

POSIBLES ACCIONES PARA REALIZAR EN EL TERRITORIO Y EN LOS PIC

<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Alfabetización Apoyo escolar Biblioteca popular 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura: Recreación Murga Mural Juegotecas barriales 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio ambiente Talleres y campañas de concientización Desmalezamiento y mantención de espacios verdes
<ul style="list-style-type: none"> • Derecho Talleres de concientización Violencia policial Derecho de los jóvenes Charlas informativas Asesorías Jurídicas Perspectiva de género Caravana por los derechos 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación comunitaria Talleres de gráfica Radio Audiovisual Campañas 	<ul style="list-style-type: none"> • Integración Eventos y fiestas culturales Jornadas solidarias Acontecimientos recreativos Talleres para compartir saberes Espectáculos callejeros (teatro) Festivales Peñas para recuperar tradiciones Ferias Murgas

OTRAS ACCIONES PARA TENER EN CUENTA

ENCUESTAS COMUNITARIAS: Las encuestas comunitarias son una manera organizada de recopilar información. Mediante las encuestas se puede averiguar distintos problemas de las personas, considerar las afinidades y las diferencias en sus opiniones y creencias o determinar el apoyo que reciben los diferentes planes o acciones de la comunidad. En las encuestas se hacen a todos los participantes las mismas preguntas, de la misma manera. Las encuestas pueden realizarse en los hogares, los lugares de trabajo, las escuelas, los lugares de culto, otros sitios de reunión o incluso por teléfono o correo. Las encuestas permiten a las personas compartir su opinión en privado, sin tener que asistir a reuniones u otros eventos públicos. Pueden ser la mejor forma de participar para aquellos que son tímidos o a los que no se les permite participar en el proceso de toma de decisiones de la comunidad, para así tomar en cuenta sus preocupaciones e ideas. Muchas veces son las mujeres encuestadoras las que tienen una mejor aceptación por la gente. Las encuestas ofrecen una buena oportunidad para promover su participación y liderazgo.

ENCUENTRO INTERGENERACIONAL: Este encuentro se trata que entre los diferentes grupos de población, cada uno con sus peculiaridades, sus costumbres y sus formas de entender y vivir la vida, se produzca un acercamiento, una aceptación, que se fomente el respeto a la multiculturalidad. Los jóvenes aportarán su modo de vivir, sus valores, sus preferencias. Los ancianos también lo harán y además podrán enseñarles a los jóvenes viejas historias de la comunidad, costumbres antiguas, etc. Los inmigrantes pueden compartir sus costumbres, sus creencias y valores culturales.

JUEGOTECAS BARRIALES: Es una invención artificial para brindar ocasiones para que una población pueda jugar en condiciones apropiadas. Es una herramienta que posibilita generar instancias de cumplimiento del derecho a jugar. Ya sea como un derecho o como una práctica intencional, entendemos a las juegotecas desde las políticas públicas, como un espacio y tiempo que potencializa y redimensiona el lugar de niños y niñas en la comunidad, a través del jugar de un modo lúdico. Donde a partir, de múltiples actividades los participantes se descubren y se vinculan.

**APOYO TÉCNICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS POLÍTICAS SOCIALES LOCALES
DEL MUNICIPIO DE ALMIRANTE BROWN**

Puntos de Integración Comunitaria

Capacitación a equipos para planificación integral de los PIC

La juegoteca intenta producir un espacio de decisión, un lugar que le permita a los pequeños mejorar sus experiencias, para que a partir de ellas y desde ese terreno poder aprender. Todas las personas involucradas en las juegotecas son empujadas a experimentar (literalmente: jugar) con lo que saben y a mostrar (literalmente: enseñar) sus producciones, para que otras personas las aprehendan. Así la juegoteca se nos aparece como un espacio interesante para la construcción colectiva, el estar entre iguales, se acuerde y negocie, entendiendo que existe un espacio de permiso y confianza, al que pueden acudir en condición de protagonistas.

Para ello, las actividades de experiencias lúdicas utilizadas, se basan en diversas formas de expresión corporal, musical, plástica, literaria, dramática; incentivando el pensamiento crítico, reflexivo y tolerante. Es importante disponer de varios espacios con propuestas variadas, dónde quienes juegan puedan circular a su antojo.

Habrán un lugar para los juegos de mesa, otro para las creaciones estético expresivas de juegos y juguetes, otro sector con juguetes de encastre o maderitas y muñecos, otro espacio para juegos más dinámicos con diferentes elementos y juegos colectivos dónde se los invita a participar a todos juntos. Siempre se intentará propiciar un momento de encuentro y reflexión, puede ser al comenzar o antes de finalizar, por lo general se dan en ronda y sentados en el piso donde nos encontraremos con juegos primero para luego dar paso a la palabra y buscar que todos y todas podamos ser escuchados y escuchadas, momento donde cada uno puede expresarse, mirarse y reconocerse en el compañero o compañera. Las juegotecas pueden entenderse como una pequeña sociedad que está habitada por distintos valores: la solidaridad, el compromiso mutuo, el respeto a la igualdad de géneros, la equidad, la justicia, la participación comprometida. El ejercicio de construcción y sostenimiento de esta pequeña sociedad implica el desafío de confrontar con los problemas cotidianos del encuentro con el otro, del diseño permanente de acciones que den sustento y encarnadura a estos modos de pensar y vivir. Así quienes juegan se ven atravesados por estos modos de relación y ética, por lo tanto el “jugar” también se ven atravesados por lo que viven las niñas/os. El contexto es texto en los juegos. Por ello el juego es el lugar donde aparecen los conflictos y valores de la vida cotidiana, pero también es el espacio donde esos conflictos y valores pueden someterse a interrogación, revisión y cambio.

JORNADAS COMUNITARIAS

La Caravana por los Derechos (incluir la temática que se considere necesario dar a conocer):

La Caravana es un dispositivo de fortalecimiento familiar y comunitario que tiene por objetivo sensibilizar al barrio sobre cuestiones que son necesarias dar a conocer. Por ejemplo los Derechos que las personas tenemos y que son importante conocer para defender. De esta manera se puede pensar dos momentos para llevar adelante esta actividad: el preparatorio y el de ejecución.

Momento preparatorio: se convoca a las familias para el diseño de la Caravana. Se acuerda el material que se quiere contar, se piensa en frases que expresen aquello que queremos dar a conocer. Se diseñan carteles con cartulina o cartón y se pueden escribir con estencil, marcadores, tempera o cualquier material que permita dar visibilidad al cartel. Los carteles pueden tener diferentes formas y cuantos más sólidos sean mayor posibilidad de que perduren en el tiempo. Luego se diseñan disfraces coloridos, con cintas, con globos, con papel glasé y todo material que consideren necesario y que permita adornar nuestra caravana. Se puede crear muñecos grandes que conduzcan a la Caravana con una sábana y un palo de escoba. Se puede contar con bombos, redoblantes o instrumentos de percusión creados con materiales reciclados. La idea que nuestra caravana se colorida y ruidosa para llamar la atención de la comunidad. Además, se deberá realizar un mapeo que indique el trayecto por el que transitará la Caravana. En el camino se puede designar algunos puntos que serán postas con intervenciones musicales y artísticas.

Momento de ejecución: el día que realizaremos la Caravana, acordamos un punto de encuentro, desde donde se saldrá. Las personas que serán parte de la misma se pueden organizar de la siguiente manera: todos se deberán colocar un disfraz o usar algún elemento colorido que permita

distinguir al grupo en las calles, luego habrá quienes se encarguen de pegar los carteles realizados con los mensajes, en el trayecto de la Caravana, otros se encargarán de la música, otros estarán en postas (puntos en el camino de la Caravana) que serán responsables de hacer una actividad grupal (pueden ser actividades lúdicas, artísticas o musicales), otros estarán encargados de conducir a la Caravana para que vayan todos juntos, esa persona puede ser la encargada de llevar al muñeco director de la Caravana.

La idea que ese día el barrio se llene de colores, de música y de mensajes y que las personas que son parte de la Caravana se sientan protagonistas de una acción comunitaria de sensibilización.

PRODUCTOS COMUNICACIONALES

Es muy importante pensar cómo vamos a comunicar las actividades en el barrio. Proponemos algunas herramientas.

VOLANTE: El volante es una hoja de papel de dos lados, o dos caras. Es un elemento gráfico de comunicación que se utiliza para dar a conocer pequeños mensajes sobre próximas actividades como invitaciones, inicio de campañas; o para divulgar una o varias ideas. Su soporte es papel y su tamaño es menor que una hoja de papel tipo carta. Puede ser la mitad o menor.

El mensaje debe ser simple y claro, sin faltas de ortografía y de fácil comprensión para los destinatarios. En un volante no debemos colocar muchas palabras, usaremos un mensaje corto que represente bien la idea de la información; si es necesario, usaremos alguna imagen. Usaremos una como principal, donde colocaremos el mensaje; si es necesario usaremos, la otra cara para complementar la información.

Impacto comunicacional: Es relativo. Se espera captar la atención de la comunidad con la entrega personalizada de este tipo de anuncio y/o con la distribución masiva del mismo.

Destino final del producto: La distribución del material se realiza en general, de mano a mano, directamente a las personas, lo que permite un contacto importante de reconocimiento con la comunidad, además de poder responder cualquier pregunta relacionada con la información y así poder ampliar la misma.

Elaboración del producto: Para comenzar a diseñar nuestro volante debemos tener preparada la idea. ¿Cuál será el mensaje?. ¿A quiénes va dirigido el mensaje (objetivos)?. ¿Cuáles serán los colores que usaremos?. ¿Qué símbolo, logotipo o figuras llevará el volante?.

En el diseño no debemos olvidar: Tipo de letra (tamaño y estilo); colores; imágenes, símbolos, figuras geométricas o fotografías; orientación dentro del espacio de trabajo; espaciado y orientación de cada uno de los elementos; claridad y calidad de la presentación del diseño; es recomendable ver ejemplos.

AFICHE: Es un elemento gráfico de comunicación que se utiliza para dar a conocer una información sobre un tema en específico. Su soporte es papel o cartón. Su tamaño es variable (un pliego, medio pliego o un cuarto de pliego, etc.).

Diseño y Presentación de la Información o Mensaje: La información debe ser clara y precisa, de poco texto, complementado con imágenes. El diseño debe ser atractivo, limpio y no estar saturado de elementos que puedan confundir la lectura y comprensión del mensaje. Puede ser un tanto difícil tratar de dar un mensaje por medio de una imagen, pero es ahí donde se debe buscar la simplicidad; a través de diseños que puedan ser reconocidos por la comunidad.

Impacto comunicacional: Es importante la atención que provoca en la comunidad los diseños atractivos y novedosos, con mensajes de interés común e información con la que se identifica la población.

Destino final del producto: generalmente se encuentra en el exterior de lugares públicos pero que también se puede ver en el interior de locales que son frecuentados regularmente por muchas personas (centros médicos, oficinas, recepciones, etc.). La ubicación del producto es fundamental; por ejemplo, si es dentro de una oficina o servicios públicos, en algunos casos es mejor tenerlo enmarcado. Si es en la calle, en una pared autorizada, es mejor colocar varios, todos juntos, mínimo cuatro.

Elaboración del producto: Para comenzar a diseñar nuestro afiche debemos tener preparada la idea. ¿Cuál será la información?. ¿A quiénes va dirigido (objetivos)?. ¿Cuáles serán los colores que usaremos?. ¿Qué símbolo, logotipo o figuras llevará?.

PASACALLE: Es un elemento gráfico de comunicación y de uso muy popular en nuestros países. Sirve para informar a la población de eventos importantes que se realizarán en la comunidad, o dar a conocer diferentes campañas de beneficio público, mensajes de ayuda, etc. Es una tela pintada a mano o impresa, puede ser de hilo natural (algodón) o sintética (PVC). Lo recomendable es la tela de algodón o una similar, es más económica, más liviana y todas las pinturas y materiales relacionados con la elaboración de este producto son más baratos, fáciles de usar y no tóxicos.

Diseño y Presentación de la Información o Mensaje: La información debe de ser clara, máximo tres líneas de texto complementado con imágenes, dejando buenos espacios entre las palabras (título principal, texto complementario, nombre y dirección de la organización). El diseño debe representar el mensaje.

Destino final del producto: Se coloca en lugares estratégicos, esquinas importantes, lugares de paso habitual de peatones, etc., de un extremo a otro, cruzando la calle. Amarrando los extremos de la cuerda, comúnmente de un poste, con una altura que permita el paso de vehículos sin dificultad o sin riesgo de dañar el material; debemos considerar colocar el cruzacalle (producto) en lugares donde no existan otros de este tipo. Su vida útil (tela de algodón o similar) es de una a tres semanas y va a depender de su estructura, ubicación, condiciones del lugar y clima. Su impacto dura más o menos una semana, después pierde el interés del público, además de que el material empieza a deteriorarse.

Elaboración del producto: Para comenzar a diseñar un cruzacalle debemos tener preparada la idea. ¿Cuál será la información?. ¿A quiénes va dirigido (objetivos)?. ¿Cuáles serán los colores que usaremos?. ¿Qué símbolo, logotipo o figuras llevará?. Lo que debemos tener en cuenta para diseñar. Su diseño debe estar bien estructurado. Orden del texto, tamaño de letras, estilos, espaciamentos, imágenes, colores, etc. Simplicidad: no colocar demasiada información, máximo tres líneas de texto, usar tela blanca como fondo. El mensaje debe de ser claro, la letra de buen tamaño en proporción con el lienzo. Las letras y las palabras deben quedar bien espaciadas (normal). La presentación del mensaje en la tela tiene que reflejar comodidad y amplitud, el mensaje debe tener buen espacio para poder manifestarse con fuerza y soltura. Un mensaje comprimido y confuso no es atractivo y no se lee.

MURAL: Es un elemento gráfico de comunicación. Se realiza (se pinta) el diseño directamente en el muro. Las dimensiones del diseño deben estar adecuadas a la pared elegida. Dependiendo de su ubicación y mantenimiento, puede durar mucho tiempo, meses. Según su diseño y realización, puede ser aceptado y protegido por la comunidad como elemento decorativo. Puede ser realizado en el interior o exterior de un local o bien en un muro de la calle. El mural es una pintura que impermeabiliza y protege la pared.

Impacto comunicacional: Es de gran impacto comunicacional y su efecto es inmediato.

Elaboración del producto: Equipo de trabajo. Tema o mensaje. Ubicación y medidas del muro o pared. Preparación del diseño. Lista de materiales. Programación del tiempo de trabajo. Preparación y elaboración de plantillas. Preparación del muro para pintar el diseño. Preparación de colores. Ejecución de la obra.

Tema o Mensaje: Es el motivo que nos inspira para la realización del mural (debe ser sugerido por la organización). Ubicación y medidas del muro o pared, evaluación de la estructura y superficie: Debemos conocer dónde estará ubicado geográficamente el mural, saber si será interior o exterior, o bien si estará en la calle. Si recibirá luz natural o artificial, qué medidas tiene y qué condiciones presenta la estructura y superficie.

Jornada de ejecución del mural: Tiempo estimado en coordinación con el equipo, según la jornada o las jornadas de trabajo (Encargado de ejecución de la Obra).

STENCIL: Es un arte callejero en que se utilizan moldes calados (figuras de militantes presos, por ejemplo, o de militantes asesinados, de partidos, figuras de actores vinculados a la protesta social, etc.) para estampar con aerosol sobre distintas superficies: paredones, calles, monumentos.

GRAFITTI: Es un medio bastante económico para expresar una idea sobre un tema de interés, instalarlo y generar una reflexión. Durante años se plasmaron en las paredes de los baños públicos o en los vagones de trenes. Aunque en los últimos tiempos fueron apareciendo en las paredes de las casas y calles, ganando un lugar de publicidad o a la pintada política. El grafiti es un medio de expresión callejero que utiliza el humor, la ironía, apela a la imaginación de aquel que lo ve, busca transformar algo cotidiano y "naturalizado", toma el rumor, el chisme, aquello que no se dice y lo transforma en un mensaje correcto. Lo diferencia de la pintada su dimensión fundamentalmente artística, ya que el grafiti puede ser un dibujo de una situación concreta, puede contener palabras o no.

BOLETÍN BARRIAL: Es un medio gráfico muy efectivo para mantener informados a los vecinos/as y compañeros/as sobre problemáticas barriales; para rescatar las producciones culturales y organizativas del barrio y de cada organización. El formato debe ser sencillo, con pocas noticias bien desarrolladas rescatando el contexto y la historia, utilizando las palabras de los compañeros/as y armando notas con una idea por párrafo. Hay que tener mucho cuidado de no reproducir la lógica de los medios masivos empresariales. Tenemos que explicar los temas y hechos en su devenir histórico, en el contexto político, social y cultural en los cuales se generan.

RECOMENDACIONES SOBRE LA DISTRIBUCIÓN

Para que los **materiales puedan ser accesibles a los destinatarios** es importante identificar en los distintos barrios los lugares más frecuentados por los principales interlocutores de los mensajes señalando espacios de circulación, concentración y reunión.

Territorialmente se pueden reconocer tres espacios o lugares:

1. **De circulación:** son los espacios por donde la gente pasa: pasillos, calles, pasajes, avenidas, esquinas, etc. Casi siempre sin detenerse, lo atraviesan caminando rápidamente.
2. **De concentración:** son los espacios donde las personas se juntan para lograr un objetivo, pero en los que no necesariamente se comunican entre sí para hacerlo (por ejemplo: la parada de colectivo, la verdulería, el almacén, la salida de la escuela, la sala de espera del centro de salud del barrio)
3. **De reunión:** son los espacios en los que se reúnen grupos de mayor o menor envergadura, organizados, conocidos, que necesitan comunicarse para el logro de un objetivo en común (la parroquia, la escuela, la comisión vecinal, el club, el comedor del barrio).¹

¹ Ver CENTRO NUEVA TIERRA, *Barrio Galaxia, Manual de Comunicación Comunitaria*. En <http://comunicacionenlaescuela.wordpress.com/2011/05/15/barrio-galaxia-manual-de-comunicacion-comunitaria/>