen el fin de formar a los habitantes en Cultura Ciudadana y fortalecer su sentido de pertenencia y respeto con el otro y con la ciudad (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 11).

Estos programas están dirigidos tanto a estudiantes como a educadores urbanos y otros grupos de actores sociales. Entre estos, se encuentran el Programa Escolar Municipal de Cultura Ciudadana (PEMCC), el Programa de Formación en Cultura Ciudadana (PFCC) y el Programa de Inserción de Cultura Ciudadana en Educación Superior (PICCES), entre otros.

3.2.3.1.1. Programa Escolar Municipal de Cultura Ciudadana (PEMCC)

El Programa Escolar Municipal de Cultura Ciudadana (PEMCC) nace como respuesta a la situación de las relaciones, entre ciudadanos y espacio público, que sufrían un cierto tipo de abandono y desinterés, provocando un incremento en los problemas de convivencia en el municipio de La Paz, evidenciando actos de intolerancia y falta de respeto entre los ciudadanos y de estos con la ciudad (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 14).

Ante esta situación, fue necesaria la generación de programas destinados a modificar algunos hábitos, conductas y comportamientos de la ciudadanía –a través de procesos de formación y educación desde unidades educativas– que promuevan el respeto, la buena convivencia, el afecto por el lugar que habitan y que fortalezcan los valores ciudadanos y ayuden a ejercer una ciudadanía responsable.

3.2.3.1.1.1. *Inicios*

En 2007, la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) dio inicio a la elaboración de contenidos, metodología y materiales didácticos para el PEMCC; y mediante la suscripción de un convenio con la Dirección Departamental de Educación La Paz (ex SEDUCA), convocó a directores y profesores de distintas unidades educativas de la ciudad para capacitarlos y comprometerlos a replicar esta experiencia con sus estudiantes.

El programa está diseñado para ser implementado en los niveles Inicial, Primaria y Secundaria, tanto de unidades educativas fiscales, de convenio y particulares; con una periodicidad anual.

El año 2008, se validó el PEMCC con un grupo piloto de cinco unidades educativas y 1050 estudiantes de diferentes niveles. Asimismo, se firmó un convenio con el Ministerio de Educación para permitir un mayor alcance a estudiantes y unidades educativas de la ciudad de La Paz.

Desde el año 2009, el PEMCC se viene implementando paulatinamente en 400 establecimientos educativos del municipio paceño.

3.2.3.1.1.2. Objetivo

Promover y reforzar, en espacios escolares, valores ciudadanos que contribuyan a elevar la calidad de vida de los paceños y no paceños que habitan nuestra ciudad, a través de la generación de hábitos y comportamientos correctos que promuevan respeto por los demás y por el espacio público, en el marco de una convivencia armónica entre ciudadanos.

3.2.3.1.1.3. Retos

- Promover la reflexión y toma de conciencia de las causas de los problemas que tiene la ciudad -de sus actores y de sus posibles soluciones- en base a un enfoque intercultural que reconozca el derecho a la diferencia.
- Promover el empoderamiento de la niñez y juventud -en su rol de ciudadanos activos y comprometidos con lo que sucede en su medio- el ejercicio de ciudadanía y el conocimiento y cumplimiento de normas, obligaciones y derechos ciudadanos.
- Llegar al sistema educativo a través de una metodología no convencional y replicable para los 14 años de escolaridad; con nuevas temáticas cada año, permitiendo, con innovación, obtener mejores resultados sin modificar el currículo establecido.
- Formar a estudiantes de Unidades Educativas fiscales, de convenio y particulares de la ciudad de La Paz; y por ende, a sus familias y entornos de manera integral (calles, barrios, zonas), con sus directores, profesores y padres de familia.
- Promover y fortalecer el afecto y respeto por la ciudad y su participación activa en ella.
- Generar un programa de educación por la ciudad que sea flexible y sostenible en el tiempo, de manera que se replique y fortalezca a través de los años.

3.2.3.1.1.4. *Estructura*

El Programa Escolar Municipal de Cultura Ciudadana (PEMCC) se estructura en el marco de dos campos de acción: la *Cultura Ciudadana* y de la *Didáctica del Medio* (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 15).

El enfoque y filosofía de *Cultura Ciudadana*, pretenden promover cambios de hábitos ciudadanos, bajo las siguientes premisas:

- ✓ Respeto por el otro.
- ✓ Respeto por la ciudad.
- ✓ Ejercicio de ciudadanía.
- ✓ Conocimiento y cumplimiento de normas, obligaciones y derechos ciudadanos.
- ✓ Interculturalidad - derecho a la diferencia.
- ✓ Participación ciudadana.
- ✓ Tolerancia
- ✓ Convivencia pacífica, armónica y feliz.

Mockus (2004), entiende por cultura ciudadana, “al conjunto de valores, actitudes, comportamientos apropiados y reglas mínimas de conducta compartidas, que generan sentido de pertenencia, impulsan el progreso, facilitan una buena convivencia y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos” (p. 33).

En tanto, el enfoque de la *Didáctica del Medio*, se refiere al aprendizaje del entorno y en el entorno; propiciando sentido de pertenencia al lugar que se habita, fortaleciendo la identidad ciudadana y beneficiando las actitudes de empatía, solidaridad y respeto a la diversidad étnica y cultural; es decir, beneficiando la práctica plena de la interculturalidad.

Con el fin de promover el empoderamiento de la niñez y juventud, en su rol de ciudadanos activos y comprometidos con lo que sucede en su medio, el PEMCC propone una metodología que incluye actividades co-curriculares para trabajar en base a las siguientes 5 temáticas y problemáticas:

Temáticas	Problemáticas centrales
La Paz limpia y sana	Basura
La Paz en orden	Tráfico y vialidad
La Paz sin ruido	Contaminación acústica
La Paz segura	Consumo excesivo de alcohol
La Paz alerta	Prevención de riesgos

3.2.3.1.1.5. *Etapas de capacitación*

Previo a la implementación del PEMCC, se hace evidente el compromiso de directores y profesores de distintas unidades educativas de la ciudad, quienes se capacitan y motivan en talleres introductorios a la metodología con la que trabajarán.

Asimismo, padres de familia de estudiantes acompañan este proceso y se incorporan a la realización de talleres informativos y capacitaciones para apoyar el desarrollo del programa.

3.2.3.1.1.6. *Implementación*

En esta etapa intervienen los estudiantes, como protagonistas y parte fundamental del programa. Su desarrollo consta de tres importantes fases:

Fase del Encuentro: Etapa inicial en la que, tanto estudiantes como profesores, hablan acerca de las características de la ciudad y sus problemáticas. Una Guía Única para profesores y Cartillas Escolares son los materiales que acompañarán el proceso.

Fase del Senti-Pensar la ciudad: Contempla un recorrido por miradores, calles, plazas y parques de La Paz, identificando lugares donde se presente alguna de las temáticas planteadas para la implementación. Una instalación preparada por los estudiantes y unos mensajes plasmados en sus telógrafos sintetizarán todo lo aprendido.

Fase del Compromiso: Los estudiantes organizan ferias y exposiciones de sus trabajos en sus respectivas unidades educativas. A través de cartillas, periódicos murales y telógrafos, desarrollan propuestas y reflexiones ante las problemáticas trabajadas.

3.2.3.1.1.7. *Concurso de proyectos estudiantiles*

Dando continuidad y sostenimiento a las implementaciones del PEMCC y con el fin de ejecutar los proyectos estudiantiles resultantes del tercer día de trabajo realizado por estudiantes, profesores y padres de familia, tuvieron lugar dos versiones del Concurso “Cambiando la Ciudad desde mi Aula”, logrando grandes aportes reflejados en pequeñas acciones de toda la comunidad educativa y que juntos suman un ideal colectivo denominado “ciudad de calidad”.

PRIMERA VERSIÓN - CONCURSO 2010 “CAMBIANDO LA CIUDAD DESDE MI AULA” PARTICIPACIÓN

UNIDADES EDUCATIVAS	ESTUDIANTES PARTICIPANTES	PROFESORES PARTICIPANTES	PROYECTOS
60	8.388	263	92

SEGUNDA VERSIÓN - CONCURSO 2011 “CAMBIANDO LA CIUDAD DESDE MI AULA” (VERSIÓN RELATOS ESTUDIANTILES)

UNIDADES EDUCATIVAS	ESTUDIANTES PARTICIPANTES	PROFESORES PARTICIPANTES	RELATOS PRODUCIDOS
108	1.217	223	1.196

3.2.3.1.1.8. Logros

Al 2013, los logros cuantitativos del PEMCC se resumen de acuerdo a la participación e intervención directa con:

Directores y profesores capacitados y comprometidos	Unidades Educativas que ejecutan el PEMCC	Estudiantes que participan en el PEMCC	Profesores participantes en la Implementación del PEMCC
4.355	400	139.328	7.107

Los logros cualitativos del PEMCC se resumen de la siguiente manera:

- Los aprendizajes llegan a las familias de cada uno de los 139.328 estudiantes que participan en el PEMCC.
- El PEMCC se refleja en las 400 unidades educativas que participan del Programa.
- Los proyectos envueltos en el Programa y su correspondiente ejecución, han sido generados por estudiantes, profesores y directores.
- Se advierte una sociedad que escucha, ve y participa indirectamente en alguna de las actividades que el PEMCC genera.

- Maestros incorporan las temáticas de *cultura ciudadana y ciudad* como un eje transversal de educación.
- Generación y fortalecimiento del sentido de pertenencia y de afecto por la ciudad en el ámbito escolar, logrando que, con el tiempo, se proyecte una generación de ciudadanos más amigos y respetuosos de sus ciudades.
- Niños y jóvenes enfrentan su realidad, reaccionando reflexivamente y críticamente, promoviendo además, una participación ciudadana significativa.
- Por los resultados alcanzados, el Programa se muestra altamente replicable en otros municipios y ciudades del país.

3.2.3.1.2. Programa de Formación en Cultura Ciudadana (PFCC)

Programa iniciado en 2011 y que contempla el desarrollo de un ciclo de talleres de formación en educación ciudadana dirigido a choferes del transporte público, personal de la Guardia Municipal, gremialistas, jóvenes voluntarios, educadores urbanos *Cebras*, personal de subalcaldías, vecinos de Barrios de Verdad, instituciones, organizaciones y otros grupos de la sociedad civil (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 21).

La continuidad de sus acciones se encuentra dentro de la planificación de trabajo, encaminada en una oferta formal y continua de formación en cultura ciudadana que se ofrece a la ciudadanía en general.

3.2.3.1.3. Programa de Inserción de Cultura Ciudadana en Educación Superior (PICCES)

Programa iniciado en 2011 y que contempla el desarrollo de un ciclo de talleres de formación en educación ciudadana dirigido a estudiantes de universidades, institutos o academias con formación superior (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 23).

El primer paso de las acciones del PICCES contempla la realización de dos etapas piloto dirigidas a estudiantes de educación superior:

Una de ellas, con la Universidad del Valle (Univalle), en el Diplomado de Competencias Educativas; y otra, con el módulo de Educación para la Ciudadanía en el Proyecto de Transformación de la Educación Secundaria en el Municipio de La Paz (PROTES), en el marco de la primera versión del Diplomado de Formación en Valores y Actitudes Ciudadanas, llevado adelante por la Dirección de Educación del GAMLP. En ambas intervenciones se trabajó con 175 profesionales (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 24).

3.2.3.2. Unidad de Cebbras Educadores Urbanos y Voluntariado

El año 2001, la ciudad de La Paz recibe una nueva gestión municipal que asume el desafío de dar solución a varios problemas que la aquejan; y como respuesta a la necesidad de implementar Educación Vial para los ciudadanos, nacen las *Cebbras*: Educadores Urbanos (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 31).

El Programa, desde un principio, apuesta por los jóvenes como agentes activos en el reordenamiento urbano.

Es así que, el primer reto de los Educadores Urbanos *Cebras*, jóvenes de escasos recursos y en proceso de inserción laboral, fue enseñar a la ciudadanía a respetar el semáforo, el paso de cebra y las señalizaciones, logrando pronto ampliar sus acciones.

Desde el año 2005, la Unidad de Cebras Educadores Urbanos y Voluntariado representa el lugar físico desde donde se da vida a distintos proyectos enfocados en educación vial y que se enlazan a las tareas planteadas por la Dirección de Cultura Ciudadana.

3.2.3.2.1. Visión

Ser referente de una cultura ciudadana a nivel local, nacional e internacional, con el ejercicio pleno de valores, alcanzando la unidad en la diversidad.

3.2.3.2.2. Misión

Educar y generar procesos de reflexión en comunidad, mediante acciones destinadas a lograr el cambio y fortalecimiento de actitudes, poniendo en práctica valores, derechos y obligaciones, motivando la participación ciudadana en la construcción de una comunidad en la que vivamos en armonía.

3.2.3.2.3. Protagonistas

El “ponerse en el lugar del otro” sintetiza la actitud que día a día tiene el Educador Urbano, logrando ser el guía y ejemplo que transmita valores que promuevan el amor por su ciudad y sensibilicen al ciudadano a través de mensajes positivos enfocados en temáticas de tráfico y vialidad, ruido, seguridad, riesgos y basura, entre otras; permitiendo así, la construcción de una convivencia armónica basada en el respeto.

Actualmente, el Programa cuenta con 260 Cebras que trabajan por su ciudad y –a lo largo de estos 12 años– más de tres mil jóvenes fueron capacitados como Educadores Urbanos. Cada uno de ellos ha tenido la oportunidad de mejorar su calidad de vida, financiando sus estudios y cooperando económicamente con sus familias. Además, han encontrado un respaldo emocional y espiritual que les ha permitido superar dificultades y proyectar su futuro de manera responsable.

Otro gran logro del proyecto –fruto del espíritu de equipo que se genera entre los jóvenes– señala que más del 90% de ellos, ha culminado sus estudios o actualmente cursa alguna carrera en universidades, institutos o centros de formación de la ciudad.

El GAML, como fundador y gestor del Programa, apuesta por los jóvenes como protagonistas del desarrollo de Cultura Ciudadana. Son adolescentes y jóvenes mayores de 16 años de edad –con espíritu de superación, buena disposición, apertura, sensibilidad para relacionarse con otros y responsabilidad para asumir retos y desafíos– provenientes de toda la ciudad y de fundaciones y hogares de niños en situación de vulnerabilidad (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 33).

Los resultados alcanzados desde 2005 por la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) –hoy a la cabeza de Sergio Caballero– y el apoyo y confianza de empresas e instituciones aliadas, hacen posible que cada año el presupuesto del equipo se incremente y de esta forma, se amplíe la cantidad de Educadores Urbanos, su cobertura e impacto en la ciudad.

3.2.3.2.4. ¿Por qué la Cebra?

El paso peatonal, reconocido como “paso cebra”, dio origen a que la imagen del personaje educador fuera la de una *Cebra*, cuya interacción con las personas la realiza a través de un lenguaje corporal amable, teniendo como escenario principal: la calle (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 37).

En un principio, los jóvenes *Cebbras* utilizaban un traje de dos piezas que evolucionó hasta el uniforme actual, el cual les permite tener brazos y manos libres. Este diseño es más funcional, logrando cautivar la simpatía y el cariño de la gente, especialmente de los niños.

Los jóvenes *Cebra* buscan transformar la ciudad a través de actividades que promuevan la convivencia armónica y el bien común, comprometiendo y educando a los ciudadanos con valores que permitan la unidad en la diversidad, el respeto por uno mismo, el respeto a los demás y el respeto por los espacios públicos.

3.2.3.2.5. Pilares de acción

La acción social y la educación son las bases sobre las que se cimienta el Programa de Educadores Urbanos Cebras. Para su ejecución, se confía en el compromiso y amor de los jóvenes por su ciudad.

Pilar Social: El Programa representa una respuesta alternativa y real para jóvenes con dificultades y escasos recursos económicos, teniendo el compromiso de acompañarlos en sus proyectos de vida, además de otorgarles herramientas de desarrollo que les permitan alcanzar sus metas y objetivos personales.

Pilar Educativo: El Programa se realiza en dos fases: desde la capacitación de los jóvenes, hasta su práctica visibilizada en las calles, unidades educativas y hogares paceños, donde deberán enfrentar el desafío de educar para ser un “buen ciudadano”.

Las fundaciones que acompañan en estas tareas, son:

- Fundación Arco Iris (2003-2007).
- Fundación La Paz para el Desarrollo y la Participación (FUDEP) (2007-2012).
- Hogar de Niños Alalay (2007-2012).
- Centro Gregoria Apaza (2012).

3.2.3.2.6. Formación y capacitación

Los jóvenes Educadores Urbanos no sólo visten el traje Ceбра, realizan además otras acciones de educación y difusión de Cultura Ciudadana. Para ello, reciben una formación personal y artística en:

- Talleres de desarrollo personal.
- Talleres de artes escénicas.
- Talleres de cuentacuentos.
- Capacitación alternativa.

Además, los jóvenes reciben capacitación específica y permanente en:

- Educación vial.
- Prevención de Riesgos.
- Apoyo a personas con capacidades especiales.
- Manejo adecuado del agua.
- Liderazgo y trabajo en equipo, entre otros.

3.2.3.2.7. Retos

- Abrir un espacio en el que jóvenes con dificultades familiares y/o económicas, encuentren una respuesta que les permita desarrollar sus proyectos de vida.
- Educar y generar procesos de reflexión ciudadana sobre el orden, respeto y consideración, para lograr cambio en la relación y participación de todos frente al “otro” y hacia la ciudad.

- Motivar el cambio en las actitudes y comportamientos de la población, así como el sentido de apropiación e identidad de los vecinos por su comunidad, a través de la presentación de valores, actitudes y conductas representadas en forma directa, alegre y dinámica.
- A través de la interacción comunitaria, reconocer la felicidad como una acción que se construye.

3.2.3.2.8. Actitud y Acción Cebra

Los jóvenes Educadores Urbanos tienen una ¡Actitud Cebra! que los caracteriza, lo que les permite interactuar con la población en distintos escenarios: calles, parques, unidades educativas y todos aquellos lugares donde entregan su servicio, a través de un lenguaje corporal muy amable que cautiva la simpatía y el cariño de la gente y muy especialmente el amor de los niños.

Esta actitud se desarrolla en base a valores comunitarios que se practican internamente para luego ser transmitidos con una ¡Acción Cebra! a su entorno más próximo.

3.2.3.2.9. Expansión del proyecto

Hoy por hoy, el impacto causado en la ciudadanía y los medios de comunicación, además del trascendental apoyo del empresariado privado, hacen posible que los Educadores Urbanos “Cebbras” tengan otros proyectos, tales como:

- Cebra por un Día: Tras una capacitación que incluye talleres de lenguaje corporal y otros instrumentos de pedagogía alternativa, ciudadanos y personalidades visten el traje Cebra y ayudan a ordenar la ciudad por un día.
- Cebra Auspiciada: Empresas y organizaciones privadas contribuyen con la ciudad patrocinando económicamente al proyecto, permitiendo así, contar con una mayor cantidad de educadores urbanos y recursos para la producción de material de sensibilización para la población.
- Cebra Voluntaria: Las comunidades estudiantiles desarrollan tareas de educación y seguridad vial cerca de unidades educativas y vías en conflicto.
- Cebra en Macrodistrictos: Las Cebbras replican acciones educativas y ciudadanas en habitantes de distintos distritos de la ciudad, como Cotahuma, Centro y Max Paredes; buscando posibles soluciones conjuntas a temas propios del lugar.
- Cebra en Ciudades Hermanas: Las ciudades de Viacha (2008), El Alto (2009), Tarija y Oruro (2010) y Sucre (2012), implementaron el Programa bajo las mismas premisas del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, en un principio, para educar a chóferes y peatones en cultura vial, logrando pronto ampliar sus temáticas.
- Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”: Producción audiovisual, radiofónica, en cómic y de nuevas tecnologías, con mensajes de Cultura Ciudadana destinados a educar y sensibilizar a la población sobre los valores y actitudes que determinan una buena convivencia en la ciudad.

3.2.3.2.10. Reconocimientos

A lo largo de estos 12 años, la *Cebra* ha logrado constituirse en un referente de educación, un símbolo de buena conducta y un personaje respetado y querido por todos los habitantes de La Paz.

Prueba de su trabajo, son los siguientes premios otorgados a estos educadores urbanos:

- “Maya Pueblo” (2005).
- “Mejor Campaña Educativa” (2008).
- “Buen Conductor” de Transredes (2008).
- “Personaje de La Paz” por la FIPAZ (2009).
- “Forjadores de la Educación” por el Centro Boliviano de Investigación y Acción Educativa (CEBIAE) - (2010).
- “A la Inclusión” de FIEM (2010).
- “Mejor Funcionario Municipal de la Gestión 2010” por la Unidad de Transparencia del GAML P.
- “Personaje del Año” por diferentes medios de comunicación como: *La Razón, El Diario, Red Uno, Unitel y Pat* - (2010).
- “Premio Los Andes” por la Universidad de los Andes (2012).
- “Reconocimiento al desarrollo de cultura ciudadana” por la Cámara Junior Juvenil Internacional - 2012.
- “Cebra: Amiga de la Infancia” de UNICEF – Bolivia (2012).
- “Emprendimiento Social” por Responsabilidad Social Empresarial (RSE Bolivia) - (2012)
- “Escudo de La Paz” por la Agrupación Femenina Amigos de la Ciudad (2012).

- Reconocimiento en los medios de comunicación: *Cadena A, Canal 2, ATB, Canal 39, Canal 11.*
- Reconocimientos entregados por organizaciones sociales de la ciudad como: Guías Scouts de La Paz; kínder Munay Wasi; Programa “La Wislla Popular” (*RTP*), entre otros.

3.2.3.3. Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana

Desde esta área institucional nacen varios proyectos y campañas comunicacionales elaborados con el fin de que, tanto habitantes como residentes de la ciudad de La Paz, tomen conciencia sobre distintas temáticas de Cultura Ciudadana, tales como el manejo de basura, educación vial, contaminación acústica, consumo excesivo de alcohol y prevención de riesgos, entre otras (Dirección de Cultura Ciudadana, 2008, p. 41).

Todo este trabajo es ejecutado por un equipo humano conformado por comunicadores sociales, sociólogos, diseñadores gráficos y voluntarios, cuya labor va más allá de una producción intelectual y se extiende hacia una socialización y llegada a la población a través del uso de distintos medios comunicacionales tradicionales y alternativos.

Spots en canales de televisión, cuñas radiales y difusión a partir de entrevistas a funcionarios municipales y otros actores sociales, forman parte de los medios comunicacionales tradicionales utilizados. En tanto, carteles, dípticos, trípticos, gigantografías, murales, flash mobs..., están contemplados dentro de los medios alternativos a través de los cuales se llega a la población.

Son tres las campañas más importantes, emprendidas desde la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana, y que marcan un hito en la creación y ejecución de las mismas:

3.2.3.3.1. ¡Hasta cuándo, pues!

La campaña “¡Hasta cuándo, pues!” nació en 2006 a iniciativa de Verónica Córdova. La idea consistía en poner el dedo en la llaga social, señalando de manera puntual aquellos problemas y errores de la gente. Sus actitudes negativas fueron retratadas en la misma.

En efecto y sin problema alguno, gran parte de la población paceña podría reconocerse en la mala conducta de algunas personas que ponen de manifiesto el poco o nulo respeto que se tiene por el lugar donde viven y la forma en que se comportan. Cinco de seis productos audiovisuales preparados demuestran ese hecho.

Estas conductas denotan problemas profundos enmarcados en los primeros cuatro puntos en los que trabaja la Dirección de Cultura Ciudadana: “La Paz limpia y sana”, “La Paz sin ruido”, “La Paz en orden” y “La Paz segura”.

La campaña tuvo mucho impacto y su alcance fue meritorio, esto debido a que la frase pudo ser utilizada en varios contextos.

Uno de los seis videos que conforman la campaña ¡Hasta cuándo, pues!, muestra la historia de un joven ubicado en la Plaza de los Héroes – hoy Plaza Mayor de San Francisco–, donde, a plena luz del día, comete tres errores imperdonables que atentan a la convivencia en la ciudad.

En la primera escena, se observa cómo ese joven bota una cáscara de plátano a la calle y no se molesta en buscar un basurero o entregársela a la mujer que se encuentra barriendo la calle frente a él.

Luego, el joven lanza la colilla de un cigarrillo a las gradas que están al pie del busto del Mariscal Andrés de Santa Cruz.

El recurso narrativo-apelativo utilizado en el video (con el que la población puede encontrar empatía y ponerse a favor de la ciudad de La Paz), se encuentra en los diversos gestos faciales con los que reacciona el Mariscal.

Su rostro, atento a cada detalle del comportamiento del joven, denota la preocupación y/o reprobación implícita de la población cuando es testigo de que ciertas personas no están actuando como deberían.

Por ejemplo, ese joven despreocupado e incluso descarado, remata su mal comportamiento cuando orina en la jardinera que se encuentra a los pies del busto del Mariscal, en cuyo rostro –por supuesto– se reconoce una gran mayoría.

Como lado opuesto de esta campaña, también encontramos cierta identificación hacia esta mala conducta, no sólo desde el lado de la crítica sino desde el escenario del error.

El segundo video muestra el comportamiento de una muchacha en la calle, quien reacciona con cólera al encontrarse en un embotellamiento vehicular innecesario, conocido en nuestro medio como “trancadera”.

Acomodada en el asiento de atrás, le pide al taxista bajar de inmediato y no le da tiempo a éste de encender las luces de precaución, de acercarse a la acera y detenerse para que ella baje en la esquina, sino que lo obliga a detener el auto en mitad de la calle. Al salir de este, casi es atropellada por otro auto, que afortunadamente frena en seco.

Entonces, el comprensible y molesto chofer de una mañana azotada por el fuerte sol, vocifera desde su asiento una severa llamada de atención que la mujer ignora con un gesto displicente de la mano.

El tercer video nos demuestra las consecuencias del abuso del consumo de bebidas alcohólicas. Un joven bebe con sus amigos en plena calle hasta altas horas de la noche.

El descontrol al que lo arrastra la borrachera se advierte en sus movimientos inestables y zigzagueantes cuando intenta volver a casa. Al cabo de unas horas termina abandonado a su suerte, con el rostro lleno de sangre, en medio de una calle solitaria y mal iluminada, donde los peligros aún asechan por doquier.

Criticar estas actitudes cuando las miramos desde la ventana puede resultar fácil, pero como sociedad es muy difícil reconocerse en las mismas.

He ahí, tal vez, la delgada línea de la crítica en la que esta campaña se concentra, mirándose desde ambos lados de la orilla, tanto de la crítica como de la aceptación del error.

¿Hasta cuándo vamos a comportarnos de esa manera? La pregunta, por lo visto, sigue de pie, pese a que la campaña concluyó tiempo atrás. Queda demostrado así, que iniciativas de esta naturaleza sólo cumplen plazos institucionales, pero que pese a esto, continúa presente aquel mensaje que pide no incurrir en excesos que atenten contra la integridad de las personas.

3.2.3.3.2. ¡Hasta que tú quieras a tu ciudad!

Si ¡Hasta cuándo, pues! fue una campaña con mensajes muy fuertes, que desnudaba el mal comportamiento de las personas y sin tapujos, ¡Hasta que tú quieras a tu ciudad!, se encargó de señalar que “continuaremos teniendo esos comportamientos negativos hasta que aprendamos a amar a nuestra ciudad”.

Esta campaña recurrió a los niños para hacer sentir ese mensaje en la sociedad, afirmando que: la decisión se encuentra en cada persona y recae sólo en ella el rumbo que adquiera para construir una ciudad mejor.

Analizando de ese modo, esta campaña -que fue posicionada en la ciudad en un determinado tiempo institucional- aún se encuentra latente y prueba de ello es la frase “¡Hasta que tú quieras a tu ciudad!”, inscrita en las pancartas que muchas *Cebras* usan en las calles.

El hecho de que los educadores urbanos porten en manos este mensaje, significa que la respuesta al ¡Hasta cuándo, pues! aún se encuentra sobre la mesa de los deberes ciudadanos.

De esta manera, sólo el buen comportamiento de la ciudadanía, hará que otros copien esta actitud de forma empática y tomen conciencia del respeto que se debe tener al espacio público.

He aquí cuando la palabra “Amor” se convierte en ese compromiso que la Dirección de Cultura Ciudadana busca de la población: el enamorarse de la ciudad de La Paz con acciones ejemplificadoras.

3.2.3.3.3. Zeta: Primera Miniserie de Cultura Ciudadana

La necesidad de construir una ciudad más ordenada, segura, limpia y sin riesgos, es la premisa central de “Zeta”: primera miniserie de Cultura Ciudadana producida por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), a través de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) y la productora audiovisual Imagen Propia.

La miniserie contó con el financiamiento de la Comisión Europea, Oxfam, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Helpage International y la Fundación para el Desarrollo Participativo Comunitario (FUNDEPCO).

A través de historias de ficción, la miniserie muestra el comportamiento de los habitantes de La Paz en su cotidiano vivir. Bajo la frase “Dos minutos bastan para ser un héroe”, Zeta –el personaje principal– afirma su compromiso para mejorar la ciudad con su comportamiento y, de esta manera, enseñar a la gente que ser héroes ciudadanos toma muy poco tiempo y esfuerzo (Dirección de Cultura Ciudadana, 2011).

La miniserie incluye cuatro temporadas televisivas acompañadas de un cómic y un programa radial, además de su soporte digital a través de su página web oficial y redes sociales como el Facebook, Twitter y el canal YouTube.

La parte audiovisual fue realizada por la productora Imagen Propia, bajo la dirección de Fernando Vargas y la producción/guionización de Verónica Córdova. En tanto, las ilustraciones del cómic fueron creados por Joaquín Cuevas y los programas radiales estuvieron dirigidos por Marcio Paredes, con la musicalización del compositor Vadik Barrón.

3.2.3.3.3.1. Personajes

Entre los personajes que participan en las cuatro temporadas de la miniserie se encuentran:

Zeta

Joven paceño, recién egresado de colegio. Mientras decide qué hacer con su vida, se incorpora voluntariamente al grupo de Educadores Urbanos “Cebras” y se compromete a educar a los conductores de forma anónima.

Clara

Mujer emprendedora que, gracias a su esfuerzo, es conductora del programa de televisión “El Zartenazo”, espacio que permite al ciudadano dar su opinión sobre problemas que aquejan a La Paz, diciendo las cosas claras y poniendo soluciones conjuntas.

Margarita

Mamá del Zeta y dueña de un negocio de venta de polleras. Es una líder nata, orgullosa, práctica, sin pelos en la lengua. Sus clientes la llaman “La Ñusta de Oro” (“Princesa de Oro” en idioma quechua).

Lucas

Muchacho de familia acomodada, que pese a ser criado en la zona sur y haber salido de un colegio caro, tiene muy claro en qué vive. Es inteligente, aunque un poco ingenuo. Por insistencia de su padre estudia Economía en la Universidad Católica, pero a la vez se da tiempo para estudiar lo que realmente quiere: Literatura.

Vale

Es la hermana del Zeta. En la escuela le enseñan que tenemos que cuidar nuestro planeta, pero cuando sale a la calle ve que mucha gente no lo hace.

Nina

Estudia Literatura y le gustan los cómics. Con 18 años, tiene los pies sobre la tierra y, a pesar de demostrar una actitud muy pesimista ante la ciudad, ante la gente y las cosas, cautiva el corazón del Zeta.

El Dólar

Seguidor del equipo de fútbol The Strongest. Es chofer de una línea de minibús, logrando quitar pasajeros al Vicho. En su afán diario por las calles, incumple señales de tránsito y del respeto al peatón.

David

Apodado “El Vicho” (por Davicho), es un camba (nacido en la región oriental de Bolivia) que se quedó a vivir en La Paz por el amor a su esposa: Margarita. Es padre del Zeta, simpatizante del Club de Fútbol Bolívar y trabaja como chofer en unan línea de micros que recorre la ciudad y que tiene como principal competencia a los minibuses.

Lucindo

Albañil, carpintero, electricista, plomero, artesano y obrero empírico de otros mil oficios reciclables. Está muy orgulloso de sus habilidades y cuando termina uno de sus trabajitos siempre dice: “Lo que está bien, no está mal”.

3.2.3.3.3.2. *Temporadas*

La miniserie Zeta contempla cuatro temporadas con distintas temáticas incluidas en la estrategia de comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana y detalladas de la siguiente manera:

3.2.3.3.3.2.1. *Primera Temporada: “Dos minutos bastan para ser un héroe”*

Esta primera temporada, estrenada en septiembre de 2011, tuvo como principal temática: los riesgos que conlleva vivir en una ciudad única como lo es La Paz. Por ello, sus 8 episodios estuvieron enfocados en inundaciones y deslizamientos ocurridos en terrenos, asentamientos y construcciones de viviendas en lugares no seguros, como la ladera Villa San Rosario, barrio donde vive el protagonista de la serie.

Los deslizamientos ocurridos el año 2011 en varias zonas periurbanas de la ciudad de La Paz pusieron en alerta a toda su población movilizándola en su conjunto para prevenir hechos futuros de inminente riesgo.

La actitud de Zeta y de sus vecinos –reflejada en el sentido más amplio de la empatía y colaboración hacia quien se encuentra en una situación difícil– son evidenciadas en esta miniserie; naciendo así, una herramienta de sensibilización y de pro-acción hacia circunstancias que son de interés de todos los habitantes.

3.2.3.3.3.2.2. Segunda Temporada: “Aprovecharé aquí”

La segunda temporada, con rotación el primer trimestre de 2012, contó también con 8 capítulos enfocados en situaciones particulares correspondientes al tráfico y vialidad, por lo que contó con la participación de jóvenes Educadores Urbanos Cebra.

El comportamiento de la gente representa la característica principal a la hora de adquirir un sentido de compromiso para tener una ciudad en orden.

Esta temporada estuvo caracterizada por el “¿Puedo aprovechar aquí?” o “¡Aprovecharé aquí, maestríto!”, frases características del paceño o residente en esta ciudad que actúa de manera inadecuada ante las normas de tránsito y su relación ante los demás.

El “ponerse en los zapatos del otro” es el mensaje manejado por Zeta, su protagonista, quien muestra a Nina la ciudad desde otra mirada, esperando que poco a poco se dé cuenta que sí se puede cambiar o modificar la actitud de la gente frente a situaciones conflictivas.

3.2.3.3.3.2.3. Tercera Temporada: “El pensar en el ahorita”

La necesidad de reforzar los conceptos de riesgos y su prevención en la ciudad es la premisa para esta tercera temporada, en el que Zeta, Nina y otros protagonistas regresan para sumergirse en nuevas aventuras, aduciendo que “No hay segunda sin tercera”.

Estrenada en agosto de 2012, incluye la aparición de un nuevo personaje: Caro, una nueva muchacha que aparece en la vida de Zeta. El reconocido pintor Roberto Mamani Mamani y el transformista Paris Galán son los invitados especiales para esta temporada.

Sus ocho episodios abordan situaciones particulares correspondientes a la cultura de la prevención, criticando la actitud negativa de pensar sólo en el “ahorita” y promoviendo la preparación ante los riesgos de vivir en una ciudad como La Paz.

3.2.3.3.3.2.4. *Cuarta Temporada: “Yapame cuartita, casera”*

La cuarta temporada –difundida en noviembre de 2012– vuelve a retomar y profundizar la temática de prevención de riesgos, haciendo énfasis en el tema de resiliencia ciudadana o el saber sobreponerse a situaciones adversas.

La trama se ve rodeada de distintos hitos que marcan su curso, como la abnegada labor de los Educadores Urbanos Cebras y su compromiso por una mejor ciudad; las lluvias y sus consecuencias, sumadas a construcciones ubicadas en zonas de riesgo; la basura y la inseguridad en las calles.

A esto se suma la actitud de Nina, quien poco a poco comienza a cambiar, gracias a las acciones de Zeta y todas aquellas personas que adoptan una actitud de héroes de su ciudad.

3.2.3.3.3.3. *Difusión*

La miniserie tuvo una difusión simultánea a través de cuatro formatos diferentes plasmados en televisión, radio, cómic e internet.

TV

En televisión, los capítulos que conforman todas las temporadas tienen su propio elenco de artistas. Zeta es el protagonista y se desenvuelve en historias junto a su familia, amigos, su entorno, su barrio y los problemas de su comunidad.

La miniserie fue transmitida por señales abiertas y de cable de alta audiencia, llegando a los paceños en horarios estelares, como parte de su Responsabilidad Social Empresarial (RSE); logrando así, un alcance e impacto significativo en la población a nivel nacional y fuera de nuestras fronteras.

Radio

Varios capítulos de la miniserie televisiva incluyen escenas de un show televisivo denominado “El Zartenazo” y que es conducido por Clara. El mismo, logra mostrar al público una realidad paceña que necesita ser atendida por sus habitantes para mejorar.

Este sector fue estratégicamente rescatado para acompañar la emisión televisiva del Zeta a través de cápsulas radiofónicas difundidas en las principales emisoras de la ciudad, logrando una audiencia alta y significativa, debido a la interacción de los locutores con la ciudadanía sobre la temática abordada semanalmente en la miniserie.

Cómic

Un equipo de ilustradores encabezados por Joaquín Cuevas, dio vida a la realización del cómic del Zeta. Los hechos narrados en estas tiras gráficas se centran en la visión poco optimista que tiene Nina – personaje del que Zeta se encuentra enamorado – con respecto a la ciudad de La Paz.

Importantes medios impresos a nivel nacional permitieron que los cómics llegasen a la población los días jueves y domingo.

Internet

Respecto a las herramientas usadas en internet, la miniserie cuenta con su página web oficial: www.zeta.com.bo; además de su espacio en distintas redes sociales como Facebook y Twitter, las cuales se actualizan constantemente con todas las novedades de sus protagonistas (visitas a colegios, activaciones en espacios públicos, proyecciones audiovisuales y firmas de autógrafos, entre otras).

Estos recursos tecnológicos están disponibles para todo público e incluyen los episodios completos de la miniserie, los cómics y los programas de radio “El Zartenazo”. De igual manera, biografías de los personajes, una galería de fotos y un foro interactivo, forman parte de estas páginas oficiales.

Por su parte, un canal de YouTube, alberga en su base de datos audiovisual, todos los episodios y el making-of de esta producción nacional, además de entrevistas realizadas a los actores en distintos medios de comunicación.

3.2.3.3.3.4. Impacto en la población

El Zeta representa uno de los programas de comunicación – promovidos por el GAML P – con mayor índice de alcance en la población, representando el 60,1%; seguido del programa “El Zartenazo”, con el 51,8%. (Dirección de Cultura Ciudadana, 2012).

El estudio indica además, que el público seguidor de la miniserie oscila entre jóvenes y adultos mayores, con una aceptación del 60% en 2011 y el 81,6% para el 2012.

Cotahuma y Periférica representan los dos macrodistritos paceños con mayor porcentaje de conocimiento de la miniserie, en la que su protagonista, Zeta, es el más conocido y preferido entre los demás personajes. A él le siguen Clara, Margarita y Nina.

3.2.3.3.3.5. *Proyección*

La excelente recepción y aceptación de esta producción nacional por parte de la población, dan curso al surgimiento del proyecto que pretende dar continuidad al Zeta con la realización de la película inspirada en la miniserie, y cuyo tema central contemplará los cinco ejes con los que trabaja la Dirección de Cultura Ciudadana: La Paz limpia y sana; La Paz segura; La Paz en orden, La Paz sin ruido y La Paz alerta; además de la visión que la gestión actual encara hacia el año 2040.

Seguridad, prevención de riesgos, tráfico y vialidad, serán nuevamente abordados en este emprendimiento en el que intervendrá Imagen Propia junto a elementos actorales jóvenes junto a un equipo 100% profesional.

En este sentido, distintas fundaciones e instituciones comprometidas con la ciudad como la Fundación para el Desarrollo Participativo Comunitario (FUNDEPCO), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) y la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE), entre otras, harán posible su realización, programada para el segundo semestre de 2014 y esperada por todos sus fans.

Asimismo, el impacto logrado por “El Zartenazo” –como cápsula incluida en la miniserie– verá la luz en un formato audiovisual propio, difundido a nivel nacional, y que también contará con la conducción de Clara y la participación de la población, como principales agentes de cambio antes circunstancias que aquejan a la ciudad.

3.2.3.4. Despacho

Es desde esta unidad espacial que se desprende el Programa de la Felicidad (PDF), eje inédito en las políticas municipales y que –introducido, iniciado y liderado por la misma DCC- vendrá acompañado de intervenciones, talleres y dinámicas, creadas con el fin de establecer un nuevo lazo que interactúe, de manera directa y abierta, con la población, a través de un nuevo componente integrador: la felicidad; fortaleciendo la gratitud ciudadana, el espíritu paceño y una forma distinta de ver a La Paz (Dirección de Cultura Ciudadana, 2013).

Un plan motivacional –enriquecido de Talleres Drao Transformacionales y vivenciales– será la herramienta que acompañe al PDF, ejecutando lineamientos de acción dirigidos a públicos provenientes de distintos núcleos: universidades, embajadas y direcciones de la estructura misma del GAMLP, entre otros.

3.2.3.4.1. Programa de la Felicidad (PDF)

El Programa de la Felicidad (PDF) representa una innovadora estrategia de desarrollo social, laboral, económico, académico y político, nunca antes implementado en ningún municipio de Bolivia, como herramienta transversal de cambio ciudadano, implementación de políticas públicas y transformación municipal (Dirección de Cultura Ciudadana, 2013).

El programa es ejecutado por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), a través de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) y la participación directa de la Unidad Cebras Educadores Urbanos y Voluntariado y la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana.

Interviene, además, un equipo especializado en Desarrollo Social Alternativo, Marketing Social Alternativo, Coaching Ontológico, Psicología Social y Terapias Alternativas de potenciación humana.

3.2.3.4.1.1. La felicidad: instrumento de transformación ciudadana

La Paz es el primer municipio del país que integra a la felicidad como un instrumento funcional para el relacionamiento humano, social, político, económico, académico, etc., afrontando el cotidiano con positivismo, esperanza, paz y gratitud.

Una ciudad feliz es una ciudad abierta a cambios positivos, a un sano crecimiento social y a la potenciación de la razón de ser del ciudadano.

De esta manera, las acciones del Programa de la Felicidad (PDF) están destinadas a contagiar de un espíritu positivo y renovado a todos quienes se animen a vivir una nueva experiencia a partir de algo diario, que no cuesta nada y que se comparte y contagia: la felicidad.

Distintos organismos operacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) y otros núcleos y ámbitos organizacionales de la ciudad –embajadas, cooperaciones, universidades...–, forman parte de sus beneficiados.

La fórmula que acompaña al programa es simple y contundente a la vez: “¡Si cambio yo, cambia el mundo!”, pretendiendo despertar así, el estado de felicidad en el individuo y convertirse, además, en un efecto multiplicador del mensaje de cambio.

3.2.3.4.1.2. Objetivo

Potenciar el estado de felicidad y gratitud en la comunidad y al interior del GAMLP, para liderar una transformación ciudadana que le permita al municipio paceño, afrontar el cotidiano con positivismo, esperanza, alegría y paz (Dirección de Cultura Ciudadana, 2013).

3.2.3.4.1.3. *Retos*

- Generar la revolución de la felicidad en cada ciudadano y ciudadana de La Paz, desde el individuo; y el cambio y transformación individual.
- Replantear los conceptos de felicidad ciudadana para asegurar una convivencia armónica y de gratitud en los habitantes.
- Generar indicadores que le permitan al GAMLP diseñar políticas de gestión en todas las áreas con las que esta trabaja, en base a lo que la comunidad entiende por felicidad y por lo que le hace feliz de verdad.
- Generar sentido de pertenencia ciudadana en cada habitante y estante del municipio.
- Impulsar el desarrollo de ciudadanos propositivos y activos hacia el cambio positivo y la gratitud.

3.2.3.4.1.4. *Fases*

Las acciones del Programa de la Felicidad se desarrollan a través de tres importantes fases:

- 1) Fase 1 - Investigación, consulta ciudadana y relevamiento: Etapa inicial en la que, a través de consultas ciudadanas y un conjunto de dinámicas, se reúne información sobre las necesidades del ciudadano que le permiten alcanzar un estado de felicidad.

Su ejecución será llevada a cabo en distintos macrodistritos y barrios de la ciudad de La Paz.

- 2) Fase 2 - Consolidación del Programa: En base a la información recabada en la Fase 1, se creará un fuerte impacto ciudadano sobre lo que es la felicidad y el poder alcanzarla a través de la gratitud.

Será ejecutada en grupos sociales estratégicos y unidades organizacionales del GAML P, durante el periodo de un año.

- 3) Fase 3 - Transversalización: Se buscará expandir las acciones del PDF en nuevos ámbitos institucionales, organizacionales, etc., en los que el ciudadano represente el motor para su funcionamiento y sea quien lidere estos procesos.

Su campo de ejecución tendrá lugar en grupos sociales estratégicos, unidades educativas y unidades organizacionales del GAML P, durante el periodo de un año.

3.2.3.4.1.5. *Estructura*

El Programa de la Felicidad está integrado por dos Macro Proyectos: El Proyecto Amarillo y PDF: La Revolución de la Felicidad.

3.2.3.4.1.5.1. *Macro Proyecto I - Proyecto Amarillo*

Macro Proyecto creado con el fin de inspirar un servidor municipal feliz y agradecido, fortaleciendo su compromiso con la ciudad, un sentido de pertenencia con el chaleco amarillo y un estado de felicidad con actitud positiva.

En este sentido, se trabaja haciendo uso de las siguientes herramientas:

- Señalética de la alegría: Mensajes e imágenes transformacionales de alto impacto, instalados en espacios municipales y expresados a través de afiches, flyers y otras publicaciones divertidas y alternativas.

Frases como “La felicidad es una decisión”, “Hoy es un buen día para dar lo mejor de ti” y “Celebra tus logros”, entre otras, forman parte de este incentivo emocional que estará presente a diario en cada oficina y puesto de trabajo.

- Cosquilleo municipal (Happenings): Manifestaciones artísticas enfocadas en la participación de los servidores municipales, sacudiendo su rutina e invitándolos a ser parte de estas transformaciones.
- Talleres Drao Transformacionales: Conjunto de metodologías vivenciales en las que se motiva al participante a cambiar el modo de ver las cosas, afrontando los problemas como situaciones solucionables.
- Instinto Amarillo (Mentoring): Proceso en el cual, un mentor o especialista en un área específica, identifica y potencia las habilidades de un Directivo, para que éste las profundice y expanda a su equipo de trabajo.
- Día Amarillo (Encuentros): Espacios de encuentro de servidores municipales, creados con el fin de celebrar la vida y reafirmar su compromiso con la ciudad por la que trabajan.

3.2.3.4.1.5.2. Macro Proyecto II - PDF: La revolución de la felicidad

Macro proyecto creado con el fin de potenciar el estado de felicidad en la ciudadanía paceña, generando así, ciudadanos propositivos, creativos y con sentido de pertenencia.

Teniendo en cuenta estos parámetros, se emplean las siguientes herramientas:

- Señalética: De manera estratégica, la felicidad, la gratitud, el positivismo y la transformación interna, serán publicitados a través de gigantografías, letreros, grafitis, stickers y publicaciones con un contenido motivacional y de superación.

Frases como “Busca una nueva perspectiva”, “Un abrazo reconforta, da esperanza” y “Sonríe, yo invito”, entre otras, forman parte de este incentivo emocional que estará presente a diario en distintos espacios públicos de la ciudad.

- Talleres Drao Transformacionales: Conjunto de metodologías vivenciales donde la persona es motivada a vivir el proceso de cambio desde su observador y desde su propia experiencia.
- Movida ciudadana (Voluntariado y Escuadrón de la Felicidad): Grupo de personas que, con un espíritu y enfoque positivista de acción y cero queja, socializará los valores del PDF, ayudando a cambiar la ciudad de manera propositiva y creativa.
- Happenings: Intervenciones urbanas o *performances* realizadas en espacios públicos de la ciudad, involucrando una participación masiva del ciudadano, quien se verá favorecido de energía positiva y mensajes positivos de amor y felicidad.

3.2.3.4.1.6. *Resultados esperados*

A nivel servidor público:

- Un servidor comprometido y enamorado de su trabajo.
- Un servidor propositivo, innovador, feliz y motivado diariamente.

A nivel directivo:

- Un líder en el que se pueda creer y al que se le tenga lealtad, no miedo; al que se le respete por su calidad humana y su capacidad, no por su cargo.
- Un líder eficientemente permeable a la situación, a las necesidades de su equipo y a las necesidades de su máxima autoridad.
- Un líder claro y preciso en la conformación de ideas, en la forma de expresarse, en la forma de presentar informes, explicar contenidos; que domine el lenguaje.
- Un líder positivo, motivador, esperanzador, que sepa optimizar el tiempo y que marque un camino positivo para su equipo.

A nivel ciudadano:

- Un ciudadano propositivo, innovador, feliz y motivado diariamente.
- Más y mejores espacios de negociación y conciliación con grupos sociales de choque (transportistas, gremiales,...).
- Crear un movimiento ciudadano que deje la queja e inicie la acción.
- Una ciudad abierta a la transformación, al positivismo y a la gratitud.

3.2.3.4.1.7. *Proyección*

Con el trabajo realizado por profesionales y voluntarios que intervienen en los procesos del PDF, se espera:

- Generar la revolución de la felicidad a niveles de macro impacto ciudadano y con un ambiente de armonía, gratitud y, por ende, felicidad ciudadana, para que estos sean los nuevos ejes de trato ciudadano, político, económico y social.
- Asegurar que cada unidad organizacional del GAMLP emplee el Programa de la Felicidad y el modelo Drao Transformacional, en el diseño, ejecución y evaluación de sus programas, proyectos y acciones.
- Transversalizar el modelo Drao Transformacional como una herencia del GAMLP a la ciudadanía y como una herramienta de transformación comunitaria.
- Facilitar el uso de esta metodología a distintas organizaciones e instituciones de la ciudad, para asegurar una comprensión conjunta de las necesidades del ser humano con relación al estado de felicidad.

3.3. REFERENCIAL

3.3.1. Experiencia de Cultura Ciudadana en Colombia

El concepto de Cultura Ciudadana se concibe con la nueva Constitución Colombiana de 1991. La convocatoria se la realizó bajo la idea de Democracia Participativa e incorporó una voluntad de construcción de ciudadanía; fue acompañada de labores muy intensas y por una Organización No Gubernamental (ONG) muy conocida en Colombia, que se llama “Viva la Ciudadanía”, cuyo fin era promover el concepto de ciudadanía, promover la identificación de los ciudadanos con la ciudadanía. “Viva la Ciudadanía” ayudaba a que mucha gente muy escéptica propusiera ideas para fortalecer los derechos de los ciudadanos y para la construcción de la nueva Constitución Política del Estado. (Mockus, 2004, p. 64).

Mockus (2004), indica que este concepto se fortalece en su gestión de gobierno municipal. El primer objetivo de dos planes de desarrollo de 1995 a 1998 y de 2001 a 2004, se denominaría Cultura Ciudadana (p. 65).

“Desde el comienzo aparece como un triángulo la relación ciudadano-ciudadano, sobre todo entre ciudadanos desconocidos, pero también ciudadano-Estado; la manera en que el ciudadano trata al Estado y la manera en que el Estado trata al ciudadano, definen mucho la calidad de la ciudadanía” (Mockus, 2004, p. 66).

Cultura Ciudadana fue un conjunto de programas y proyectos que expresaron la principal prioridad de un gobierno local claramente orientado hacia la convivencia ciudadana por la vía de un cambio comportamental consciente.

Las acciones impulsadas por la Alcaldía durante los tres años contados a partir de enero de 1995, permitieron reducir la tasa anual de homicidios de 72 (1994) a 51 por 100.000 habitantes (1997), y de 25 a 20 por 100.000 la tasa de muertes violentas en accidentes de tránsito. Esto se logró con el desarme legal y el desarme voluntario y mediante control del horario del expendio de alcohol.

También se redujo en más de dos tercios el número de niños lesionados con pólvora por la prohibición de fabricarla, venderla y usarla.

Otro logro de Cultura Ciudadana fue enfrentar durante meses, con ahorro voluntario impulsado por la administración, la escasez de agua causada por un derrumbe. (Mockus, 2004, p. 78).

En 2004, Mockus indicó en su libro “Bogotá para vivir”, que Cultura Ciudadana partió del reconocimiento de un “divorcio” entre tres sistemas reguladores del comportamiento: ley, moral y cultura. Además, buscó tener en cuenta la autonomía y la fuerza relativa de la regulación cultural –que define los comportamientos aceptables de una manera que depende mucho del contexto social y cultural– frente a la regulación jurídica y a la regulación moral individual.

Pretendió ayudar a cambiar –conscientemente– la mutua regulación de los comportamientos entre las personas cuando se encuentran en contextos como el espacio público, el transporte público o los espectáculos públicos y, asimismo, cambiar la regulación de las interacciones entre ciudadanos y funcionarios, interacciones que fortalecen la ciudadanía del ciudadano o la destruyen y que – correlativamente– crean o aniquilan un sentido de autoridad imparcial. Con frecuencia el programa logró vincular exitosamente moral, ley y cambio cultural. Lo hizo mediante una comunicación intensa de los objetivos de la ley y de las acciones de aplicación de la ley y mediante un acompañamiento con acciones complementarias orientadas al mismo objetivo pero basadas en el fortalecimiento de la mutua regulación cultural o de la propia regulación moral (p. 84-89).

3.3.1.1. Objetivos

En este proceso, se definieron cuatro objetivos correspondientes a Cultura Ciudadana, principal prioridad y columna vertebral del Plan de Desarrollo “Formar Ciudad” de Bogotá:

- a) Aumentar el cumplimiento de normas de convivencia;
- b) Aumentar la capacidad de unos ciudadanos para que lleven a otros al cumplimiento pacífico de normas;
- c) Aumentar la capacidad de concertación y de solución pacífica de conflictos entre los ciudadanos;
- d) Aumentar la capacidad de comunicación de los ciudadanos (expresión, interpretación) a través del arte, la cultura, la recreación y el deporte.

3.3.1.2. Acciones

Las políticas de Cultura Ciudadana incluyeron múltiples acciones de educación ciudadana enmarcadas por una filosofía común. Las mismas, implicaron cooperación interinstitucional y multisectorial. “Su costo total, durante los tres años (1995 a 1997), fue de cerca a 130 millones de dólares (3.7% del presupuesto de inversión para la ciudad)” (Mockus, 2004, p. 92).

La labor emprendida por Mockus (2004) –dentro de su periodo de gobierno municipal–, implicó el desarrollo y ejecución de acciones, como la utilización de tarjetas ciudadanas; implementación de mimos y cebras, como agentes educadores; creación de varios boletines y leyes con base a distintas temáticas ciudadanas; y tareas de formación de ciudadanos, referidas a cambiar su actitud ante situaciones diarias y su participación e involucramiento para cambiar el pensamiento colectivo de los habitantes (p. 94). (Ver detalle de Acciones en Anexo 1).

3.3.1.3. Conclusiones

La unidad de todo el proceso se logró en torno a la idea de: Fuerza de cultura ciudadana. El mensaje –a favor de la autorregulación–, facilitó la legibilidad de las acciones y permitió que distintas acciones sirvieran de apoyo –unas a otras– en la construcción del mensaje general “podemos vivir mejor si nos regulamos mejor”.

Parte del resultado positivo podría deberse a que todas las acciones, salvo tal vez la referida al Concejo, contribuyeron a construir confianza. (Mockus, 2004, p. 101).

4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación está dividida en tres fases:

La primera, enfocada en el trabajo previo a la elaboración de la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*; etapa que comprende hitos como el análisis de situación de la instancia donde se desarrolla el estudio, el recojo o acopio de información, el lugar de realización del trabajo, además del tiempo y duración que involucró su puesta en marcha.

Una segunda fase, muestra el proceso de elaboración de la revista –como producto a obtenerse– detallando un proceso que va, desde la elección del nombre elegido para la publicación –revista *La Pazeando*–, los nombres de los sectores incluidos en la revista, así como el contenido que será abordado en esta publicación institucional.

La última fase, está referida a la presentación del producto de la investigación – revista *La Pazeando*–, con etapas que contemplan el diseño gráfico y armado de la revista, una validación institucional, que finalmente derivará en la socialización del producto hacia la ciudadanía, a través de medios digitales.

4.1. FASE 1: ASPECTOS PRELIMINARES

4.1.1. Análisis de Situación

Para dar inicio al desarrollo de la presente investigación, se realizó un proceso previo, que consistía en una evaluación o análisis de situación actual de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC); esto en cuanto a las acciones que realiza dicha instancia municipal y que tienen que ver con su Estrategia de Comunicación para difundir sus actividades hacia la población paceña.

En este análisis de situación, se pudo verificar que:

- La institución no contaba con una herramienta de comunicación de carácter institucional –revista, boletín, semanario...– y que, además –a nivel interno–, sirva de lazo para conocer las actividades que cada unidad tiene planificado ejecutar.
- La población no contaba con un recurso comunicacional que le provea información a través de un medio de difusión –ya sea en formato físico o digital– con un contenido basado en las acciones de cultura ciudadana emprendidas por el municipio paceño, en un lapso de tiempo.

A partir de la verificación de esta situación, se trazaron metas y objetivos a ser alcanzados mediante el uso de distintas técnicas –dentro de un cronograma definido– con el fin de dar solución a la falencia identificada y, que –por ende– derivaría en la elaboración del producto de la investigación: la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*, denominada *La Pazeando*.

4.1.2. Acopio de Información

Esta etapa se centró en la recopilación de información de todas aquellas actividades que realizan las unidades que conforman la Dirección de Cultura Ciudadana, con el fin de incluirlas en la revista institucional de la misma, a través del uso adecuado de técnicas e instrumentos empleados para tal propósito.

De este modo, y tras una revisión de distintos documentos provenientes de fuentes documentales primarias y secundarias de investigación –boletines del GAMLP, libros, memorias, artículos periodísticos, páginas web, entrevistas... relacionadas al ámbito de cultura ciudadana–, así como de información procedente de fuentes personales –autoridades y funcionarios de la Dirección de Cultura Ciudadana, autoridades y funcionarios del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, educadores urbanos *Cebbras*, coordinadores del *Proyecto Cebra...*–, se realizó una exhaustiva selección de toda la información útil para la investigación, la cual fue procesada y organizada –a partir de un cronograma de tareas riguroso– con el fin de obtener el producto de la investigación: revista *La Pazeando*.

4.1.3. Lugar de Realización del Trabajo Dirigido

El Trabajo Dirigido del presente proyecto de investigación, fue llevado a cabo en dependencias de la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana –dependiente de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC) del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP)–, ubicadas en el 4to. Piso de la Casa de la Cultura “Franz Tamayo” (Av. Mariscal Santa Cruz, esquina calle Potosí).

4.1.4. Tiempo y Duración del Trabajo Dirigido

Las tareas realizadas en el proyecto de investigación fueron ejecutadas del 7 de agosto al 15 de diciembre de 2012, en horario de tiempo laboral completo – 8:30 a 12:00 y 14:30 a 19:00–; de acuerdo al convenio institucional existente entre la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP).

4.2. FASE 2: PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA REVISTA

El proceso para la creación del producto comunicacional, incluyó las siguientes acciones:

- Elaboración de un cronograma de trabajo que contemple, de manera detallada, las actividades que vienen realizando las distintas unidades y áreas que componen la Dirección de Cultura Ciudadana.
- Seguimiento y recopilación de información de las actividades que vienen realizando las distintas unidades y áreas que componen la Dirección de Cultura Ciudadana, con el fin de incluirlas en la revista institucional de la misma, a través del uso adecuado de las técnicas a emplearse.
- Elaboración de un cronograma para la realización de entrevistas, notas y otros contenidos a ser integrados en el diseño gráfico y armado de la publicación.

4.2.1. Origen del Nombre

El nombre de la Revista Digital e Interactiva “La Pazeando” –como producto institucional de la Dirección de Cultura Ciudadana (DCC)– surge a partir de la unión y/o fusión de las palabras: “La Paz”, como la ciudad que abraza todo el desarrollo de actividades emergidas de una cultura ciudadana responsable; y “paseando”, como gerundio simple del verbo pasear.

Del resultado de esta unión, emerge *La Pazeando*, nombre que identificará un producto gráfico, periodístico, desarrollado con objetividad y, desde el cual –de manera institucional– se difundirán las actividades más importantes de la Dirección de Cultura Ciudadana hacia la población.

Este vínculo, institución-ciudadano, representa una de las herramientas más útiles que toda institución debe incluir en sus estrategias de comunicación para acercarse al ciudadano, como individuo al que se le brinda un servicio social.

Desde un inicio, se planificó la creación de la revista como un producto institucional a ser distribuido de manera digital, apoyados en el importantísimo y creciente fenómeno de las nuevas tecnologías, las cuales contribuyen a elevar la llegada de este producto a instituciones aliadas, grupos, colectivos, Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y ciudadanía en general; y por consecuencia, su impacto en la población.

4.2.2. Sectores de la Revista

La Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, denominada La Pazeando, consta de las siguientes secciones:

a) Presentación / Editorial

Espacio introductorio a la revista *La Pazeando*, plasmado a través de una presentación hecha por el director de Cultura Ciudadana, y en la que –de manera general– se indican las actividades más importantes efectuadas por dicha dirección a su cargo y que irán incluidas en dicha publicación.

Género periodístico utilizado:

- De opinión.

b) Reportaje de la Unidad Cebras Educadores Urbanos y Voluntariado

Sector destinado a resaltar la actividad más relevante de la Unidad de Educadores Urbanos Cebras y Voluntariado, repartición de la DCC donde nacen los lineamientos generales en los que se basa el Proyecto de Educadores Urbanos “Cebras”.

Campañas como la de *Cebra por un Día*, *Cebra en los Macrodistrictos* y *Cebras en ciudades hermanas*, entre otras, forman parte de las acciones llevadas a cabo por un equipo de jóvenes educadores urbanos y sus coordinadores respectivos, quienes dan continuidad al trabajo iniciado el año 2001 y que, hoy por hoy, es una de las tareas más importantes emprendidas por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP), y que, además, es representada por la imagen de la *Cebra*, como educador urbano y portavoz de mensajes ciudadanos.

Género periodístico utilizado:

- Informativo.

c) El Infractor

Sector dedicado a poner en evidencia –a través de fotografías–, la mala conducta del ciudadano, con el fin de que el lector reciba un conjunto de imágenes destinadas a hacer prevalecer –en él– un estado de responsabilidad en las acciones que tome cuando se enfrente a las mismas situaciones retratadas por el lente de la cámara; o, dicho de otro modo, que proceda a realizar buenas acciones para beneplácito suyo y de los demás ciudadanos del lugar en el que habita.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

d) El Ciudadano Ejemplo

Sector en el que la voz del ciudadano se ve reflejada a través de una entrevista que destaca su labor y, de esta manera, convertirse en un ciudadano modelo, a partir de los cinco ejes con los que trabaja la DCC: “La Paz limpia y sana”, “La Paz segura”, “La Paz en orden”, “La Paz sin ruidos” y “La Paz alerta”.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

e) Reportaje de la Unidad de Educación Ciudadana

Sector destinado a resaltar la actividad más relevante de la Unidad de Educación Ciudadana, repartición de la DCC desde donde nacen acciones de formación y educación ciudadana dirigidas al conjunto de la población paceña.

Campañas y proyectos, como el Programa Escolar Municipal de Cultura Ciudadana (PEMCC), son sólo una parte de las tareas emprendidas por esta instancia, que cuenta, además, con el apoyo de instituciones gubernamentales, públicas y privadas, ligadas a una serie de procesos educativos en sus distintos niveles y que, año tras año, tiene su continuidad en espacios públicos; todos ellos, supervisados por profesores y tutores de los estudiantes involucrados.

Género periodístico utilizado:

- Informativo.

f) La Cebra Social

Espacio de la revista en el que –haciendo uso de fotografías– se muestra la presencia de jóvenes educadores urbanos *Cebbras*, en distintas actividades organizadas o apoyadas por el Municipio Paceño.

El fin de este sector tiene que ver con afirmar el posicionamiento y la imagen de la *Cebra*, como personaje identificado con la gestión municipal y, más en particular, con su compromiso ciudadano ligado a un conjunto de acciones ciudadanas responsables plasmadas en el día a día.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

g) Reportaje principal de la DCC

Sector destinado a resaltar la actividad más relevante de la Dirección de Cultura Ciudadana, llevada a cabo con el equipo de funcionarios públicos que trabajan al interior de la misma. Se toman en cuenta las campañas efectuadas por cada unidad de la institución mencionada.

Es en este punto que saldrá a la palestra un reportaje que plasme la labor bandera producida, organizada y ejecutada en días anteriores a la publicación de la revista, o que, según el caso, tenga lugar los días siguientes a dicha actividad.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

h) Actividades DCC

Espacio reservado para incluir un resumen breve de las actividades de cada área que compone la Dirección de Cultura Ciudadana, y que fueron desarrolladas en los últimos meses previos a la publicación del número de la revista a la cual se hace referencia.

Género periodístico utilizado:

- Informativo.

i) Lo Que Se Viene

Espacio que incluye un resumen breve de las actividades de cada área que compone la Dirección de Cultura Ciudadana, y que tendrán su realización los días próximos a la publicación del número de la revista a la cual se hace referencia.

Género periodístico utilizado:

- Informativo.

j) Facebook

Sector enriquecido por la interacción que producen las redes sociales con el ciudadano, y se materializa en un documento institucional que cuenta con herramientas de medición de seguidores, y –por consiguiente– se hace plausible también la medición de su impacto en la población.

En este espacio se destacan los comentarios más sobresalientes realizados en las páginas oficiales de: *Las Cebras de La Paz*, *Miniserie Zeta-Página Oficial* y *Dirección de Cultura Ciudadana*, entre otras, las cuales ocupan una parte en la red social Facebook.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

k) Reportaje de la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana

Sector destinado a resaltar las actividades más relevantes de la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana, repartición de la Dirección de Cultura Ciudadana desde donde nace la Estrategia de Comunicación de esta instancia municipal y que, a través de ella, se desprenden distintas campañas y proyectos que integran elementos de participación ciudadana en los que se promueven acciones que regulen un comportamiento responsable de sus habitantes.

Diversas tareas y proyectos como la Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”; además de presentaciones de teatro, música, danza y otras expresiones artísticas, se fusionan con mensajes ciudadanos producidos con el fin de crear reflexión de los habitantes de la ciudad de La Paz acerca de diversas problemáticas que aquejan a esta urbe.

Género periodístico utilizado:

- Informativo.

l) Cómics

Sector de la revista reservado para incluir una historieta de la Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”. Su continuidad se verá reflejada en cada número a publicarse de la revista, haciendo de este espacio, un producto coleccionable para niños, jóvenes y lectores en general.

Género periodístico utilizado:

- Informativo.

m) Cebróscopo

Espacio de entretenimiento para el lector, en el que se destaca un horóscopo preparado con ilustraciones de *Cebras* –creadas por el artista Jorge “Carioca” Dávalos– y mensajes ciudadanos; ambos elementos personalizados para cada signo zodiacal y que además incluyen mensajes ciudadanos y consejos útiles para ser puestos en práctica en el futuro.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

n) Experiencia Cebra

Espacio de la revista en el que se incluyen testimonios de ciudadanos o personajes públicos que relaten la experiencia de haber vestido el traje de *Cebra* desarrollando la labor de un educador urbano comprometido con su ciudad.

Género periodístico utilizado:

- Interpretativo.

4.2.3. Creación de Contenidos

A partir de una planificación previa para la elaboración del producto de la presente investigación: *revista La Pazeando* –consistente en el acopio de información y su posterior selección–, se crearon contenidos basados en los sectores con los que contaría dicha publicación y que serían desarrollados a través de:

- Entrevistas a ciudadanos y principales artífices de las actividades a resaltar en las notas periodísticas a incluir en la revista.
- Redacción de notas periodísticas, creadas haciendo uso de distintos géneros periodísticos, como el interpretativo, de opinión e informativo.
- Utilización de imágenes, a través de distintas fotografías tomadas durante la cobertura periodística realizada para cada actividad.

4.3. FASE 3: PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1. Diseño y Armado de la Revista

Este proceso es llevado a cabo por el equipo de diseñadores gráficos con los que cuenta la Dirección de Cultura Ciudadana, quienes –en coordinación con los investigadores del presente trabajo– son los encargados de proporcionar la línea gráfica –dimensiones, tipos de letra, colores...– que poseerá la *revista La Pazeando*.

La labor inicia con el armado de toda la información –puesta a disposición por el equipo de investigadores del presente trabajo– traducida en artículos, crónicas, editoriales... y fotografías, para cada sección que conforma la revista.

Es importante señalar que, cada sector de la revista tendrá una línea gráfica particular e independiente, aspecto que será predominante a la hora de tener el producto final, logrando ser identificable en cada una de las publicaciones a realizarse.

4.3.2. Validación Institucional

Al tener concluidos todos los contenidos de la revista, así como todo el diseño y armado de la revista, comienza un proceso de validación de los mismos –a cargo de la Dirección de Cultura Ciudadana–.

Este proceso tiene que ver con una revisión exhaustiva –a cargo del director de la Dirección de Cultura Ciudadana y/o del responsable de la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana– de toda la información a ser incluida en los distintos artículos, reportajes, editoriales, crónicas... que serán plasmados en cada una de las publicaciones de la revista *La Pazeando*.

Del mismo modo, el uso de fotografías tendrá su propio proceso de validación, puesto que estas imágenes acompañarán los artículos, reportajes, crónicas... dispuestos en los distintos sectores establecidos para la revista.

En este punto, es importante resaltar que, cada fotografía deberá incluir una referencia con el nombre de su autor o la procedencia de la misma, según los derechos de autor establecidos en el territorio boliviano y a nivel internacional.

4.3.3. Socialización

Tras los pasos previos, que dan lugar a la elaboración de la revista *La Pazeando* y su correspondiente validación –por parte de la Dirección de Cultura Ciudadana–, dicha publicación será distribuida con una periodicidad trimestral, posible gracias al uso de las nuevas tecnologías de investigación en la comunicación (NTIC).

Al ser una publicación en formato digital –presentado en formato PDF o formato de documento portátil, por sus siglas en inglés: *Portable Document File*–, su socialización o llegada a la población, será realizada a través de la red internet.

Algunos de los beneficios que trae consigo el internet son: el envío de correos electrónicos –teniendo en cuenta la base de datos institucional con la que cuenta la Dirección de Cultura Ciudadana– y el correspondiente hospedaje del enlace del documento en distintas páginas *web* institucionales, así como su inclusión en páginas oficiales institucionales en redes sociales de gran alcance, como el *Facebook* y *Twitter*, entre otras.

Un elemento adicional e importante, a la hora de resaltar este proceso, indica que toda aquella persona –usuario/beneficiario de la revista *La Pazeando*– a quien va dirigida la publicación, podrá acceder a ella –de forma gratuita–, tras hacer un clic en el enlace dispuesto en el correo electrónico, página web o red social; accediendo así, al documento digital de la revista, habilitado para su vista previa en línea o, en su defecto, para su descarga.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Con la elaboración de la revista *La Pazeando*, se logró socializar –de manera externa e interna– la información de todas las actividades que organiza y apoya la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

Distintas personas –habitantes de la ciudad de La Paz o de otros departamentos, ciudades y países–, fueron beneficiados con la socialización externa de la revista.

De la misma manera, la socialización interna de la revista, permitió a la institución, crear vínculos de interacción entre cada área componente de la Dirección de Cultura Ciudadana –en relación a los objetivos de trabajo y actividades que realizan cada una de ellas–, así como en estructuras al interior del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

- Se lograron promover las actividades internas y externas de las unidades que componen la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz:
 - Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana.
 - Unidad de Educación Ciudadana.
 - Unidad Cebras Educadores Urbanos y Voluntariado.
 - Despacho.

- Se crearon secciones dentro de la revista, con un contenido que aborda los cinco ejes con los que trabaja la Dirección de Cultura Ciudadana: “La Paz limpia”, “La Paz segura”, “La Paz en orden”, “La Paz sin ruidos” y “La Paz alerta”.
- Se logró profundizar –en gran medida– el espíritu de paceñidad en los ciudadanos, a través de la creación de notas, reportajes y entrevistas, acompañados de su respectivo material fotográfico.
- Se propuso a la Dirección de Cultura Ciudadana, la inclusión de la *Revista Digital e Interactiva La Pazeando*, en su estrategia comunicacional, logrando una aceptación que permita hacer de esta publicación, un documento institucional indispensable para sus políticas de relacionamiento con otras instituciones –ligadas a la cultura ciudadana en la ciudad de La Paz y otras ciudades de Bolivia–, además de significar una herramienta de difusión importante para llegar a la población.

A partir del aporte que representa la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana La Pazeando*, como producto comunicacional, la institución se ve fortalecida con una herramienta que informa, promueve y sensibiliza al ciudadano sobre distintas temáticas de cultura ciudadana.

- Se logró verificar que, con la creación de un contenido gráfico –que retrate las actitudes y acciones positivas o negativas de la gente frente a su ciudad– se puede sensibilizar al ciudadano.

Asimismo, se verificó que, con el uso de herramientas de digitalización, interactividad, diseño gráfico dinámico y atractivo visual, se logra despertar el interés del lector; llegando así –de manera efectiva– al público al que está dirigida esta herramienta de comunicación.

PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN

**“REVISTA DIGITAL E INTERACTIVA DE LA DIRECCIÓN DE CULTURA
CIUDADANA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ”**

REVISTA LA PAZEANDO N°1 y N°2

5.2. RECOMENDACIONES

- Los investigadores recomiendan a la institución donde se realizaron las prácticas académicas –Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) – la inclusión de la *Revista Digital e Interactiva de la Dirección de Cultura Ciudadana*, denominada *La Pazeando*, en su Estrategia Comunicacional; y, por consiguiente, su futura implementación.
- Del mismo modo, a futuro, se recomienda continuar y posicionar este producto comunicacional –como resultado de la presente investigación–, a través de una difusión masiva y manteniendo las características de interacción y diseño de la misma, debido a que éstas marcan un hito en la elaboración de revistas o boletines de distribución digital, a nivel del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP).
- Asimismo, los investigadores recomiendan la profundización de los lazos hacia la población –a partir de entrevistas, testimonios...–, con el fin de plasmar sus actitudes y acciones de cultura ciudadana en los distintos sectores o espacios de la revista, reservados para este propósito.
- La transición de un formato digital a un formato físico o impreso, representaría el posicionamiento de esta herramienta comunicacional –en términos de difusión–, a un nivel de mayor impacto y llegada hacia servidores municipales y a la población en general; por lo cual, se recomienda concretar este importante paso.

GLOSARIO

Agrimensura: Fue considerada antiguamente la rama de la topografía destinada a la delimitación de superficies, la medición de áreas y la rectificación de límites. En la actualidad, la comunidad científica internacional reconoce que es una disciplina autónoma, con estatuto propio y lenguaje específico que estudia los objetos territoriales a toda escala, focalizándose en la fijación de toda clase de límites. De este modo produce documentos cartográficos e infraestructura virtual para establecer planos, cartas y mapas, dando publicidad a los límites de la propiedad o gubernamentales. Con el fin de cumplir su objetivo, la agrimensura se nutre de la topografía, geometría, ingeniería, trigonometría, matemáticas, física, derecho, geomorfología, edafología, arquitectura, historia, computación y teledetección.

Cebra (Educador Urbano): La *Cebra* es un personaje que posee un traje y máscara para desarrollar su trabajo de educación en base a su lenguaje corporal y la responsabilidad que pueda construir con su estilo y recursos, la base del accionar de la *Cebra* se da por los fundamentos artísticos, por que este tiene la capacidad de darle espíritu y dinámica necesaria.

La formación artística tiene la cualidad de desarrollar un espíritu abierto, observador, sensible, con autoestima, fácil para comunicarse, para reaccionar y activarse socialmente. Son jóvenes y adolescentes entre 16 y 22 años, de grupos sociales vulnerables en situación de riesgos y jóvenes con “necesidad” y espíritu de superación.

Cualitativo: Es un adjetivo que tiene su origen en el latín *qualitativus*. El término se emplea para nombrar a aquello vinculado a la cualidad (el modo de ser o las propiedades de algo). Un análisis cualitativo, por lo tanto, está orientado a revelar cuáles son las características de alguna cosa. De este modo, lo cualitativo se centra en la calidad, a diferencia de lo cuantitativo que está enfocado a las cantidades.

Diagramar: Distribuir proporcionalmente los espacios de un texto y/o imágenes.

Empírico: Que es un resultado inmediato de la experiencia, que solo se funda en la observación de los hechos.

Era de la Información o Era Digital: Es el nombre que recibe el período aproximado que, sucede a la era espacial y antecede a la economía del conocimiento y va ligada a las tecnologías de la información y la comunicación. 'Era de la información' es una expresión aplicada al período en el que el flujo de información se volvió más rápido que el movimiento físico, y se empezó a utilizar a partir de 1990. Empezó en la segunda parte del siglo XIX con la invención del teléfono y la telegrafía y explotó con la fundación del internet global.

La 'Era de la información' designa la era en la que la información es un valioso recurso, y encontrar o generar la adecuada información a tiempo proporciona una ventaja. Se está popularizando junto con la expresión 'revolución del conocimiento libre' debido a la facilidad que proporciona internet para compartir contenidos (fotos, textos, vídeos y música). Por ello han surgido licencias de derechos de autor mucho más permisivas que el *copyright* como *Creative Commons*, *GPL* o *GNU*.

Espacio Público: Se llama espacio público al lugar donde cualquier persona tiene el derecho de circular, en oposición a los espacios privados, donde el paso puede ser restringido, generalmente por criterios de propiedad privada, reserva gubernamental u otros. Por lo tanto, espacio público es aquel espacio de propiedad pública, dominio y uso público. En el aspecto legal, podemos decir que el espacio público moderno proviene de la separación formal entre la propiedad privada urbana y la propiedad pública.

Tal separación normalmente implica reservar desde el planeamiento, suelo libre de construcciones (excepto equipamientos colectivos y servicios públicos) para usos sociales característicos de la vida urbana (esparcimiento, actos colectivos, transporte, actividades culturales y a veces comerciales).

Desde una aproximación jurídica, podemos definirlo como un espacio sometido a una regulación específica por parte de la administración pública, propietaria o que posee la facultad de dominio del suelo, que garantiza su accesibilidad a todos los ciudadanos y fija las condiciones de su utilización y de instalación de actividades.

Espíritu de Paceñidad: Sentimiento de pertenencia. Referente a la ciudad de La Paz.

Estrategia: Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. Proviene del idioma griego *stratos* (ejército) y *agein* (conducir, guiar).

Globalización: Es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por las sociedades que viven bajo el capitalismo democrático o la democracia liberal, y que han abierto sus puertas a la revolución informática, plegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones internacionales.

Globalización Cultural: Las actuales tecnologías (Internet, TV satelital, etc.) y la conformación de bloques de naciones (Unión Europea, TLC, Mercosur, etc.) acercan a lo que se ha denominado la "Aldea Global" por medio del proceso de globalización, es decir, a la realidad de quitar las fronteras hechas por el hombre a lo largo de su historia. La transculturización, o globalización cultural se define como el hecho de generar una cultura universal.

Definen “bueno” el hecho que hermanaría a la humanidad; y lo “malo”, es que este fenómeno atenta contra modelos de sociedades tradicionales que prefieren ir a un ritmo más lento y preservar sus costumbres e historia.

Heterogéneo: Es un adjetivo que significa que algo está compuesto de por elementos o partes de distinta naturaleza. Algunas palabras que tienen un significado similar son: misceláneo, mezclado, mixto y variopinto. Esta palabra procede del latín *heterogenēus*, que a su vez deriva del griego *ἑτερογενής* (*heterogenēs*), formado por *ἕτερος* (*heteros*, 'diferente', 'otro') y *γένος* (*genos*, 'género', 'raza').

Hipertexto: Es una herramienta de software con estructura no secuencial que permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos. La forma más habitual de hipertexto en informática es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos (lexías). Si el usuario selecciona un hipervínculo, el programa muestra el documento enlazado. Otra forma de hipertexto es el *stretchtext* que consiste en dos indicadores o aceleradores y una pantalla. El primer indicador permite que lo escrito pueda moverse de arriba hacia abajo en la pantalla.

Es importante mencionar que el hipertexto no está limitado a datos textuales, podemos encontrar dibujos del elemento especificado o especializado, sonido o vídeo referido al tema. El programa que se usa para leer los documentos de hipertexto se llama navegador, browser, visualizador o cliente, y cuando seguimos un enlace decimos que estamos navegando por la web. El hipertexto es una de las formas de la hipermedia, enfocada en diseñar, escribir y redactar texto en una media.

Homogéneo: Es aquello que pertenece o que está relacionado a un mismo género. El término procede del latín *homogenēus*, aunque su origen más remoto nos lleva a la lengua griega. El adjetivo hace referencia a aquello poseedor de caracteres iguales. Una mezcla o una sustancia homogénea, por lo tanto, exhiben composición y estructura uniformes.

Implementación: Poner en funcionamiento, aplicar los métodos y medidas necesarios para llevar algo a cabo.

Interacción: La interacción es una acción recíproca entre dos o más objetos, sustancias, personas o agentes. En Sociología, la interacción social, influencia que recibe todo individuo en sociedad; la interacción simbólica, una de las corrientes de pensamiento microsociológico; la interacción cultural, concepto histórico sobre los cambios socioeconómicos.

En Informática, la interacción persona-computador. En Diseño y Ciencias de la Comunicación, la interactividad es el proceso que establece un usuario con un dispositivo, sistema u objeto determinado; el diseño de interacción disciplina que define el comportamiento de los productos y sistemas con los que interactúa el usuario.

Interactividad: La interactividad es un concepto ampliamente utilizado en las ciencias de la comunicación, en informática, en diseño multimedia y en diseño industrial. La interactividad es similar al nivel de respuesta, y se estudia como un proceso de comunicación en el que cada mensaje se relaciona con el previo, y con la relación entre éste y los precedentes.

Internauta: Es un neologismo resultante de la combinación de los términos Internet y del griego *vautnc* (nautes, navegante), utilizado normalmente para describir a los usuarios habituales de Internet o red. Un internauta es todo aquel que navega constantemente en la red.

En esencia, denomina a una persona que navega en Internet visitando páginas *web* y, por extensión, a cualquier persona, que haciendo uso de una aplicación en un ordenador, obtiene información de Internet, o interactúa con otras personas: correo electrónico, compartir archivos, discusiones en foros, redes sociales y otros sitios.

Intracomunicación: Un nuevo enfoque de comunicación organizacional.

Intranet: La Intranet es una red privada de computadoras conectadas que utilizan la misma tecnología que Internet, con la diferencia que su acceso está restringido sólo a los empleados de una compañía. Esta herramienta de comunicación sirve para ayudar al trabajador en sus tareas diarias. La Intranet se convierte en un lugar de consulta al cual acudir para compartir información y noticias, acceder a bases de datos, revisar un manual de presentaciones, bajar un archivo, reservar la sala de reuniones, anotarse en un curso, acceder al mail desde fuera de la oficina, etc.

Método de Experimentación: Método común de las ciencias experimentales y las tecnologías, consiste en el estudio de un fenómeno, reproducido generalmente en un laboratorio, en las condiciones particulares de estudio que interesan, eliminando o introduciendo aquellas variables que puedan influir en él.

Se entiende por variable a todo aquello que pueda causar cambios en los productos de un experimento y se distingue entre variable único, conjunto o microscópico.

La variable independiente es un evento que se incorpora al experimento y se quiere ver cómo influye en la variable dependiente, que no es sometida la llaman experimental y de control. Se mide la característica antes y después del evento.

Un estudio longitudinal con un panel, que es un grupo de personas representativas del hábitat y de dimensión muestral adecuada, a las cuales se les aplica un cuestionario en espacios de tiempo continuados, es un experimento controlado por las variables que se estudian: cambios en los hábitos de compra, evolución de los valores humanos, influencias de un cambio social, impacto de la información, etc.

Paceño: Relativo a La Paz (sede de Gobierno de Bolivia) o a sus habitantes. Que es originario o proveniente de La Paz.

Performance: Nombre femenino, de origen inglés, que significa actuación, realización, representación, interpretación, hecho, logro o rendimiento. Viene del verbo Inglés "to perform", que significa realizar, completar, ejecutar o efectuar. En muchas ocasiones se utiliza en el contexto de exhibiciones en público, o cuando alguien ejecuta algún papel en el ámbito artístico, como un actor, por ejemplo.

Performance también puede ser el conjunto de los resultados obtenidos en una determinada prueba o examen por una persona.

Recopilación: Compendio, resumen, recensión. Colección (por ejemplo, álbum recopilatorio y caja recopilatoria). Clasificación.

Recursos Humanos: Se denomina recursos humanos a las personas con las que una organización (con o sin fines de lucro, y de cualquier tipo de asociación) cuenta para desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones, actividades, labores y tareas que deben realizarse y que han sido solicitadas a dichas personas. Los recursos humanos pueden aportar sus conocimientos teóricos, operacionales, valor agregado, fuerza física...; que impactarán directamente en el desarrollo empresarial –se tratará siempre que sea de manera positiva.

Red Social: Es una forma de representar una estructura social, asignándole un grafo, si dos elementos del conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.) entonces se construye una línea que conecta los nodos que representan a dichos elementos.

El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, laborales, entre otros. La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales constituyen representaciones útiles en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias.

Retroalimentación: Es un mecanismo por el cual una cierta proporción de la salida de un sistema se redirige a la entrada, con objeto de controlar su comportamiento. La realimentación se produce cuando las salidas del sistema o la influencia de las salidas del sistema en el contexto, vuelven a ingresar al sistema como recursos o información. La realimentación permite el control de un sistema y que el mismo tome medidas de corrección con base en la información realimentada.

Revista Institucional: También conocida como *house organ*, es un elemento muy rico de comunicación. “El house organ o la Revista Institucional retoma los temas más importantes de la organización y los da a conocer a todos los empleados por igual y a su vez levanta la información de la propia gente” (Frigoli, 2006, p. 6).

Sensibilizar: Concienciación e influencia sobre una persona para que recapacite y perciba el valor o la importancia de algo. Hacer sensible o más sensible. Representar alguna cosa de forma sensible.

Socialización: El proceso de socialización se da en interacción con agentes significativos. La socialización es el proceso mediante el cual el ser humano aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medioambiente, los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir.

También, es la asunción o toma de conciencia de la estructura social en la que un individuo nace, y aprende a diferenciar lo aceptable (positivo) de lo inaceptable (negativo) en su comportamiento que se le llama socialización. La socialización es factible gracias a los agentes sociales, que se pueden identificar como la familia, la escuela, los iguales y los medios de comunicación.

Unidireccional: De una sola dirección.

World Wide Web: En informática, la *World Wide Web* (WWW) o Red Informática Mundial –comúnmente conocida como la *web*–, es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedios interconectados y accesibles vía Internet. Con un navegador *web*, un usuario visualiza sitios *web* compuestos de páginas *web* que pueden contener texto, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de esas páginas usando hiperenlaces.

La web se desarrolló entre marzo de 1989 y diciembre de 1990 por el inglés Tim Berners-Lee con la ayuda del belga Robert Cailliau mientras trabajaban en el CERN en Ginebra, Suiza, y publicado en 1992. Desde entonces, Berners-Lee ha jugado un papel activo guiando el desarrollo de estándares Web (como los lenguajes de marcado con los que se crean las páginas web), y en los últimos años ha abogado por su visión de una Web semántica. Utilizando los conceptos de sus anteriores sistemas de hipertexto como ENQUIRE, el ingeniero británico Tim Berners-Lee, un científico de la computación y en ese tiempo de los empleados del CERN, ahora director del World Wide Web Consortium (W3C), escribió una propuesta en marzo de 1989 con lo que se convertiría en la World Wide web.

La propuesta de 1989 fue destinada a un sistema de comunicación CERN pero Berners-Lee finalmente se dio cuenta que el concepto podría aplicarse en todo el mundo. En la CERN, la organización europea de investigación cerca de Ginebra, en la frontera entre Francia y Suiza, Berners-Lee y el científico de la computación belga Robert Cailliau propusieron en 1990 utilizar de hipertexto "para vincular y acceder a información de diversos tipos como una red de nodos en los que el usuario puede navegar a voluntad", y Berners-Lee terminó el primer sitio web en diciembre de ese año. Berners-Lee publicó el proyecto en el grupo de noticias alt.hypertext el 7 de agosto de 1991.

6. FUENTES CONSULTADAS

La presente investigación está nutrida de información y datos provenientes de distintas fuentes primarias, secundarias, personales y documentales:

6.1. PRIMARIAS

➤ Libros (impresos y electrónicos):

- *Comunicación Organizacional Interna: procesos, disciplina y técnica* de Horacio Andrade, Editorial Gesbiblo.
- *Más allá de la comunicación interna* de Joan Elías y José Mascaray, Editorial Gestión 2000.
- *Comunicación y Sociedad* de María del Rosario Sádaba.
- *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural* de Alfons Martinell, Editorial de la Organización de Estados de América.
- *Diseño y evaluación de proyectos culturales* de David Roselló, Editorial Ariel.
- *El Paradigma Emergente (Hacia una nueva teoría de la racionalidad científica)* de Miguel Martínez Miguélez, Editorial Trillas.
- *Franz Boas and the Culture Concept in Historical Perspective* de George W. Stocking, Editorial American Anthropologist.
- *Ciudades en Transformación. Disputas por el espacio, apropiación de la ciudad y prácticas de ciudadanía* de Patricia Urquieta, Editorial CIDES-UMSA.
- *Metamorfosis del Espacio Habitado* de Milton Santos, Editorial Oikos-Tau.
- *Cultura Ciudadana: Espacio Público, educación y participación Ciudadana* de Heidi Jane Mendoza Barrau, Editorial CIDES-UMSA.

- *Formación en Cultura Ciudadana* de Antonio Elizalde y Patricio Donoso.
- *Bogotá para vivir* de Antanas Mockus.
- Texto electrónico *Relación entre la Comunicación y la Cultura* de Carlos Morales.
- *Metodología de la Investigación* de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio, Editorial McGraw-Hill.
- *Técnicas de Investigación Social* de Ezequiel Ander Egg, Editorial El Ateneo.
- Ensayo *Relación entre la Comunicación y la Cultura* de Carlos Morales.
- *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) (2001)*.

➤ Documentos oficiales institucionales:

- *Archivo Oficial del Gobierno Municipal – La Paz Capital Iberoamericana de las Culturas*, 2009.
- *Plan de Desarrollo «Formar Ciudad»* de la Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá.
- *Estrategia de Comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz* de Fabiola Rollano Peña, 2008.
- Dípticos, trípticos, cartillas, folletos... producidos en la Dirección de Cultura Ciudadana.

➤ Memorias:

- *Memoria Cebra* de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

➤ Artículos periodísticos:

- Notas de prensa, reportajes y crónicas sobre cultura ciudadana difundidas en los periódicos *La Razón*, *La Prensa*, *El Diario*, *Página Siete* y *Cambio*; y la revista *Oxígeno*.

➤ Productos audiovisuales:

- Campañas de comunicación: *¿Hasta cuándo, pues?*, *¡Hasta que tú quieras a tu ciudad!*, *Sopocachi Seguro* y *Gota a gota el agua se agota*, entre otras.
- Cuatro temporadas de la *Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”*.
- Spots para socialización de los trabajos y proyectos de las unidades que conforman la Dirección de Cultura Ciudadana.

➤ Páginas *web* y redes sociales varias:

- <http://www.lapaz.bo> (portal oficial del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz).
- <http://www.facebook.com/MunicipioLaPaz> (página oficial en Facebook del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz).
- <http://www.facebook.com/direccionculturaciudadana> (página oficial en Facebook de la Dirección de Cultura Ciudadana).
- <http://www.facebook.com/lascebrasdelapaz> (página oficial en Facebook de Las Cebras de La Paz).
- <http://www.facebook.com/ZetalaMiniserie> (página oficial en Facebook de la Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”).
- <http://www.twitter.com/GAMLP> (página oficial en Twitter del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz).
- <http://www.twitter.com/pdflapaz> (página oficial en Twitter del Programa de la Felicidad, dependiente de la Dirección de Cultura Ciudadana).

- <http://www.twitter.com/CebrasLPB> (página oficial en Twitter de Las Cebras de La Paz).
- <http://www.twitter.com/zetadcc> (página oficial en Twitter de la Miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”).
- <http://www.definicion.de> (para distintas definiciones durante el desarrollo de la investigación).
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.fundacion.telefonica.com/es>
- <http://www.masadelante.com>
- <http://www.doubleyou.com/>

➤ Entrevistas y declaraciones públicas de personas ligadas al ámbito de cultura ciudadana en el municipio de La Paz:

- Luis Revilla Herrero, Alcalde Municipal de la ciudad de La Paz.
- Juan Del Granado, ex alcalde Municipal de la ciudad de La Paz.
- Sergio Caballero, director de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP).
- Kathia Salazar, responsable del Proyecto Cebras Educadores Urbanos.
- Heidi Mendoza, jefa de la Unidad de Educación Ciudadana.
- Arlei Villegas, jefa de la Unidad de Promoción y Difusión de Cultura Ciudadana.
- Marcelo Bazan, actor y protagonista de la miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”.
- Verónica Córdova, productora y guionista de la miniserie de Cultura Ciudadana “Zeta”.
- Varios Educadores Urbanos *Cebras* que aportaron a la investigación con sus testimonios sobre sus vivencias y experiencias como formadores y guías de cultura ciudadana en el municipio de La Paz.

- Seminarios, foros, debates, informes y ponencias de temas relacionados a cultura ciudadana en el municipio de La Paz:
 - Foro *Pensar la ciudad: un encuentro para construir* de Pedro Ricardo Orozco.
 - Documento de trabajo *Cultura Ciudadana: Cultura de acción y compromiso de la ciudadanía*.
 - *Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela* del Programa para las Naciones Unidas (PNUD).

6.2. SECUNDARIAS

- Libros (impresos y electrónicos):
 - *Conceptos claves en Comunicación y Estudios Culturales* de Tim O' Sullivan, Editorial Amorrortu.
 - *Comprender la Comunicación* de Antonio Pasquali, Editorial Monte Ávila.
 - *Administración de una perspectiva global* de Harold Koontz y Heintz Weihrich, Editorial McGraw-Hill.
 - *De la causas de la grandeza y de la magnificencia de las ciudades* de Juan Botero, Editorial Madrid.
 - *El Trabajo Dirigido en Comunicación (Una llave para la graduación)* de Saíd Villavicencio Jaldín, Editorial Yachaywasi.
- Publicación *Fomentar la Cultura Ciudadana* del Departamento Nacional de Planificación (DNP) de la República de Colombia.
- Artículos, comentarios y análisis sobre temas de cultura ciudadana, plasmados en distintos medios de comunicación, como los periódicos *La Razón*, *La Prensa*, *El Diario*, *Página Siete* y *Cambio*; revista *Oxígeno*; programa de televisión *Pica*; y ediciones informativas de los canales de televisión *Unitel*, *RTP*, *Boliviación*, *Bolivia Tv*, *ATB*, *Red Uno*, *TVU* y *Gigavisión*, entre otros.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: procesos, disciplina y técnica*. España: Gengiblo.
- Elías, J. y Mascaray, J. (2000). *Más allá de la comunicación interna: La intracomunicación*. España: Gestión 2000.
- Sádaba, M. (2000). *Comunicación y Sociedad*. España: Pamplona.
- Martinell, A. (1996). *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural*. Barcelona: Les Heures.
- Martínez, M. (2000). *El Paradigma Emergente (Hacia una nueva teoría de la racionalidad científica)*. México: Trillas.
- Stocking, G. W. (1966). *Franz Boas and the Culture Concept in Historical Perspective*. *American Anthropologist*.
- Urquieta, P. (2011). *Ciudades en Transformación. Disputas por el espacio, apropiación de la ciudad y prácticas de ciudadanía*. La Paz: CIDES-UMSA 2011.
- Santos, M. (1996), *Metamorfosis del espacio habitado. Geografía analítica. Globalización e internacionalización. Configuración territorial y espacial*. España: Oikos-Tau.
- Mendoza, H. J. (2011). *Cultura Ciudadana: Espacio Público, educación y participación Ciudadana*. En Urquieta, P. (coord.), *Ciudades en Transformación. Disputas por el espacio, apropiación de la ciudad y prácticas de ciudadanía* (pp. 161-172). La Paz: Plural.
- Elizalde, A. y Donoso, P. (1990). *Formación en Cultura Ciudadana*. Recuperado de <http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Secciones/Publicaciones/Documentos/2009/PLAN%20ESTRATEGICO%20INSTITUCIONAL%204/Formaci%C3%B3n%20en%20Cultura%20Ciudadana.pdf>

- Mockus, A. (2004). *Bogotá para vivir*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá D.C.
- Morales, C. (2012). *Relación entre la Comunicación y la Cultura*. Recuperado de <http://carlosadrian.mx/ensayos/relacion-entre-comunicacion-y-cultura/>
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es>
- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (2009). *Archivo Oficial del Gobierno Municipal – La Paz Capital Iberoamericana de las Culturas*. La Paz: Autor.
- Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá (2004). *Plan de Desarrollo «Formar Ciudad»*. Bogotá: Autor.
- Rollano, F. (2008). *Estrategia de Comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*. La Paz: Autor.
- Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (2009). *Memoria Cebra*. La Paz: Autor
- Orozco, P. (2011). *Foro «Pensar la ciudad: un encuentro para construir»*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos14/cultura-ciudad/cultura-ciudad.shtml>
- O' Sullivan, T. (1995). *Conceptos claves en Comunicación y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Pasquali, A. (1979). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Ávila.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (1998). *Administración de una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Botero, J. (1588). *De la causas de la grandeza y de la magnificencia de las ciudades*. España: Madrid.
- Departamento Nacional de Planificación (DNP) de la República de Colombia (2006). *Publicación «Fomentar la Cultura Ciudadana»*. Bogotá: Autor.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2007). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1: Acciones emprendidas durante la experiencia de Cultura Ciudadana en Colombia.

ANEXO 2: Organigrama del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

ANEXO 3: Revista La Pazeando N°1.

ANEXO 4: Revista La Pazeando N°2.

ANEXO 5: *Estrategia de Comunicación de la Dirección de Cultura Ciudadana del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz* de Fabiola Rollano Peña, 2008.

ANEXO 1

ACCIONES EMPRENDIDAS DURANTE LA EXPERIENCIA DE CULTURA CIUDADANA EN COLOMBIA

1) Tarjetas ciudadanas

Cambio buscado: Que en forma pacífica, unos ciudadanos regularán el comportamiento de otros.

Descripción: Tarjetas repartidas masivamente. Con un lado blanco y otro rojo. El lado blanco muestra una mano cuyo dedo pulgar está extendido hacia arriba; una leyenda dice: Bogotá coqueta. El otro lado es de color rojo y muestra una mano cuyo dedo pulgar está extendido hacia abajo, la convencional señal de censura. Inicialmente, estas tarjetas fueron elaboradas y repartidas con apoyo de la empresa privada. Se difundieron en centenares de miles de unidades y se distribuyeron entre peatones y conductores de vehículos.

Algunos resultados: Muchos conductores utilizaron la tarjeta. Algunos la conservan adherida permanentemente a alguna de las ventanas de su vehículo. La cara roja fue utilizada con mayor frecuencia (para censurar comportamientos indebidos por parte de peatones o de conductores de vehículos). También usan la cara de color blanco y pulgar hacia arriba quienes desean felicitar o agradecer comportamientos ciudadanos destacables o positivos. En algunas situaciones de conflicto, sindicatos y comunidades expresan desaprobación al usar grandes tarjetas con el dedo hacia abajo o al hacer el mismo gesto con la mano.

2) Mimos y Cebras

Cambios buscados: Promover y ejercitar la convivencia entre peatones y conductores de vehículos y generar más conciencia de la conveniencia de las reglas de convivencia y de la importancia de cumplirlas.

Descripción: Incluyó varias acciones. Mimos controlando el tránsito en avenidas y vías principales, las mismas que se convirtieron en un lugar donde la ciudadanía se regocijaba respondiendo con chiflidos a conductores de vehículos que, no respetaran las convenciones y detuvieran su automotor sobre la cebra que demarca el paso peatonal. En medio de la silbatina y si el conductor del vehículo no corregía, aparecía un mimo que intentaba persuadirlo para que respetara la cebra; si no retrocedía ante la invitación amistosa y lúdica del mimo, intervenía un policía de tránsito. Se vio la gente aplaudiendo la acción del policía que imponía la multa. Así, la represión policial se volvía la última medida de una secuencia pedagógicamente ordenada y se ampliaba el efecto pedagógico gracias a la claridad de la lectura de la situación y al respaldo social dado a la sanción.

A partir de julio de 1995 y durante 3 meses, cuatrocientos jóvenes mimos con la cara pintada y vestidos de negro instruyeron a los bogotanos — sin palabras y sin gritos—, sobre el respeto a las convenciones del tránsito peatonal y de vehículos (no arrojar basuras a la calle, ayudar a los ancianos a cruzar, respetar los semáforos y las cebras); utilizaron la vergüenza para educar hasta que los mismos ciudadanos se convirtieron en jueces de los infractores. Luego se desplazaron a las 19 localidades urbanas de la ciudad.

Algunos resultados: La campaña educativa se realizó en 482 intersecciones viales y vinculó a 425 personas (entre mimos, agentes de policía, etc.). Se demarcaron 364 intersecciones de la ciudad. El buen resultado de los paraderos se vio especialmente en una de las vías de mayor densidad y más congestionadas de la ciudad: la calle 80 de Bogotá. La cifra de los pasajeros que respetaban los paraderos pasó de 26,2% en 1995 a 38% en 1996; y entre febrero y mayo de 1997, el 43% de las busetas lo hacía. El programa de respeto a las cebras fue uno de los más exitosos; los mismos ciudadanos empezaron a ejercer un gran control social sobre los infractores. En 1996, el 76,46% de los conductores y el 72,25% de los peatones respetaban la cebra. Lo que distinguió a estas campañas fue su concepción lúdica y no represiva en la promoción del cumplimiento de las normas de tránsito.

3) Creación de Boletín de Violencia y Delincuencia

Cambio buscado: Institucionalización de la información sobre seguridad.

Antecedentes: Tres instituciones diferentes emitían información importante sobre asuntos relacionados con seguridad. Había dispersión e inconsistencias fuertes entre la información procedente de esas tres fuentes. La alcaldía de Rodrigo Guerrero (1992-1994) en Cali, otra importante ciudad capital, había demostrado que un tratamiento epidemiológico de la violencia requiere información fidedigna y geográficamente desagregada. Biombos colocados en sitios estratégicos de las vías tenían pintados policías en las dos caras exteriores y pequeñas ventanas que servían de punto de mira hacia las vías. Resultaba difícil verificar si detrás estaba un policía real.

Descripción: Varias instituciones estudiaron los criterios de recolección de la información sobre muertes violentas en Bogotá y se pusieron de acuerdo para crear el Boletín de Violencia y Delincuencia, de circulación mensual. Este boletín permitiría hacer un seguimiento a los principales delitos y su evolución en cada una de las veinte localidades del Distrito Capital; también permitiría desagregar la información para disponer de ella a un nivel de barrios. Sirvió de base para análisis, evaluaciones y decisiones importantes del Consejo de Seguridad de la ciudad y de los comandantes de la policía en sus reuniones rutinarias.

4) Ley Zanahoria

Cambio buscado: Reducción de muertes violentas originadas o facilitadas por el abuso de alcohol.

Antecedentes: La estrecha relación entre el consumo de alcohol — especialmente los fines de semana—, la gran cantidad de muertes violentas y los accidentes de tránsito, en 1995, el 49% de los muertos en accidentes de tránsito, el 33% de los homicidios con armas de fuego, el 49% de los homicidios con armas cortopunzantes, el 35% de los suicidios y el 10% de las muertes accidentales, estuvieron asociados con altos niveles de alcohol encontrados en la sangre de las víctimas.

Descripción: Se impuso el cierre de los establecimientos nocturnos de diversión que expendían licor, a la 1:00 a.m. Esta medida se apoyó con otras que buscaban generar regulación cultural, autorregulación y sanción. Las propuestas televisivas “Entregue las llaves” y “El conductor elegido” ayudaron a fortalecer la regulación ejercida por los ciudadanos. Se mejoraron también el control en las vías en horas nocturnas y la aplicación de sanciones a los conductores embriagados.

Se hizo el programa piloto de educación “Saber antes de beber, uso responsable del alcohol” para mostrar diversos aspectos que entraña el consumo del alcohol, desde los efectos bioquímicos hasta los efectos del ambiente y del grupo con el cual se consume. Este programa se presentó a 3500 estudiantes de los grados 10 y 11 y a 150 docentes orientadores.

Algunos resultados: En 1995 los homicidios comunes con presencia de alcohol en la sangre se redujeron en 9.5%. Las muertes en accidentes de tránsito con personas embriagadas involucradas, disminuyeron 24.2%. En la Navidad de 1996 los homicidios descendieron un 26.7%. En 1997 y en comparación con 1996, se redujeron 15% los homicidios comunes y 13% las muertes en accidentes de tránsito.

5) Prohibición de la pólvora

Cambio buscado: Reducción del número de niños quemados o muertos por el uso de la pólvora.

Antecedentes: En la Navidad de 1994 cinco niños menores de 14 años murieron y 127 se quemaron por el uso de la pólvora.

Descripción: Para la Navidad de 1995 se restringió el uso de pólvora a unos pocos lugares y solo para los adultos. Desde el gobierno local se hizo la advertencia de que habría prohibición total del uso de la pólvora cuando ocurriera el caso del primer niño quemado en la ciudad. Y ocurrió. Hubo sanción pedagógica, con trabajos cívicos impuestos a los padres que permitieron que sus hijos jugaran con pólvora. La ciudad convivía con altos niveles de producción ilegal de pólvora y periódicamente se presentaban graves accidentes y tragedias. La venta se autorizaba a todos los fabricantes y distribuidores pero durante períodos muy limitados y en sitios definidos por el gobierno distrital.

Algunos resultados: En la Navidad de 1995 la pólvora no ocasionó muertes de niños y los heridos bajaron de 127 a 46. En la Navidad de 1996 tampoco hubo muertos y los heridos fueron 41. La interlocución del gobierno distrital con los polvoreros, con sus voceros institucionales y con sus abogados, jugó un papel crucial en la aclimatación de la prohibición del uso de la pólvora y en el manejo de sus consecuencias para los fabricantes.

6) Plan Desarme

Cambio buscado: Reducción riesgo. Desalentar las acciones de justicia por mano propia y promover la confianza entre desconocidos.

Antecedentes: El gobierno local anterior había logrado la restricción del porte de armas los fines de semana, con lo cual se había disminuido el índice de homicidios. Pero en vista de que la tasa de homicidios seguía siendo exageradamente alta, convenía intentar reducirla aún más.

Descripción: En 1996 se restringió el porte de armas y se reforzaron los operativos de control; al final del período del gobierno, segundo semestre de 1997, se prohibió el porte.

Algunos resultados: Los homicidios comunes mensuales pasaron de 397 en 1995 a 291 en 1996. Luego de la prohibición las cifras fueron más contundentes: en comparación con los mismos meses del año anterior, se redujeron 30% en septiembre, 23% en octubre y 26% en noviembre.

7) Desarme voluntario

Cambios buscados: Reducir el riesgo de dar muerte a otros en momentos de ira o por descuido. Identificar y controlar, con el compromiso de los propios ciudadanos, lo que los epidemiólogos llaman un factor de riesgo.

Antecedentes: En 1995 el 74% de los homicidios en Bogotá se cometieron con armas de fuego de tenencia o porte legal o ilegal. En 1996 esos homicidios fueron el 73%. Se divulgaron los resultados de una investigación médica realizada en los Estados Unidos de América, país tradicionalmente liberal frente al porte de armas, que evalúa la adquisición de armas con la intención de mejorar las posibilidades de defensa personal; esa investigación muestra que la probabilidad de provocar muertes por el uso accidental o imprevisto de las armas es 42 veces superior a la probabilidad de hacerlo en cumplimiento de la función defensiva para la cual se adquirió el arma.

Descripción: Con el lema Que las armas descansen en paz en esta Navidad se hizo una campaña, apoyada en medios masivos de comunicación, para que los ciudadanos entregaran voluntariamente las armas y municiones que poseían. Se recibieron armas, municiones y explosivos convencionales y no convencionales y de muy diversas clases; hasta granadas de mano.

Con la ayuda muy importante de la empresa privada y de embajadas de países que se unieron a la campaña, se estimuló la entrega de las armas, municiones y explosivos con el incentivo de cambiarlos por bonos para la adquisición de regalos con ocasión de la Navidad. Algunas personas no pidieron nada a cambio de la entrega de las armas, municiones o explosivos.

Algunos resultados: Con 2,538 armas entregadas por la ciudadanía se hizo una fundición que produjo cucharas con la forma de las que se usan para alimentar bebés. Las cucharas se montaron sobre peñas fundidas en el mismo metal y llevan la leyenda ARMA FUI.

El conjunto de cuchara y base se incluyó en un estuche de madera y acrílico que adorna bibliotecas y mobiliario en residencias y oficinas. Los homicidios comunes pasaron de 397 en diciembre de 1995 a 291 en diciembre de 1996.

Luego de la prohibición total del porte de armas, en el segundo semestre de 1997 y con respecto a los mismos meses del año anterior, los homicidios comunes bajaron 30% en septiembre, 23% en octubre y 26% en noviembre.

8) Jornadas de “Vacunación contra la violencia”

Cambio buscado: Permitir el desahogo y la manifestación de ira, tristeza y frustración por maltratos sufridos en la infancia o en otras épocas. Aumentar sensibilidad de la sociedad en general. Difundir oferta de atención institucional.

Descripción: La llamada vacunación contra la violencia consistía en un rito breve, asistido por un psiquiatra o un psicólogo preparado especialmente para ese fin. En estos ritos, las personas que quisieron vacunarse contra la violencia rememoraron la agresión sufrida, descargaron emocionalmente su sufrimiento a través de una descarga verbal o física contra un muñeco sobre cuya cara habían dibujado rasgos de la cara del agresor.

Durante la primera jornada se habilitó una línea telefónica especial. Una grabación invitaba quien llamaba a que recordara a la persona que más le había agredido y a expresar qué le diría a la persona agresora si se encontrara con ella. Llamaron más de 400 personas.

En las dos jornadas participaron 45000 personas y a la hora de terminación de las jornadas en algunos de los puntos de vacunación se vieron largas filas de personas que esperaban para participar.

Se cree que el éxito alcanzado estuvo correlacionado con la preexistencia de una asociación de lucha contra el maltrato infantil que había impulsado la formación de una red público-privada de ciudadanos sensibilizados, especialistas y funcionarios que compartían la convicción de que el maltrato a niñas y niños es una manifestación muy grave de la violencia y un factor clave de su reproducción y persistencia.

Algunos resultados: En las dos jornadas las personas tuvieron la oportunidad de desahogarse y de manifestar su ira y su dolor por el daño que sintieron que les había sido infligido en su infancia o en otra época de su vida. Las jornadas llamaron la atención de la UNICEF y de la Sociedad Internacional para la Prevención del Abuso y la Negligencia hacia los Niños. Estas jornadas también tuvieron otros efectos. Por ejemplo, generaron una mayor integración entre instituciones que trabajan para atender el maltrato infantil y facilitaron un gran conocimiento de la oferta institucional para esta clase de servicios sociales; de hecho, de un semestre a otro la demanda de atención institucional creció a más del doble. Si se acepta la tesis de que, posiblemente, la mayor limitación actual en la lucha por el buen trato a la población infantil se origina en la dispersión de la oferta institucional y en la dificultad para coordinar iniciativas institucionales, las jornadas habrán aportado un valor agregado inicialmente no previsto. Unas veces promovida por gobiernos locales y otras veces por la sociedad civil, la vacunación contra la violencia ha sido replicada, por lo general con adaptaciones, en varios departamentos y municipios del país.

9) Policías formadores de ciudadanos

Cambios buscados: Contribuir a la profesionalización de los agentes, desarrollando un perfil de policía que mejore la relación entre la institución policial y los ciudadanos.

Descripción: Se cualificaron 4750 policías en unos cursos de formación y de capacitación de un mes de duración, impartidos por dos universidades privadas de élite. La formación incluyó temas como la mediación y la conciliación en los conflictos, los derechos fundamentales, el estado social de derecho, la gestión y el desarrollo local, la Ley de policía, los códigos de policía y el programa de desarrollo Formar Ciudad.

Algunos resultados: Mucha valoración, por parte de los policías participantes, de la cualificación de la comunicación y de la expresión creativa. También se le reconoció mucha importancia a la realización de algunos Semilleros de convivencia con juego de roles (transgresores, autoridades, ciudadanos afectados por la transgresión) donde cada grupo argumentaba para defender su posición.

10) Jornadas “Re” conciliación y solución pacífica de conflictos

Cambio buscado: Uso del diálogo y de algunos recursos metodológicos para promover la resolución pacífica de los conflictos interpersonales.

Descripción: Jornadas en las que, a través de procesos y procedimientos basados en el diálogo, se enseñó a las personas a resolver ciertos conflictos que las personas creen que no se pueden solucionar en forma pacífica. Se pedía a las personas que invitaran a alguien con quien tuvieran un conflicto, disputa o desavenencia y le propusieran el camino más corto para resolverlo: el diálogo.

Se definieron 9 puntos de la ciudad en los que se enseñaba a resolver disputas; en esos nueve puntos, comisarios de familia y personal de los centros de conciliación daban a conocer — sobre la base de un concepto unificado— técnicas y habilidades para resolver conflictos e informaban sobre instituciones que prestan asesoría en estos campos.

También se trabajó en otras iniciativas orientadas a la resolución de conflictos: ejemplos de ellas fueron las 48 reuniones para facilitar la participación en torno a problemas de convivencia muy específicos. Buscaban ser instancias de identificación, conceptualización, análisis y compromiso social y gubernamental con comportamientos y actitudes que ayudaban a acercar al gobierno local con la sociedad y también ayudaban a la comprensión de las necesidades de unos y otros. Contribuyeron a preparar el proyecto de Carta de civildad que debía remplazar el Código de policía vigente. Emisiones del programa radial “Por las buenas” y la distribución de las cartillas “Caja de herramientas”.

Algunos resultados: Diseño y puesta a prueba de una especie de laberinto con secuencia de actividades que lleva a reconocer que la solución de conflictos requiere habilidades que se pueden aprender: se aprende el valor de formular de manera breve y pertinente lo esencial del conflicto; se aprende a resumir en un espacio similar lo que uno se imagina que es la visión del otro; se aprende a reconocer los sentimientos que hay de por medio, a reconocer que, legítimamente, el otro puede estar viendo algo distinto a lo que uno ve; se aprende la necesidad de acuerdos sobre procedimientos que hagan más llevadera la relación de conflicto y se aprenden la búsqueda de soluciones, el paso al diálogo y, en algunos casos se llegó hasta la suscripción de un acta con valor jurídico.

11) Carta de civildad y Semilleros de convivencia para prepararla

Cambios buscados: Creación de más conciencia social sobre las reglas de convivencia y sobre la importancia de cumplirlas. Preparación de una reforma del Código de policía de Bogotá.

Descripción: Se invitó a la ciudadanía a participar en sesiones de trabajo sobre problemas específicos para la elaboración de su propia Carta de civildad como alternativa para la reforma del Código de Policía. A esas sesiones se les denominó Semilleros de convivencia. Para cada problema (por ejemplo, el uso de transporte de tracción animal en la ciudad) se invitaba a los actores comúnmente involucrados o directamente afectados y a las autoridades que debían o podían intervenir. Así, se buscaba la presencia de infractores y se organizaba un intercambio de roles entre infractores, autoridades y ciudadanos afectados. El proceso duró 2 años y produjo multitud de iniciativas que luego fueron organizadas y presentadas al Concejo de Bogotá en la forma de una nueva Carta de civildad destinada a reemplazar el Código de policía. El Concejo de la ciudad archivó el proyecto.

Algunos resultados: Cerca de 18.000 personas participaron en 16 semilleros planeados como de cobertura distrital, 181 locales y 29 semilleros que atendieron problemas coyunturales o que se dieron de manera espontánea, por fuera de la organización gubernamental. Al final de los 2 años se habían recogido cerca de 30.000 iniciativas que fueron organizadas por una comisión redactora. Fue interesante observar que a pesar de que los infractores no pasaban de representar un tercio de los asistentes, con el intercambio de roles casi siempre aparecían más argumentos a favor de la transgresión que a favor del cumplimiento de la norma. El Concejo de Bogotá archivó el proyecto argumentando que el Congreso nacional debía aprobar primero la Ley de reforma al Código nacional de policía. El gobierno distrital distribuyó entre la ciudadanía 1'300.000 ejemplares de un resumen del proyecto de Carta de civildad.

12) Interrupción de las relaciones clientelistas entre Gobierno y Concejo

Cambios buscados: Reemplazar con planeación participativa transparente los procesos tradicionales de acceso a soluciones. Evidenciar que las soluciones a los problemas pueden ser tratadas de una manera no arbitraria y no particularista.

Antecedentes: Colombia posee una amplia literatura sobre clientelismo. El concepto subraya el uso de recursos públicos para realizar favores privados como un elemento clave para la reproducción de las relaciones políticas. La Constitución de 1991 permitió expedir un nuevo Estatuto orgánico para la Ciudad que puso fin a la coadministración que se daba entre el Gobierno y el Concejo distrital. En particular, excluyó a los concejales de la ciudad de toda participación en juntas directivas de las empresas e instituciones del Distrito y en procesos de contratación (¡antes existía una Junta de contratos!). El nuevo estatuto delimita claramente las competencias.

Descripción: Desde el discurso pronunciado por el alcalde el día en que ganó las elecciones, se plantearon reglas de juego para la relación Gobierno-Concejo: cada uno debía cumplir con sus labores sin entorpecer o invadir las competencias del otro; se propuso y se logró basar la relación únicamente en el respeto a los argumentos y a los roles. Se impuso una regla de juego muy sencilla: cada vez que un concejal o un congresista o cualquier solicitante pedía una cita, se le pedía que informara con precisión el objetivo de la cita. Se concertaba una duración razonable de la cita para tratar el tema acordado.

Apenas la conversación se salía del tema, el interlocutor era convidado muy comedidamente a solicitar una nueva entrevista y a informar el tema previamente para facilitar una respuesta preparada e ilustrada al respecto.

Las intrigas políticas no formaban parte de ninguna agenda. Con la mesa directiva del Concejo se concertó e hizo pública una Agenda legislativa cuyo objetivo fue darle prioridad a los temas y proyectos importantes para debatir. La implementación en todo el país de la carrera administrativa, así como la expansión de sus alcances por jurisprudencia de las Cortes, contribuyeron a facilitar la superación de esta manifestación del clientelismo. Una superación que, aunque constituye un logro relevante, no necesariamente está llamada a perdurar puesto que otro u otros alcaldes pueden preferir, con distintos grados y tácticas políticas, regresar a las viejas épocas.

Algunos resultados: Se interrumpieron las relaciones clientelistas tradicionales. No hubo ninguna clase de concertación para proveer los cargos de dirección ni otros cargos, ni para los contratos. Esto significó un uso de los recursos públicos más eficiente y respetuoso de la ley. Se respetó la división del trabajo Gobierno-Concejo. En particular, las objeciones de conveniencia y las de “Particularista” es el partidario del particularismo, que debe entenderse como la preferencia excesiva que se da al interés particular sobre el general. a los acuerdos distritales se distinguieron nítidamente y ambos exámenes se asumieron con rigor e independencia uno del otro. Comenzó a educarse a la ciudadanía sobre la diferencia de competencias entre Gobierno y Concejo. Se consolidó la carrera administrativa para los funcionarios, cancelando la posibilidad de cambiarlos de acuerdo con las conveniencias o con los arreglos políticos. Al final, varios concejales manifestaron su agrado porque el nuevo esquema les permitía votar los actos legislativos en conciencia y no en función de las otrora consuetudinarias negociaciones políticas.

13) Paros y amenazas de paros

Cambios buscados: Romper o debilitar la lógica del chantaje hacia el gobierno y aumentar la confianza y confiabilidad en procesos más institucionalizados de concertación o planeación.

Antecedentes La ciudad había sufrido inveterados episodios en los que sectores populares locales o sectores dependientes de tarifas fijadas por la alcaldía, como los transportadores, usaban el paro y la amenaza de paro para lograr sus propósitos.

Descripción Se atendieron los conflictos con los transportadores, con los sindicatos que representaban a empleados o trabajadores que probablemente iban a ser licenciados por reestructuraciones o por cambios de funciones, con líderes de movimientos o de huelgas locales, o con grupos afectados por decisiones del gobierno local como los polvoreros; se intercambiaban planteamientos y argumentos antes del paso a la acción.

Muchas veces se invitó a quien profería una amenaza a que la cumpliera inmediatamente. Un caso dramático que muestra las limitaciones de este modelo fue la manifestación que durante dos horas hicieron los polvoreros al frente de la alcaldía: ¡pusieron a sus propios niños a lanzar pólvora! Se insistió una y otra vez en los efectos pedagógicos adversos que implicaban las concesiones bajo presión y en el deber de la alcaldía de poner el interés general y/o el interés de minorías ubicadas en condiciones de particular desventaja, por encima de los intereses particulares.

La existencia del Plan de gobierno y su ratificación popular mediante la elección, fue un instrumento muy útil para muchas de las discusiones. Al desestimular las presiones y fortalecer la planeación local, se impidió la formación de la doble agenda de obligaciones que habría estado constituida por la de los planes de desarrollo y la asociada con los paros.

Algunos resultados Reglas de juego más claras y más institucionalizadas. Un “saber a qué atenerse” mucho más claro y que incluye un intercambio de argumentos y una conciliación oportuna. Algunos inconvenientes o por ilegales. Empresarios ligados a buses de modelos relativamente recientes, conductores-propietarios de buses viejos y taxistas. Sectores aceptaron la transformación de sus “pliegos de peticiones” en “paquetes de proyectos”.

14) Concertar para planear con participación

Cambios buscados: Promover la participación ciudadana en la planeación de la inversión pública, a través de la discusión abierta.

Antecedentes Existía un esbozo de planeación local centrado en lo ambiental impulsada por el sector privado y orientada al apoyo técnico a procesos de descentralización, había desarrollado actividades de preparación de la planeación local en Ciudad Bolívar, una de las localidades más necesitadas y en el pasado más conflictivas del Distrito Capital.

Descripción Esta descripción se referirá a dos temas: la planeación local y a las obras con saldo pedagógico. *Planeación Local:* se invitó a los ciudadanos de las 20 localidades del Distrito a participar activamente en la elaboración de cada Plan de Desarrollo Local. En la reunión inicial de presentación del proceso — que duraba unas tres semanas—, los ciudadanos recibían una tarjeta y una moneda plástica.

En la tarjeta debían escribir una idea acerca de la necesidad o el proyecto que consideraban prioritario para su localidad. Enseguida debían colocar la tarjeta y su moneda en una de las seis urnas transparentes que representaban las seis prioridades del Plan de Desarrollo “Formar Ciudad”. Los ciudadanos tenían la opción de depositar la tarjeta en una urna y la moneda en otra si querían mostrar que presentaban una propuesta pero que preferían que se invirtieran los recursos en otra. Cuando todos los asistentes habían hecho la votación, se les invitaba a participar en el escrutinio y los resultados se hacían públicos inmediatamente.

De esta manera, todos los presentes conocían el resultado de la votación porque el escrutinio les daba una indicación clara de la importancia relativa de las prioridades. Cuando faltaban monedas (casi siempre sucedió) se solicitaba a la gente devolverlas.

Cuando más de la mitad de las monedas faltantes habían sido devueltas, se iniciaba la clausura de la reunión volviendo a cantar los himnos de la ciudad y nacional. En la reunión, y a través de otros medios de comunicación, la comunidad quedaba enterada del cronograma que se seguiría para recibir proyectos y atribuirles prioridad en reuniones abiertas al público.

En los días siguientes, equipos de trabajo transformaban las ideas en esbozos de proyectos de inversión que serían clasificados en seis grupos y enseguida a cada grupo se le daba una prioridad para luego hacer un corte de las seis listas que ajustara el costo total al presupuesto de inversión asignado a la localidad. En cada localidad y en reuniones que debían ser públicas y que en general lo fueron, un Comité técnico preseleccionó los proyectos de acuerdo con las prioridades del Plan.

Las Agendas ambientales locales de 1994, hechas por el Departamento Administrativo del Medio Ambiente, una de las entidades de la Alcaldía. Presidido por cada Alcalde Local, lo integraba además la Comisión del Plan de Desarrollo de la correspondiente Junta Administradora Local y un delegado del Departamento Administrativo de Planeación del Distrito Capital. Formar Ciudad. Para darle prioridad a las inversiones, tuvieron en cuenta el Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas, NBI, las obras inconclusas y otros criterios como la población beneficiada.

Los integrantes de las Juntas de Acción Comunal recibieron capacitación sobre contratación y planeación; mientras tanto, adelantaban un proyecto que debía ser el resultado del reconocimiento de las necesidades de sus barrios. El proyecto debía ser de beneficio para la comunidad. Al final de la capacitación, los proyectos concursaron para competir en la financiación de la ejecución del grupo de proyectos que se escogiera.

Algunos resultados Se regularon la elaboración de los borradores de los planes de desarrollo locales y se adoptó una metodología para clasificar los proyectos de inversión presentados por las comunidades o sus organizaciones dentro de las seis prioridades del Plan Formar Ciudad. Se tuvieron en cuenta los incentivos de refuerzo financiero de la administración central para las localidades que acentuaran alguna o algunas de las prioridades. Los proyectos se clasificaron según la terminología del Plan y dentro de cada una de las 6 prioridades.

Las Juntas Administradoras Locales, instancias que tenían competencia para aprobar los planes, se apartaron poco del borrador elaborado participativamente y valoraron muy positivamente el apoyo técnico dado por la Alcaldía Mayor en materia de formulación de proyectos. Se capacitaron 400 líderes; se construyeron obras (incluyendo planeación, contratación y manejo de los recursos) en más de 190 barrios. Fue un proceso — hoy bien reconocido— para la construcción de una cultura de la planeación.

A mediados de 1998 se realizó el concurso cívico Iniciativas por una Bogotá mejor, convocado por la Fundación Corona y la Casa Editorial El Tiempo.

A través de él, la comunidad aprendió a formular proyectos, ejecutarlos, velar por su cumplimiento, medir lo prioritario y contratar con el Distrito” La forma de organización popular más importante en los barrios. Están institucionalizadas y juegan un papel clave en relación con procesos de legalización urbanística y el acceso a servicios básicos.

La ONG Corposur realizó un trabajo de acompañamiento altamente valorado por las localidades y por el gobierno distrital: desde ayudar a construir listados de proyectos hasta facilitar la comunicación a la comunidad o el seguimiento a los cambios entre borrador y plan aprobado por la JAL.

Permitió detectar que en prácticamente todos los Comités técnicos fue altamente valorada la intervención del funcionario del Departamento Administrativo de Planeación Distrital, otra de las entidades de la Alcaldía Mayor.

15) Eventos culturales en el espacio público

Cambios buscados: Promover el goce “zanahorio” y el regreso al espacio público del parque.

Descripción Rock al parque: así se denominaron los festivales musicales de rock al aire libre. Las agrupaciones participantes se eligieron luego de una gran convocatoria. Con la denominación Jazz al parque se convocó a todos los grupos de jóvenes dedicados a esta música para que participaran en eventos musicales con ese nombre.

Rap a la Torta fue la denominación que se utilizó para poner en marcha políticas sobre tolerancia y convivencia a través de la música rap; se abrió concurso en todas las localidades y se seleccionaron 23 de los 63 grupos aspirantes; participaron grupos de la Policía, niños de una región lejana del país (Urabá) y de Francia.

Rap and Roll: estos espectáculos musicales fueron otra búsqueda de tolerancia y convivencia extrema entre dos géneros musicales mutuamente excluyentes para los jóvenes; en la temporada navideña (16 al 23 de diciembre) se realizaron las Noches de paz, noches de Rap and Roll en las que se rezaba la novena de aguinaldos y luego se presentaban los distintos grupos musicales.

Septimazos: fueron actividades promovidas para retornar el centro de la ciudad, promover el comercio en la Calle Real y generar alternativas de uso de la ciudad y del espacio público; se cerraba la principal vía de la ciudad y se ubicaban tarimas para la presentación de distintos espectáculos.

Música en los Templos: fueron conciertos que buscaron contribuir a asociar los templos con la música, dentro de una perspectiva cultural, social y pedagógica que incluyó recitales de coros en las iglesias y a los que se invitaba a toda la comunidad.

Además de las iglesias católicas, participaron también las iglesias Presbiteriana, Luterana, Anglicana y Ortodoxa. Cinema al espacio público: fueron proyecciones audiovisuales sobre la memoria arquitectónica de Bogotá.

Algunos resultados En 1995, más de 100 bandas se inscribieron en Rock al parque; la asistencia en los dos días de concierto fue de 50.000 jóvenes; en 1996, 120.000 jóvenes escucharon 250 bandas; en 1997 la asistencia fue de 210.000 personas que escucharon 82 bandas nacionales y 9 internacionales y Rock al parque fueron espectáculos reconocidos por algunos de los participantes como el festival de rock más importante de Latinoamérica.

A la versión inicial de 1995 de Jazz al parque fueron 15.000 personas y en 1997 la asistencia se duplicó. A Rap and Roll asistieron cerca de 3000 personas en cada noche de novena navideña, exceptuando el día 24. Se realizaron 10 Septimazos en los dos años de ejecución del proyecto. Música en los Templos hizo 91 conciertos en el segundo semestre de 1996, con buena participación; en 1997 se ofrecieron 250 conciertos en 147 parroquias (80% de barrios populares) y asistieron más de 70.000 personas. Se inició una labor pedagógica permanente en el área coral, en 21 parroquias. Evocando el nombre La media torta un escenario muy conocido de la ciudad, donde se hacen espectáculos públicos gratuitos.

16) Ahorro de agua

Cambio buscado: Más conciencia de las reglas de convivencia y de la importancia de cumplirlas.

Antecedentes En 1997 hubo dos graves derrumbes en los gigantescos túneles que conducen el agua a la ciudad, lo cual hacía inminente un severo racionamiento de agua si no se tomaban medidas efectivas de ahorro.

Descripción Ante la inminencia de un racionamiento de grandes proporciones debido a daños en los túneles de Chingaza, el gobierno propuso una campaña de ahorro voluntario de agua mediante estrategias que incluyeron desde mensajes telefónicos hasta sanciones al despilfarrador.

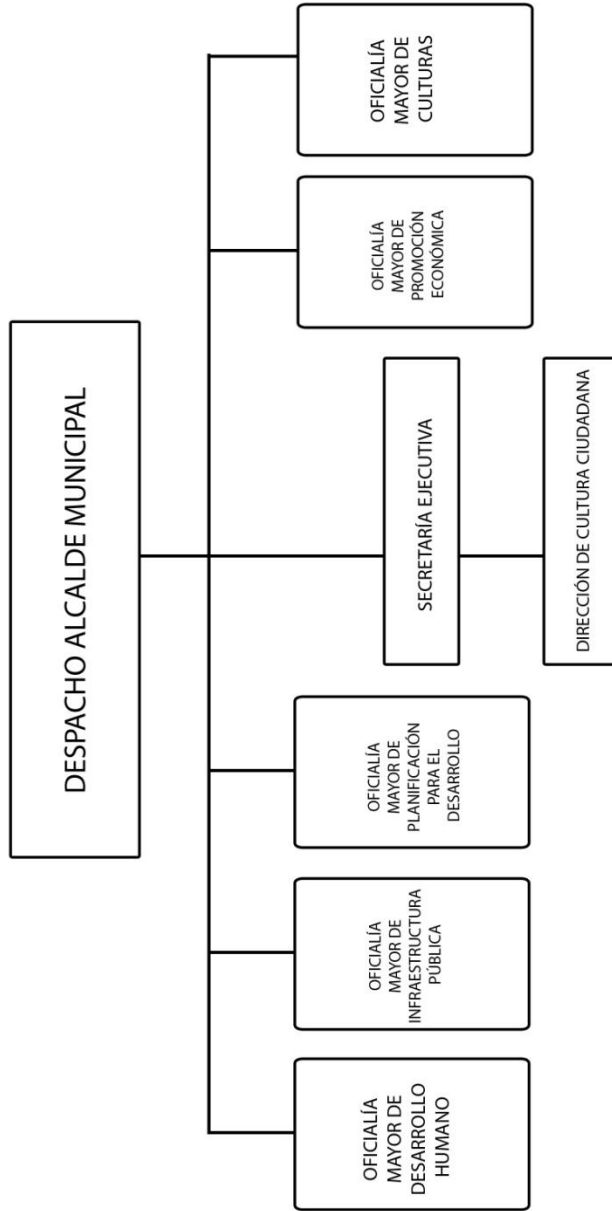
Hubo cuatro propuestas para el ahorro: “Al lavar la ropa utilizar la menor cantidad de agua posible”; “En la ducha la mitad del tiempo, la mitad del chorro” ; “En el sanitario, descargar sólo cuando sea necesario” ;y “En el lavaplatos, cerrar la llave mientras enjabona”.

También se creó un grupo de “Acuacívicos” compuesto por 4000 niños y jóvenes multiplicadores de las medidas. Por su parte, con los despilfarradores se realizaron talleres en los que se incentivaba la autorregulación.

Algunos resultados La campaña Ahorro de agua permitió superar la emergencia de varios meses sin racionamiento; durante cerca de 20 semanas se ahorró entre el 8% y el 12% del agua. Luego de la emergencia, el ahorro se ha mantenido en el 5%.

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL - GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ

ANEXO 2



ANEXO 3
REVISTA LA PAZEANDO N°1

ANEXO 4
REVISTA LA PAZEANDO N°2

ANEXO 5

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE CULTURA
CIUDADANA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ**