

Saliendo a la calle para encontrarnos con la gente

La comunicación en los espacios públicos

Javier Ampuero Albarracín

Asociación de Comunicadores Sociales Calandria – Lima, Perú
cpcalandria@terra.com.pe | (00511) 2660732 | www.accionensida.org.pe

Los espacios públicos

- **La calle** = escenario de violencia, caos, intolerancia, contaminación, miedo.
- Sin embargo, es un **espacio público** donde la gente **se comunica**.



Comparte información, ideas, emociones, sensaciones, productos o servicios, y sobre todo **dialoga** (se expresa/percibe) y se **relaciona** (conoce, comprende, interactúa).

Por qué usar espacios públicos

- **Interacción personal** con **cientos o miles** de usuarios reales y **potenciales**.
- Calles, plazas, mercados, bulevares, discotecas, playas... cada espacio público tiene sus **usuarios** y sus **usos**.

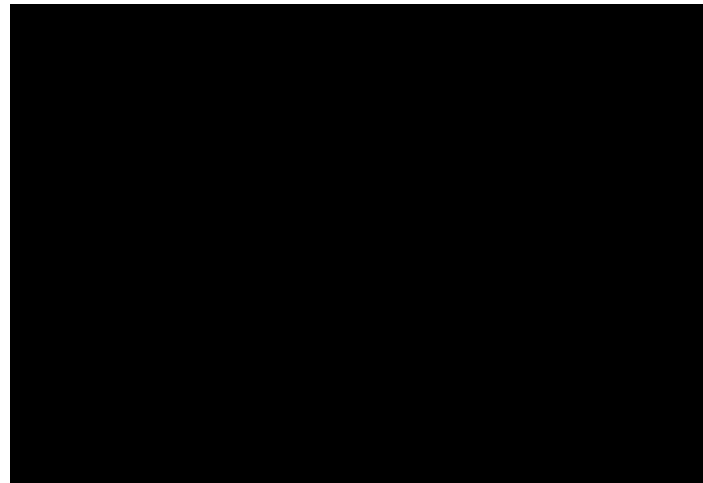


Cómo se siente la gente

- Poco valorada, comprendida y escuchada
> desconfía, no cree, se conforma, no asume sus derechos y responsabilidades.
- Conoce poco el funcionamiento, utilidad y servicios de cada institución.
- Propuesta: dejar la butaca del espectador para tomar el escenario del ciudadano (informado, exigente, propositivo, responsable).

Para qué usar espacios públicos

Transformarlos en **espacios de participación** ciudadana, mediante espectáculos **itinerantes** compuestos de actividades **interactivas e innovadoras**.



Para qué usar espacios públicos

- **Conocer** percepciones, demandas, iniciativas de usuarios reales/potenciales.
 - > Motivar la expresión libre, diversa y creativa
- **Promover servicios**, imagen institucional.
 - > Brindar información útil, servicios *in situ*
- **Colocar temas institucionales** en la conversación cotidiana y pública
 - > Generar diálogo, reflexión y aprendizajes de manera entretenida (razón y emoción).

Cómo: La Caravana Ciudadana

- Actividades de comunicación **creativas** orientadas por **resultados** y **estrategias**
- **Adecuadas** al público y al espacio (observación del uso cotidiano, programación)
- Con **ideas fuerza** o mensajes claros
- Uso eficaz de recursos y alianzas: **intervención compartida** entre instituciones (itinerancia y frecuencia)

Cómo: La Caravana Ciudadana

La gente participa cuando encuentra:

- **Utilidad**, aprendizajes concretos, recursos para la vida (motivación pragmática).
- **Reconocimiento** de parte de los otros, valoración de lo propio (motivación emocional).
- **Placer**, disfrute del momento, entretenimiento (motivación sensorial).
- **Respeto** a expresión anónima (sombra) y pública (luz).

Cómo: la Caravana Ciudadana

- **Materiales lúdicos:** acordeón informativo, Macromodelos, Gigantinfografías
- **Stands de atención y orientación**
- **Juegos interactivos:** Marca-presión, Tumba-corrupción, Ruleta de la decisión



Cómo: la Caravana Ciudadana

- **Debate:** video ficción, teatro, cuento



- **Consulta ciudadana:** grafichanga (imaginar situación deseada), raje-cabina (crítica despiadada), mochilánforas (propuestas)

Evaluando la intervención: ¿está en ALGO?

¿Nuestra iniciativa comunicativa genera en el espacio público...?

- **A**prendizaje entretenido
- **L**ibre, diversa y creativa expresión y acción ciudadanas
- **G**rata conversa, diálogo y debate
- **O**rientación e información útil y nueva