

00466 17



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
COORDINACION DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

POLITICAS CULTURALES ORIENTADAS AL PLANO DE LA VIDA COTIDIANA EVALUACION DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACION DEL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA (BOGOTA, 1995-1997)

T E S I S

PARA OBTENER EL GRADO DE: MAESTRA EN COMUNICACION

P R E S E N T A : LILIANA LOPEZ BORBON



MEXICO, D. F.

ASESOR

DOCTOR DANIEL CAZES MENACHE

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

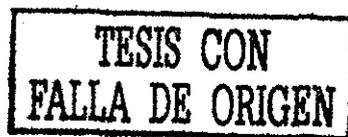
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

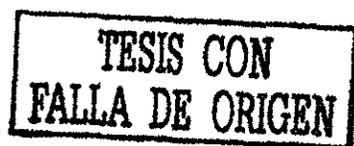
*A Walter, a Gabriel
y a esa Bogotá que se agita en medio de los cerros,
navegantes y navíos que hicieron posible esta travesía*

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	VII
INTRODUCCIÓN	VIII
PRECISIONES CONCEPTUALES	IX
PRECISIONES METODOLÓGICAS	XII
1. BOGOTÁ: EL CAMINO DE SUS TRANSFORMACIONES.....	1
1 1. LA MODERNIDAD INCOMPLETA LATINOAMERICANA	2
1 1 1 <i>Rasgos de la Modernidad Periférica</i>	2
1 1 2 <i>Experiencias de la modernidad en la ciudad</i>	5
1 1 3 <i>La ciudad emergente latinoamericana entre modernidad y tradición</i>	6
1 2. CONTRADICCIONES DE LA VIDA URBANA EN BOGOTÁ	7
1 2 1 <i>La mutación cultural de Bogotá</i>	8
1 2 2 <i>Los desafíos culturales de las comunicaciones en Bogotá</i>	9
1 2 3 <i>Cultura Ciudadana un cambio en las prioridades de la ciudad</i>	11
1 2 4 <i>Imagen de Bogotá actual y futura construcción del espacio y el tiempo ciudadanos</i>	13
2. EL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA: LA APUESTA POR UNA POLÍTICA CULTURAL ORIENTADA AL PLANO DE LA VIDA COTIDIANA	16
2 1. POLÍTICAS CULTURALES EN AUSENCIA DE PARADIGMAS	16
2 1 1 <i>Domesticar la cultura un asunto político</i>	17
2 1 2 <i>La aparente imposibilidad de orientar políticas culturales hacia lo cotidiano</i>	18
2 1 3 <i>¿Desde dónde se están pensando ahora las políticas culturales?</i>	20
2 1 4 <i>Cultura política y políticas culturales la emergencia de lo cotidiano</i>	21
2 2. CULTURA CIUDADANA: LA INTRODUCCIÓN EN LO COTIDIANO	23
2 2 1 <i>Cultura ciudadana y los tres sistemas reguladores Ley cultura y moral</i>	24
2 2 2 <i>Vergüenza social una debilidad en el planteamiento general</i>	25
2 2 3 <i>Cultura Ciudadana como alternativa para Formar Ciudad</i>	27
2 2 4 <i>Comunicaciones Públicas Urbanas y Cultura Ciudadana</i>	28
2 3. EL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA: LA ACCIÓN POLÍTICA EN LA CULTURA COTIDIANA	31
2 3 1 <i>La estrategia general del Programa desde el punto de vista emergente</i>	32
2 3 2 <i>La comunicación en el Programa de Cultura Ciudadana</i>	34
2 3 3 <i>La herramienta de comunicación buscando superar el paradigma informacional</i>	36
2 3 4 <i>La inserción en lo cotidiano a través de la comprensión estratégica de la comunicación</i>	38



3. LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU INTERVENCIÓN EN LA VIDA COTIDIANA	41
3 1. COMUNICACIONES PÚBLICAS URBANAS Y POLÍTICAS CULTURALES	42
3 1 1 <i>Políticas culturales urbanas y comunicación la competencia hegemónica</i>	43
3 1 2 <i>Circuitos culturales urbanos</i>	46
3 1 3 <i>Relaciones entre comunicación y cultura: la múltiple mediación del proceso de recepción</i>	47
3 1 4 <i>Medios masivos de comunicación mediaciones y vida cotidiana</i>	49
3 2. CONSTRUCCIÓN DE REFERENTES EN EL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA	50
3 2 1 <i>Dificultades en el proceso de emisión: institucionalización provisional de Cultura Ciudadana</i>	52
3 2 2 <i>Dislocación del universo simbólico: tres momentos, tres visiones</i>	53
3 2 3 <i>De la mano aprobatoria a la zanahoria: entre interacción y conformismo</i>	55
3 2 4 <i>Mimos y fanfarrias: la intervención lúdico-pedagógica</i>	58
3 3. TRAYECTOS COMUNICATIVOS DE CULTURA CIUDADANA EN BOGOTÁ: ARTICULAR LAS DIFERENCIAS	61
3 3 1 <i>Circuitos de comunicación directa y uso adecuado del espacio público urbano</i>	62
3 3 2 <i>Construcción de territorios simbólicos y disfrute del espacio público urbano</i>	70
3 3 3 <i>De la calle a los medios la ciudad como acontecimiento</i>	76
3 3 4 <i>Imagen de Ciudad: Bogotá como trasfondo de sentido</i>	81
CONCLUSIONES: APROXIMACIÓN A LAS POLÍTICAS CULTURALES ORIENTADAS AL PLANO DE LA VIDA COTIDIANA	84
FUENTES	92
FUENTES CITADAS	92
<i>Documentos Públicos</i>	96
FUENTES DE REFERENCIA	98
ANEXOS	I
ANEXO 1. PRESUPUESTO DESTINADO AL INSTITUTO DISTRITAL DE CULTURA Y TURISMO PARA EL DESARROLLO DE LA PRIORIDAD DE CULTURA CIUDADANA	I
<i>Cuadro 1 Inversión plurianual del IDCI entre 1992 y 1994</i>	<i>i</i>
<i>Cuadro 2 Inversión plurianual del IDCI entre 1995 y 1998</i>	<i>i</i>
<i>Cuadro 3 Principales proyectos prioritarios del IDCI. Inversión 1995 - 1998</i>	<i>i</i>
ANEXO 2. ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA	II
<i>Cuadro 4 Campos de acción del programa de Cultura Ciudadana</i>	<i>ii</i>
ANEXO 3. COMPONENTES DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	III
<i>Cuadro 5 Desglose de las Estrategias de Comunicación</i>	<i>iii</i>



ANEXO 4. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD IV

Cuadro 6 Entrevistas realizadas en Bogotá, mayo – junio del 2001 iv

A4 1 FORMULARIOS APLICADOS V

A4 1 1 Antanas Mockus – Alcalde Mayor de Santa Fe de Bogotá v

A4 1 2 Paul Bromberg – Ex Alcalde y ex Director del IDCT vi

A4 1 3 Norma Costanza Muñoz – Ex directora del IDCT vi

A4 1 4 Costanza Cubillos – Ex Jefe de Prensa de la Alcaldía Mayor vi

A4 1 5 Rocío Londoño – Actual Directora IDCT vii

A4 1 6 Gabriel Gómez – Ex director de Comunicaciones Cultura Ciudadana vii

A4 1 7 Harold Sarmiento – Ex gerente de Tránsito y transporte masivos del Programa de Cultura Ciudadana x

A4 1 7 Jorge Camacho – ex asesor de Seguridad y convivencia del Programa de Cultura Masiva xi

A4 1 9 Juan Carlos Quintero – ex asesor de Espacio público urbano y lugares de socialización del Programa de Cultura Ciudadana xii

A4 1 10 Juan Carlos Pergolis – Urbanista y experto en Imagen de Ciudad xiv

A4 1 11 Fernando Viviescas – Urbanista y evaluador del Programa de Cultura Ciudadana xv

A4 2 SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN XVI

Cuadro 7 Categorización xvi

A4 3. CLASIFICACIÓN GENERAL INFORMACIÓN ENTREVISTAS XVII

A4 3 1 Ley Cultura y Moral xvii

A4 3 2 Cultura Ciudadana xvii

A4 3 3 Imagen de Ciudad xxv

A4 3 4 Autorregulación xxix

A4 3 5 Adecuación de Contextos xxxvi

A4 3 6 Autoridad xxxviii

A4 3 7 Intervención lúdico pedagógica xl

A4 3 8 Estrategias de Comunicación xlv

A4 3 9 Comunicación Masiva liii

A4 3 10 Comunicación Directa lxiii

A4 3 11 Generación de Espacios de Socialidad lxxi

A4 3 12 Programa de Cultura Ciudadana / IDCT lxxiii

A4 3 13 Propuestas para Cultura Ciudadana lxxv

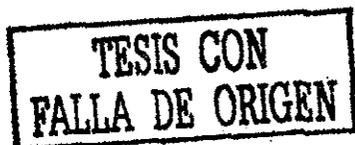
ANEXO 4. INFORMACIÓN RECABADA EN LOS DIARIOS LXXX

DIARIO EL TIEMPO LXXX

Cuadro 8 Artículos revisados Diario El Tiempo lxxx

DIARIO EL ESPECTADOR LXXXI

Cuadro 9 Artículos revisados Diario El Espectador lxxxI



AGRADECIMIENTOS

Esta investigación fue posible gracias al apoyo de diversas instituciones y personas. La Secretaría de Relaciones Exteriores de México, la Dirección General de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México y el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, brindaron el apoyo económico necesario llevar a buen término este trabajo. Desde la perspectiva académica los sugerentes comentarios de los investigadores Daniel Cazés Menache, en México; Wiston Licon Calpe y Gabriel Gómez Mejía, en Colombia; Manuel Espinel Vallejo, en España y Ricardo Spaltenberg, en Argentina; se convirtieron en brújula y faro que guiaron los destinos del presente estudio. Agradezco especialmente a quienes estuvieron durante este largo proceso a mi lado e hicieron posible la esperanza: mi familia, Tita, An, Bernardo, Gloria Luz Alejandre, Leticia Calderón, Carlos Hernández, Maura Carrillo y Gandalf. Finalmente no puedo dejar de mencionar a José Arellano Sánchez, Benjamín Arditi, Pedro Alejandro Florián, Rafael Rendón, Juan Carlos Quintero y Fernando Soto, quienes de una u otra forma colaboraron con esta travesía. A todos ellos, gracias.

*“Vagar a solas entre la multitud,
recibir la mirada anónima y ejercer la mirada anónima,
eso es precisamente aquello que constituye a lo urbano,
a la ciudad en toda su grandeza, en toda su especificidad,
pero también en toda su crueldad y dureza”*

Fernando Cruz Kronfly

INTRODUCCIÓN

La Administración Distrital de Bogotá D.C. realizó entre 1995 y 1997, una serie de programas y proyectos para transformar la cultura ciudadana, entendida como “el conjunto de costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos” (DAPD, 1995: 4) La gestión pública se concentró en la formación y la comunicación, y en acciones combinadas que operaron en los sistemas de regulación cultural y legal del orden social. Entre los resultados más visibles están la reducción de la tasa anual de muertes por homicidio, que bajó de 72 muertes (1994) a 51 por 100.000 habitantes (1997). Logro relacionado con el desarme legal, el desarme voluntario y el control del horario de expendio de alcohol. La prohibición de la fabricación, venta y uso de pólvora que disminuyó, entre diciembre de 1994 y 1997, en 68% el número de personas quemadas y en 100% las muertes por la misma causa. Asimismo durante la emergencia de agua de 1997, ocasionada por un derrumbe, se logró un ahorro voluntario promedio del 15% con respecto al consumo histórico de agua (Espinel, 1998b; Mockus, 1998b, 1999). Sin embargo, para los propósitos de la investigación, el dato más importante es la transformación de la imagen de la ciudad: a comienzos de 1998, el 67% de los ciudadanos, consideran que Bogotá es un buen sitio para vivir (Cima, 1998: 2)¹

La prioridad atravesó la planeación de las 48 entidades que conforman la Administración y centralizó sus actividades en un Programa del mismo nombre adscrito al Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT). En este marco, se ejecutó una política cultural que introdujera en la compleja y contradictoria trama cultural de Bogotá, una serie de mediaciones para transformar aquellos comportamientos cotidianos que riñen con la vida colectiva de la ciudad. Con este propósito se concentró en dos ejes: buscó modificar ciertos comportamientos individuales y colectivos a través de la autorregulación ciudadana; y orientó sus acciones hacia la construcción colectiva de una imagen de ciudad compartida, actual y futura (Espinel, 1996c: 9). El Programa de Cultura Ciudadana es una forma inédita de orientar políticas culturales, tal como lo señala Martín Barbero quien considera que estas acciones ponen en entredicho un principio que se había considerado rector en el diseño de

¹ No existen datos sobre la imagen global de la ciudad realizados con anterioridad a esta fecha. Pero los datos relacionados permiten inferir que a mediados de 1995, por lo menos el 75% de los habitantes de Bogotá no consideraban a Bogotá como un buen lugar para vivir (Alcaldía Mayor, 2001).

las mismas: que éstas son sólo aplicables a las culturas institucionalizadas y no a la cultura cotidiana. Textualmente: “La experiencia vivida en Bogotá desafiaba ese principio teórico (el de Brunner, 1992): lo que se había constituido en eje de la política cultural había sido la llamada cultura ciudadana, que es justamente la cultura cotidiana: esa que organiza la convivencia de los ciudadanos [...] Y lo que es más aún: es a partir de políticas de ordenamiento de la cultura ciudadana que se habían desarrollado las políticas sobre culturas especializadas” (Martín Barbero, 1998a: 8-9).

En este marco y como hipótesis central de la investigación se parte del presupuesto de que las políticas culturales del Programa de Cultura Ciudadana fueron una acción deliberada sobre la vida cotidiana de los habitantes de Bogotá y que esta acción se sustentó en especial –pero no únicamente– en el diseño y aplicación de estrategias de comunicación pública que al generar una serie de circuitos culturales urbanos posibilitaron la comunicación entre extraños; el uso y disfrute adecuados del espacio público urbano y la transformación de la imagen de la ciudad. Esta es la apuesta central de la que parte la investigación que se conjuga con el hecho de que la mayoría de los estudios convencionales de la tradición de la comunicación están más preocupados por los medios masivos y las nuevas tecnologías, que por la interacción de los ciudadanos entre sí y las relaciones que ellos establecen en y con el espacio público urbano (Esteinou, 1996: 115). Estas preocupaciones orientan la reflexión y son el punto de partida para profundizar en las relaciones entre las comunicaciones públicas urbanas y las políticas culturales, y en último término en la dimensión comunicativa de la cultura. Asuntos centrales en el actual contexto multicultural e intercultural, donde las ciudades se configuran cada vez más como protagonistas de las transformaciones locales, nacionales y mundiales.

PRECISIONES CONCEPTUALES

La complejidad conceptual de la problemática de la ciudad contrasta con la aparente simplicidad de las rutinas de los ciudadanos que habitan en ella. Cultura del rebusque, evasión de normas, incumplimiento de leyes, dificultad para adecuar la conducta a los contextos propios de la cultura ciudadana. Parece que los habitantes de estas ciudades periféricas y contradictorias, encuentran los caminos para adecuar los espacios públicos urbanos a las lógicas de la sobrevivencia, en unos casos, o las lógicas de la vida privada, en otros. Sea como sea habitan la ciudad, construyen recorridos, lugares de interacción.

momentos y espacios donde la cotidianidad fluye. Villasante se refiere a esta desarticulación entre los discursos sobre la ciudad y la ciudad misma de la siguiente manera: “la vivencia con otros, la convivencia supone unas redes muy complejas nunca reductibles a mediciones cuantitativas, donde lo afectivo y lo expresivo tienen mucho que decir. Es el tejido social informal que subyace a todo tejido asociativo e institucionalizado” (Villasante, 1998: 151) Y es allí, en lo no cuantificable donde las estrategias de comunicación buscaron transformar la vida cotidiana de los ciudadanos. La ciudad es ese lugar paradójico donde la vida cotidiana se sustenta en la lejana confianza de resistir el vértigo y de mantener la diferencia, pero donde también anida la esperanza de que otros reconozcan y compartan las señales intrínsecas a esa diferencia: la búsqueda incesante de la identidad.

La asimetría de las ciudades emergentes latinoamericanas con la realidad que viven otras ciudades del mundo, hace necesario contextualizar –sino relativizar– algunos de los conceptos y presupuestos de teorías fundamentadas en situaciones urbanas disímiles a las de la región. Si como evidencia Renato Ortiz (1998) la matriz modernizadora tiene realizaciones locales, son ellas las que llevan a evitar una ‘incrustación’ de categorías que en vez de facilitar la comprensión de la problemática, terminen por ocultarla. Por tanto, la construcción del objeto de estudio exigió tanto la delimitación del tema como la toma de decisiones sobre los autores desde los cuales abordar la problemática. Aventurarse a seleccionar unos autores y unas líneas de pensamiento implica el peligro de dejar de lado asuntos centrales. Dada la proliferación de discursos en el eje temático comunicación–cultura–ciudad, que se evidenció en el desbordamiento al que condujo la revisión del estado del arte², fue necesario tomar dos decisiones que facilitaran el planteamiento teórico de la investigación. De un lado, centrar la discusión en especial pero no únicamente, en reflexiones desarrolladas por autores latinoamericanos que desde la década de los 60 están analizando sistemática y rigurosamente la relación comunicación–cultura. De otro, abordar el objeto de estudio como un problema particularmente comunicativo porque la multiplicación de ópticas³, tendía a desestructurar la indagación correspondiente y podía convertirla en una construcción acrítica.

² Finalizado el primer año de investigación las referencias bibliográficas, hemerográficas y de internet tenían más de 1000 entradas.

³ Esta multiplicación se debe a motivos diversos: al actualidad del tema de las ciudades: los antecedentes sociológicos y antropológicos que tienen los estudios sobre vida cotidiana y cultura. Además el Programa de Cultura Ciudadana, como toda acción de gobierno y como proyecto macro social puede ser abordado desde diferentes perspectivas: sociológica, antropológica, de planificación urbana, cultural, de políticas públicas, etc. La investigación busca trazar coordenadas transdisciplinarias sin dejar de centrarse por ello en la comunicación y las discusiones que a esta disciplina atañen.

Existe una preocupación creciente en la última década por la cuestión urbana en América Latina y su relación con la comunicación que se evidencia, entre otros, en la *Declaración de Rosario por el Derecho a la Ciudad* (1992); en la actualización de la problemática que hace Elizabeth Lozano (1998) del texto de Jesús Martín Barbero *De los medios a las mediaciones*, cuya primera edición data de 1987, así como en los múltiples artículos publicados por este mismo autor sobre el tema de las ciudades en los años 90; en las permanentes y profusas reflexiones realizadas por García Canclini sobre Ciudad de México, o en el artículo de Esteinou Madrid (1996) "La ciudad como proceso de comunicación" Así surgieron cuestionamientos relacionados con las formas de comprender las interacciones de los ciudadanos, las relaciones que establecen con el espacio público urbano en el que transcurre buena parte de su vida cotidiana y las maneras cómo se configura la imagen de la ciudad en sociedades estructuralmente mediatizadas.

El estudio de caso se convierte en pretexto para problematizar el debate en torno a la ciudad, al presentar en su marco propositivo y en la puesta en horizonte una comprensión relativamente inédita de las formas de abordar el campo cultural. Esta búsqueda necesariamente comparte territorios teóricos con un debate ya de largo aliento, que emprendieron las ciencias sociales "después de la agitación política y cultural de los años 60" (Lipovetsky, 1986: 14). Sin detenernos por ahora en la discusión sobre la modernidad ni en la crisis que comparten los paradigmas de todas las ciencias, incluyendo las que hasta hace no mucho tiempo se conocían como exactas (Prigogine, 1994), baste decir que "mirada desde la heterogeneidad de las tribus, la ciudad nos descubre la radicalidad de las transformaciones que atraviesa el nosotros" (Martín Barbero, 1997: 44) y es por esto que se convierte en espacio privilegiado para la reflexión.

Ya en 1990 el 71.4% de la población latinoamericana está concentrada en áreas urbanas (Informe Hábitat, 1996: 86), hecho que no sólo implica la aparición de una densa multiculturalidad que "desafía nuestras nociones de cultura, de nación y de ciudad" (Martín Barbero 1998a: 3), sino que a su vez desestabiliza las nociones sobre comunicación. Pensar hoy la ciudad como espacio para la vida es una paradoja aparentemente irresoluble. En el conflictivo marco en que las ciudades latinoamericanas se encuentran, la necesidad de pensar y poder construir a futuro una ciudad para la vida, es el eje subyace a la investigación. Se sabe que no es posible encontrar las respuestas. Antes bien el camino ya está mi-

nado de cuestionamientos y paradojas, que en el mejor de los casos conducirán a la formulación de preguntas más afinadas, que incluso radicalicen la crisis de la que da cuenta Aníbal Ford: “Estamos en una etapa de crisis, y todas las crisis son dinámicas. No es aleatorio que nos preocupen las urbes y las fronteras. Lo importante es ver a ambas como zonas visibles de la crisis de un mismo sistema cultural, o del contacto entre diversos sistemas culturales en crisis” (Ford, 1994: 57).

PRECISIONES METODOLÓGICAS

Sobre el Programa de Cultura Ciudadana se han realizado una serie de evaluaciones parciales, entre las que cabe destacar la del urbanista Fernando Viviescas (1998), la de Manuel Espinel (1998b) quien era el encargado del área de investigación del Programa y algunos documentos elaborados por el Alcalde Mayor Antanas Mockus (1997, 1998b y 1999). La evaluación de Viviescas, que fue contratada por Cultura Ciudadana, fue duramente criticada por los actores implicados, puesto que la prospectiva que el arquitecto realizó no tuvo en cuenta los supuestos teóricos de los que se partió ni permitió aproximarse en detalle a los procesos internos de gestión ni a las dificultades, aprendizajes y resultados generados por las acciones⁴. La evaluación de Espinel se resume en el documento Logros de la prioridad de Cultura Ciudadana que es un texto esquemático en el que se muestran los logros y los impactos del Programa, con una reflexión inicial sobre los supuestos que orientaron la ejecución. Finalmente, los artículos de Mockus muestran una visión global de la Administración pero no posibilitan un análisis de los procesos del Instituto Distrital de Cultura y Turismo como entidad encargada de la gestión pública de la cultura urbana en Bogotá.

En este panorama se consideró necesario realizar una evaluación de las estrategias de comunicación del Programa como una forma de contribuir al análisis de las políticas culturales urbanas orientadas al plano de la vida cotidiana, apoyándose en las teorías de la comunicación. Esta evaluación no se concentró en el éxito o fracaso de las mismas porque este abordaje polarizaba las posibilidades de discusión e incluso dificultaba la intención de aprender sobre la experiencia. Parafraseando a Martín Barbero se trató de perder el objeto para ganar el proceso. Lo cierto es que para aproximarse al Programa de Cultura Ciuda-

⁴ Estas afirmaciones resumen el común acuerdo de Paul Bromberg, Norma Costanza Muñoz, Gabriel Gómez y Manuel Espinel. Entrevistas realizadas en Bogotá, mayo del 2001.

dana no se contaban con más herramientas que el Programa mismo porque no existen antecedentes que permitan comparar la experiencia de Bogotá con la de otras capitales del continente e incluso de Iberoamérica⁵ Por tanto se optó por acudir al marco de la hermenéutica profunda propuesto por Thompson, el cual permite interrelacionar de “manera sistemática diferentes enfoques del análisis de la cultura, de la ideología y de la comunicación, y combinarse dentro de un movimiento coherente de pensamiento que ayude a explicar los diversos aspectos de estos fenómenos multifacéticos” (Thompson, 1996: 300)

La información recabada por el área de investigaciones del Programa y por el Observatorio de Cultura Urbana ofrecían datos empíricos de orden secundario para sustentar la hipótesis, pero ellos no arrojaban los argumentos para determinar cómo ni por qué ocurrieron esas transformaciones en la autorregulación de los comportamientos y en la imagen de la ciudad Para delimitar el objeto de estudio, se abordaron las estrategias de comunicación como formas simbólicas que deben ser comprendidas e interpretadas, en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados en los cuales y a través de los cuales, se produjeron, transmitieron y recibieron dichas estrategias de comunicación Es decir como una construcción significativa cuyo abordaje exige el uso de métodos explicativos u ‘objetivantes’ (Thompson, 1996: 305) Las estrategias de comunicación en tanto formas simbólicas, fueron analizadas teniendo en cuenta las tres fases o procedimientos principales del marco metodológico seleccionado: análisis sociohistórico, el análisis formal o discursivo y la fase de interpretación–reinterpretación.

En el primer capítulo se realiza el análisis sociohistórico de Bogotá, ciudad que se abordó como un territorio con historia y memorias culturales y como un espacio densamente atravesado por redes y flujos de comunicación (Martín Barbero, 1997) En este sentido se destacaron los rasgos de la modernidad periférica latinoamericana y aquellas experiencias de la modernidad en la ciudad que permiten aproximarse a la vida urbana y a la compleji-

⁵ Paul Bromberg, ex-director del IIDCI y alcalde de la ciudad después de la renuncia de Antanas Mookus para lanzarse a la presidencia asegura que nada es novedoso en el Programa porque el intento de intervenir en la cultura cotidiana ya fue realizado en la antigua Unión Soviética, durante el régimen socialista con muy malos resultados (Bogotá, mayo 2001) Pero es necesario arriesgar un comentario: el proceso de los países del Este no partió de un diagnóstico de la cultura ciudadana de los habitantes ni mucho menos buscó introducir mediaciones en dicha cultura Además, las transformaciones que planteó iban dirigidas a culturas nacionales tradicionales y no a culturas urbanas contemporáneas Otro caso es el de Barcelona que se concentró en la adecuación de contextos físicos con el fin de ‘monumentalizar’ la ciudad y no encaminados a producir autorregulación en los ciudadanos Sobre el tema ver el artículo de Manuel Delgado ‘La ciudad mentirosa Barcelona (1992) Asimismo, Juan Carlos Pergolis arquitecto y planificador urbano afirmó que ésta es “una experiencia inédita en el continente, a la mayoría de los gobiernos urbanos les gustaría adelantar un Programa de esas características Eso lo he comprobado en los permanentes seminarios sobre ciudades latinoamericanas a los que asisto” (Bogotá mayo 2001)

dad de su trama cultural y comunicativa. Este marco constituyó el tránsito necesario para ubicar las diferencias que representó la propuesta programática de Antanas Mockus y que se traduce en el Plan 'Formar Ciudad'. Este capítulo termina con una reinterpretación de la propuesta de construir colectivamente una imagen compartida de ciudad, actual y futura, comprendida como el eje que orientó las acciones de comunicación dentro del Programa

El segundo capítulo consiste en un acercamiento a las políticas culturales, así como a las convergencias y divergencias que tienen los desarrollos teóricos de la región con respecto a la propuesta implícita en Cultura Ciudadana. Se acudió a las relaciones entre cultura política y comunicación como un eje articulador para la comprensión del problema en cuestión. Sobre esta base se analizaron los supuestos que subyacen a la formulación de Cultura Ciudadana desde la triada Ley, cultura y moral propuesta por Mockus y desde allí interpretar los planteamientos generales del Plan 'Formar Ciudad'. Este primer acercamiento permitió explorar la orientación que la Administración le dio a las comunicaciones públicas urbanas. A partir de esta reconstrucción se profundizó en la estrategia general del Programa de Cultura Ciudadana y el lugar que la comunicación ocupó dentro del marco estratégico global. En donde la comunicación se comprendió no sólo como un proceso de producción, consumo y uso social de los medios, sino también como las prácticas cotidianas de interacción que constituyen y dan sentido social a la experiencia (Lozano, 1998: 178).

Finalmente, se vincularon las políticas culturales orientadas al plano de la vida cotidiana con los procesos de comunicación acudiendo al modelo hegemónico planteado por Bruner (1992). Este modelo que está basado en la noción de conformismo se articuló con las posibilidades que ofrece la categoría de la competencia comunicativa. Para explicar las formas como las estrategias intervinieron en los tipos de competencias comunicativas se acudió al modelo de la mediación múltiple desarrollado por Orozco y Charles (1996). Este modelo permitió comprender los propósitos con los cuales se construyeron las diversas estrategias, interpretar los datos que arrojaron las diferentes investigaciones cuantitativas realizadas por el Observatorio de Cultura Urbana de Bogotá. En este último capítulo se profundizó tanto en los procesos comunicativos globales del Programa como en algunos ejemplos particulares que permitieran explorar la hipótesis. En términos de la comunicación entre extraños y el uso adecuado del espacio público se trabajaron las prerrogativas de identidad y las múltiples mediaciones que intervienen en el proceso. El tema del disfrute del espacio público urbano se abordó desde la perspectiva de los nuevos modos de estar juntos y las

formas como se constituye el nosotros; para cerrar con una aproximación al registro que los medios masivos de comunicación hicieron de las acciones del Programa y los procesos que intervinieron en la construcción positiva de una imagen de ciudad compartida.

La información se recabó realizando dos viajes a Bogotá. Uno en agosto del 2000 y otro en mayo del 2001. En el primero se recopilaron los documentos teóricos y los de gestión del Programa, así como los informes de la Subdirección de Planeación de 1995 a 1997, la correspondencia interna del área de comunicación y los registros de prensa, radio y televisión que conserva el IDCT. En esta primera visita se realizó una entrevista exploratoria del caso con Gabriel Gómez encargado de las comunicaciones del Programa. Con la revisión de los materiales y las conclusiones preliminares se elaboraron los formularios para las entrevistas en profundidad que se llevaron a cabo en Bogotá en mayo del 2001. Se planearon un total de 14 entrevistas de las cuales se realizaron 11 con directivos del Programa y de la Administración y con algunos teóricos que conocieron el proceso de Cultura Ciudadana⁶. Estas entrevistas fueron el sustento de la fase de interpretación-reinterpretación la cual le da coherencia al marco propositivo de Thompson.

⁶ Los entrevistados que participaron en el Programa fueron: Antanas Mockus, Paul Bromberg, Norma Constanza Muñoz, Costanza Cubillos, Rocío Londoño, Gabriel Gómez, Juan Carlos Quintero, Harold Sarmiento y Jorge Camacho. Los actores académicos fueron Juan Carlos Pergolis y Fernando Vivicscas. Las entrevistas que no se pudieron realizar son Armando Silva, Luigi Conversa y Bernardo Toro (Ver anexo 3).

1. BOGOTÁ: EL CAMINO DE SUS TRANSFORMACIONES

En el último siglo Bogotá se convirtió en una metrópoli, cuyas características reflejan la vida urbana propia de la modernidad. El camino de estas transformaciones tuvo no pocos tropiezos y dificultades. La ciudad cruza el umbral del siglo XIX en plena guerra civil y termina el siglo XX en las mismas condiciones⁷ Bogotá como capital del país ha resumido y resentido las serias dificultades políticas, económicas y sociales que vive Colombia. No menos esclarecedor es que tanto en la literatura existente como en el imaginario de los ciudadanos sea el 9 de abril de 1948 el momento que produce un cambio radical en la ciudad⁸ Y es que el asesinato del caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán, marca el inicio del periodo que se conoce como 'La Violencia' e implica la destrucción parcial de la ciudad después del Bogotazo. Esclarecer la configuración de vida urbana de Bogotá y la propuesta de construir una cultura ciudadana a partir de una imagen de ciudad actual y futura, como alternativa para abordar la mutación cultural de la ciudad, son los objetivos de este capítulo

Aproximarse al tema de la ciudad implica esbozar una serie de trayectorias diversas entre los saberes acumulados y la complejidad de las aceleradas transformaciones que en ella se resumen⁹. No se trata de conseguir una visión que agote los abordajes, esta es una empresa imposible. Se busca, por el contrario, evidenciar algunas de las características centrales de lo que implica pensar la ciudad hoy¹⁰. Desde el punto de vista expositivo, se ha tomado en cuenta la relación intrínseca que la sociología establece entre ciudad y modernidad. José Luis Lezama (1998: 17-30) señala que la sociología ha pensado a la ciudad casi como sinónimo de la modernidad y la ha convertido en su escenario más natural

⁷ La guerra de fines del XIX y comienzos del XX es conocida como "La guerra de los mil días" y se inicia el 20 de octubre de 1889. Hay que anotar que en la actualidad el estado de guerra civil no ha sido declarado abiertamente, pero que el conflicto armado en el país puede ser considerado como tal (Behar 1985; Dávila 1999; Echandía 1999; Pearec 1992; Restrepo 1992, entre otros)

⁸ Ver, entre otros, *La Calle. Espacio geográfico y vivencia urbana en Santa Fe de Bogotá* (Melo 1998); las investigaciones del arquitecto Alberto Saldarriaga (1986, 1996a, 1996b y 1997); la obra de Consuelo Sánchez *De la aldea a la metrópoli. Seis décadas de vida cotidiana 1900 - 1959* (1998), y el estudio de Armando Silva *Imaginarlos Urbanos: Bogotá y São Paulo. Cultura y Comunicación urbana en América Latina* (1992)

⁹ En términos de Morin (1994: 421) "se puede decir que hay complejidad dondequiera que se produzca un empaquetamiento de acciones de interacciones de retroacciones". Se hace referencia a la complejidad tanto en su sentido más general como al que obliga a comprender la ciudad como un entrecruzamiento de fenómenos aleatorios que implican dificultades empíricas y lógicas

¹⁰ Se acogió la sugerencia metodológica para abordar el tema de la ciudad de Jesús Martín Barbero: "la ciudad no se deja pensar desde unas disciplinas aisladas. La comprensión de la ciudad revienta las fronteras de las disciplinas exigiendo una investigación transdisciplinaria" (1997: 123-124)

1.1 LA MODERNIDAD INCOMPLETA LATINOAMERICANA

Renato Ortiz considera que “la modernidad es una y es diversa. Una, en cuanto matriz civilizadora; diversa, en su configuración histórica” (2000: 9). De esta forma, todas las modernidades estarían atravesadas por rasgos comunes tales como la racionalización, la urbanización, la industrialización o la tecnología; pero a su vez serían múltiples y diversas de acuerdo con la forma como cada sociedad realiza su propia modernidad. Si bien la emergencia del Estado-nación es la forma histórica en donde la modernidad se realiza¹¹, con la configuración de la sociedad global entendida como una “totalidad que penetra, atraviesa las diversas formaciones sociales existentes en el planeta” (Ortiz, 1998: xix), aparece la modernidad-mundo. La cual encarna, un ‘patrón’ civilizatorio que para existir como tal se debe reterritorializar, es decir, “debe materializarse como cotidianidad” (1998: 36). El rasgo característico de las modernidades: la desigualdad de sus bases materiales, hacen que la conjunción entre la modernidad y las culturas sólo ocurra de manera diferencial, tal como ocurrió en América Latina. En términos de Ortiz (1998: 39) “el lugar es el espacio de esa diferencialidad” y la ciudad como lugar privilegiado donde se expresa la modernidad-mundo, es el territorio de esta exploración.

1.1.1 Rasgos de la Modernidad Periférica

Hablar de modernidad latinoamericana implica revisar las premisas epistemológicas y políticas que le subyacen, toda vez que a lo largo del siglo XX el debate sobre la modernidad guarda una estrecha relación con la configuración de las identidades nacionales de los países de la región. Ortiz (1998: xxi) plantea que la nación emerge en el continente como un proyecto que puede asegurar la realización de la modernidad incompleta de la región y garantizar la consecución de la identidad nacional.

En esta perspectiva, reflexión y conciencia nacional –el proyecto intelectual y el político– se han mezclado como elementos constitutivos de nuestra tradición, tramándose co-

¹¹ Con respecto a la consideración de que la modernidad es esencialmente occidental Renato Ortiz aclara: “Si es posible pensar como Weber que la modernidad nace en Occidente, debemos agregar en seguida: la modernidad en su naturaleza, no es occidental. La matriz no se confunde con una de sus realizaciones históricas; ésta es apenas la primera cronológicamente pero no necesariamente la más completa o su forma más acabada” (2000: 10).

mo conceptos y como aspiración política¹². En la América Latina, la modernidad es un proceso que se inicia en los años 30 y se intensifica a partir de los años 50 (Brunner, 1992; García Canclini, 1989; Martín Barbero, 1995a)

En sus inicios la modernidad representa un fenómeno económico y político relacionado con la transformación de los países en naciones capaces de insertarse en el mercado internacional. Este proceso modernizador que pasa por el Estado y va acompañado por el modernismo literario, no tiene repercusión en la experiencia cotidiana de las mayorías nacionales. Por el contrario, fue una modernización que afectó a élites muy pequeñas. Hasta mediados del siglo XX, las culturas eran fuertemente homogéneas y homogeneizadoras. Si la modernidad se comprende desde la perspectiva de Berman (1991: 14), es decir como una 'experiencia': ser modernos en un ambiente de progreso y desarrollo; esto es justamente lo que la región no ha alcanzado en esta primera etapa. La modernidad como experiencia cotidiana de las masas urbanas en América Latina comenzó hasta los años 50, con la universalización de la educación primaria y secundaria; la aparición de grandes centros urbanos que va de la mano con el proceso migratorio campo-ciudad; la proliferación de medios de comunicación masivos y la incorporación a los mercados internacionales de toda índole (Brunner, 1992: 62-71; García Canclini, 1989: 81).

En este proceso emerge el paso de una sociedad basada en lazos de solidaridad, a una sociedad cada vez más compleja, en donde la construcción de sentidos compartidos se realiza a través de las industrias culturales. Para Brunner, el rasgo central de esta modernidad es la heterogeneidad cultural, producto del ingreso diferencial, asimétrico y segmentado en el mercado internacional de bienes simbólicos que atraviesa el entramado de la cultura local. El cual "provoca y luego refuerza un incesante movimiento de heterogeneización de la cultura, poniendo en juego, estimulando y reproduciendo una pluralidad de lógicas que actúan todas ellas simultáneamente, entrecruzándose" (1992: 105-106). Los autores

¹² Lo que interesa de este debate es que evidencia los diversos elementos que intervinieron en la construcción de esta modernidad. Desde el punto de vista teórico las categorías de análisis propias de la modernidad europea: la secularización, la ajenación, la individuación, etc., no bastaban para explicar la realidad latinoamericana. Desde la perspectiva histórica, América Latina no tuvo ni tendría una Ilustración, garante del desarrollo intelectual de dicha modernidad. Por tanto, la discusión se concentró en las formas cómo se accedió a la modernidad y la influencia de los modelos de modernización impuestos en la configuración de las culturas de la región. Lo que dio paso a análisis sobre lo popular, lo culto, lo masivo y que propició una búsqueda incesante de categorías que permitieran comprender la modernidad latinoamericana. En este contexto surgen categorías como la heterogeneidad cultural (Brunner) y la hibridación (García Canclini).

coinciden en precisar tres dinámicas asociadas a la modernidad latinoamericana: la modernización, la hibridación y la desterritorialización

Para Martín Barbero (1995a: 137-149) la dinámica de la modernización contempla dos caras. Una donde los procesos propios de la modernidad, como el desplazamiento de las formas tradicionales de producción de la cultura –el Estado y la Iglesia– así como las costumbres y tradiciones, se transforman por obra de las industrias culturales. Cuyas consecuencias son tanto la secularización y la internacionalización de los mundos simbólicos, como la fragmentación del horizonte cultural como efecto de la segmentación de públicos y audiencias. Lo que Martín Barbero llama la otra cara de la modernización, transforma la visión ‘tradicional’ de la modernidad que la asocia a la cultura letrada. El eje de la modernidad en Latinoamérica son las culturas orales sobre las cuales se incorpora una enorme complicidad con las culturas audiovisuales. Es decir, que uno de los rasgos centrales de la modernidad periférica de la región es que las culturas latinoamericanas son modernas sin pasar por el libro, sin alcanzar una modernidad letrada e intelectual. Asunto que pone en cuestión la pretensión de la escuela de seguir siendo el centro de la distribución del conocimiento y el espacio clave de la socialización. Espacio que hoy ocupan en mayor medida las industrias culturales y las nuevas formas de estar juntos¹³, relacionadas con la densa multiculturalidad e interculturalidad que emergen en las ciudades

La hibridación es una categoría que se refiere a las mezclas interculturales como dinámica asociada al crecimiento urbano (García Canclini, 1989: 264). Más allá del sincretismo representa la densa articulación que actualiza en un mismo territorio tiempos, tradiciones y costumbres múltiples. Para Martín Barbero el reconocimiento del mestizaje exige un redireccionamiento de la política cultural del Estado, que formalmente articula sus acciones en torno a la idea de una cultura nacional, homogénea y auténtica (1995a: 146). Finalmente, la desterritorialización como una dinámica relacionada con las sucesivas migraciones, está asociada a la multiplicación de los referentes culturales que no están anclados en el ámbito nacional. Renato Ortiz afirma, que la modernidad hace de la desterritorialización su principio, y por tanto “es descentrada y privilegia la deslocalización de las relacio-

¹³ Martín Barbero basa su desarrollo conceptual sobre las nuevas formas de estar juntos en la elaboración conceptual de Maffesoli (1988) y se refiere a las matrices comunicacionales que desarrollan las tribus urbanas las cuales “marcan de forma identitaria tanto las temporalidades (sus ritmos de agregación, sus cadencias de encuentro) como los trayectos que demarcan los espacios. De igual forma, este neotribalismo se relaciona con las sensibilidades desterritorializadas que pertenecen a la cultura-mundo (Martín Barbero, 1996b: 20)

nes sociales”¹⁴ (Ortiz: 1998: 41) Desterritorialización que como se mencionó arriba tiene una dinámica complementaria que es la reterritorialización de dichos referentes culturales. De manera tal que la heterogeneidad cultural y las dinámicas propias de la modernidad periférica latinoamericana, se reterritorializan en la ciudad y propician una forma específica de la experiencia del ser modernos

1.1.2. Experiencias de la modernidad en la ciudad

Siguiendo las múltiples reflexiones que ha realizado Martín Barbero sobre la ciudad, hay una que llama especialmente la atención por la comprensión que propone del fenómeno de las ciudades contemporáneas (1996b: 15-21) Desde su punto de vista, el paradigma informacional que durante años fue sólo un modelo teórico de la comunicación, “hoy es parte constitutiva de la estructura y la experiencia urbana [. . .] desde el que está siendo *ordenado* el caos urbano por los planificadores” Porque la preocupación actual de los urbanistas es que la gente circule, no que se encuentre. De tal forma que la insistencia en el flujo de personas, de vehículos e informaciones, en el tráfico ininterrumpido y la conexión transparente, hacen de la ciudad un territorio que deviene “metáfora de la sociedad convertida en *sociedad de la información*”. Para el filósofo, son tres las formas como el ciudadano experimenta esta transformación de las ciudades: la des-espacialización, el des-centramiento y la des-urbanización

Al reducir el espacio de la ciudad al precio del suelo y vincular los tiempos urbanos con la velocidad del flujo vehicular y la circulación de informaciones e imágenes; se devalúa el intercambio de experiencias entre los ciudadanos. Esta des-espacialización hace del desarraigo urbano una experiencia cotidiana en donde se diluye la memoria colectiva y los referentes que posibilitan el reconocimiento urbano, por lo cual emerge una inseguridad más profunda que aquella que proviene de la agresión directa de los delincuentes. En términos de Martín Barbero (1996b: 18) “una inseguridad que es angustia cultural y pauperización psíquica, la fuente más secreta y cierta de la agresividad de todos” Por su parte, el des-centramiento no sólo se refiere a la proliferación de nuevos centros urbanos –los centros comerciales- sino sobre todo a un ordenamiento que privilegia calles y avenidas, sobre los lugares de encuentro. Por último, la des-urbanización, que implica la reducción de la

¹⁴ Sobre el des-centramiento de la civilización moderna, el autor hace una precisión necesaria: (des-centrada) lo que no significa decir fragmentada, como pretenden algunos autores. La fragmentación implica ausencia de un orden colectivo. El des-centramiento señala otro tipo de orden social’ (Ortiz: 1998: 41)

ciudad que es efectivamente usada, vivida y gozada por los ciudadanos, y la *ruralización* como efecto de la presión migratoria. De donde emerge lo que el autor denomina la 'cultura del rebusque'. Una cultura que le da vigencia a formas tradicionales de supervivencia e inserta en la modernidad urbana hábitos, prácticas y operaciones simbólicas propias de la vida rural, transformando las maneras de habitar en la ciudad. Esta dinámica propia de América Latina, trajo como consecuencia improvisación gubernamental local e incapacidad para detener el deterioro progresivo de las condiciones de vida de las mayorías urbanas.

1 1 3 La ciudad emergente latinoamericana: entre modernidad y tradición

En el marco de la globalización es plausible creer que las metrópolis en diferentes lugares del mundo son asimilables. Pero mientras las preocupaciones centrales de las ciudades europeas y norteamericanas se relacionan con la crisis medioambiental y las problemáticas asociadas con los inmigrantes (García Canclini, 1995: 99), en América Latina, las problemáticas son aún más profundas. En la década de los 80 la mayoría de las ciudades latinoamericanas presentan un serio proceso de deterioro de los espacios públicos, acompañado del crecimiento descontrolado de las áreas urbanas y el aumento de una violencia segregante (García Canclini, 2000: 176). Ya para 1990, el 71.4% de la población del continente está concentrada en áreas urbanas (Informe Hábitat, 1996: 86). La fuerte heterogeneidad cultural que caracterizó la inserción de América Latina en la modernidad, en el actual marco de la globalización, hace que las grandes capitales del continente resuman la crisis de la modernidad periférica de la región. Factores que dan paso a la formación de ciudades emergentes¹⁵ (García Canclini, 2000: 168), caracterizadas por la tensión entre formas extremas de tradición y la modernización global, en donde "la formación de los nodos de gestión de servicios globalizados coexiste con sectores tradicionales, actividades económicas informales o marginadas, deficientes servicios urbanos, pobreza, desempleo e inseguridad", y a los que se suma la imposibilidad de una planificación urbana que dé respuesta a las necesidades de la población¹⁶.

Esta situación se contextualiza en dos procesos propios del desarrollo de la modernidad en las grandes ciudades latinoamericanas, vinculados con las formas diferenciales en que los grupos sociales construyen la vida en la ciudad. De un lado, los valores de autonomía indi-

¹⁵ Apoyado en los desarrollos teóricos de autores como Castells, Borja y Sassen.

¹⁶ Ver entre otros Borja y Castells 1997; Viviescas 1996; Giraldo 1996 y 1999; Gilbert 1997.

vidual, confort y consumo, que le dan sentido a las formas de convivencia de las clases medias y altas en la ciudad (Cruces, 1998: 64) De otro, la ruralización, como experiencia moderna de la ciudad propia de los sectores tradicionales y campesinos. Estas formas de inserción en la vida urbana, evidencian la desarticulación que subyace a la relación entre las diferentes culturas que habitan la ciudad y los códigos culturales que deberían compartir la mayoría de los ciudadanos. Mientras que unos sectores ejercen la convivencia a partir de su repliegue sobre la vida privada, otros buscan mantener los lazos tradicionales de la vida colectiva. Si bien la ciudad, como señala Martín Barbero (1997: 114), emerge como actor simbólico, que “retoma su sentido y su valor: el de espacio de convivencia y reunión de lo heterogéneo”, se debe reconocer que el primer sentido y valor es una puesta en horizonte aún por alcanzarse. La densidad de las redes comunicacionales que atraviesan hoy la ciudad¹⁷ y las deficiencias estructurales en que viven la mayoría de los habitantes de las ciudades latinoamericanas, no son sólo un problema de planificación urbana, sino un terreno propicio para introducir cuestionamientos de orden cultural. La ciudad es hoy el territorio *de* la vida, más que un espacio construido *para* la vida.

1.2. CONTRADICCIONES DE LA VIDA URBANA EN BOGOTÁ

Se sabe que no es posible agotar la multiplicidad de ópticas que sobre Bogotá se han elaborado. Si bien hasta 1995 existen una serie de estudios sobre Bogotá de carácter histórico, urbanístico, político y social, después de esta fecha la bibliografía se multiplica. Este esfuerzo por reflexionar sobre la ciudad proviene del Programa de Cultura Ciudadana y la creación del Observatorio de Cultura Urbana, en donde se realiza un trabajo de permanente reflexión y se convocan a grupos de intelectuales para que analicen críticamente la ciudad. Por tanto, se optó por incorporar el enfoque del diagnóstico del cual parte el Programa, elaborado por el sociólogo Manuel Espinel. En sus documentos se evidencia la configuración física y cultural de Bogotá y una visión de conjunto lo suficientemente crítica para comprender la Bogotá de finales de siglo. Con base en el diagnóstico que propone Espinel y una elaboración de los desafíos culturales de las comunicaciones en Bogotá, se expondrán los motivos por los cuales Cultura Ciudadana constituye un cambio de prioridades en la planificación urbana.

¹⁷ Como asegura Aníbal Ford, no es posible explicar la ciudad sin los medios, así como los medios no se explican sin la ciudad (1991, 58)

En el siglo XX, la ciudad pasó de 5 kilómetros cuadrados de extensión a 1700 kilómetros y de 100 000 habitantes a algo más de 6 millones, es decir que su extensión aumentó cerca de 300 veces y su población 60 veces. Aunque la tasa anual de crecimiento disminuyó en los últimos 30 años, es la más alta de la región: 2,9% y cada año aparecen 220 hectáreas urbanizadas ilegalmente. Pero son las cifras de seguridad las que plantean un panorama distinto en relación con otras ciudades del continente. Alvaro Camacho (1996), ex director del Observatorio de Cultura Urbana, la resume así: "Baste decir que ninguna de estas ciudades fue testigo de los 18 136 homicidios que hubo en Bogotá entre 1992 y 1995. En ninguna de ellas hubo 3 657 homicidios en 1995, lo que nos da un promedio de 10 diarios, sin contar accidentes de tránsito. Con toda probabilidad en ninguna de ellas se produjeron 1 031 asaltos a residencias (2,8 diarios), ni 13 027 atracos a personas (35,5 diarios), ni 382 asaltos bancarios (1,05 diarios) en ese mismo año".¹⁸

En este contexto, Bogotá es una ciudad que ha sufrido una mutación cultural en el transcurso del siglo XX (Espinel, 1995: 1-2). Mutación relacionada con la pérdida de su escala humana, ya que es imposible para los habitantes aprehenderla y recorrerla con facilidad. La ciudad es irreconocible para los ciudadanos porque sólo la pueden conocer sectorialmente, de acuerdo con los usos que hacen de ella. Además, la mutación plantea la coexistencia de procesos semi-industriales, semi-urbanos, semi-rurales y semi-míticos que se traman en la ciudad de cemento y de masas.¹⁹ Simultaneidad que genera desarreglos estructurales en la vida urbana moderna y en la apropiación de la ciudad. Esta primera característica se relaciona con el acelerado proceso de urbanización e industrialización que Bogotá experimentó en las últimas décadas. La morfología de la urbe generó un tejido socio-cultural particular, en donde el desbordamiento del crecimiento urbano propició una urbanización no planificada y la emergencia de un alto grado de informalidad económica. En Bogotá más del 50% de las familias obtienen sus ingresos de actividades no formales (servicios personales). A la mutación cultural, se le suma la debilidad y precariedad de la Administración Distrital para prever el impacto de los procesos de urbanización e

¹⁸ Para 1994 la tasa de homicidios comunes en Santa Fe de Bogotá fue de 72/100000 habitantes, mientras que las ciudades más grandes de la región están muy por debajo de esta tasa: Sao Paulo 25/100000 y México D.F. 21/100000 habitantes (Espinel, 1998: 5).

¹⁹ La ciudad de cemento se caracteriza como 'la construcción de edificios, avenidas, autopistas, centros comerciales y de negocios, y la generación de redes de luz, acueducto, alcantarillado, teléfono, etc.'; la ciudad de masas como 'el establecimiento de grandes conglomerados de habitantes' (Espinel, 1995: 2).

industrialización sobre los habitantes y el ambiente urbano, así como para responder a sus necesidades y demandas.

Partiendo de estas dos especificidades –mutación cultural y precariedad de las autoridades– y de las evidencias empíricas con que se contaba en ese momento, se trazó una “cartografía” de la cultura urbana de la ciudad, “susceptible, con las precauciones del caso, de ser razonablemente generalizada” (Espinel, 1995: 2–4) Esta cartografía, basada en especial pero no únicamente en los desarrollos teóricos de Martín Barbero y García Canclini, centra la caracterización de la cultura urbana de Bogotá, a partir de estos rasgos: desarrollo de formas exclusivistas y excluyentes de apropiación del espacio público urbano; acelerado ritmo de territorialización y desterritorialización física y simbólica del espacio urbano; participación segmentada y desigual en el mercado de bienes y servicios públicos, de información y bienes culturales; reconocimiento fragmentado y desigual de los significados propios de la vida urbana; así como una fuerte hibridación cultural. Aunque Bogotá comparte hábitos y lenguajes con otras ciudades del continente, las diferencias físicas, históricas, económicas y culturales: los índices de violencia, la velocidad de su crecimiento y urbanización, la proliferación de actividades económicas no formales, entre otros, le proporcionaban una “respectiva torsión, una discontinuidad y un idiolecto local” Esta cartografía, no niega las diversas oportunidades que Bogotá ofrece a sus habitantes como la concentración de información, la movilidad, una alta oferta educativa, cultural y de consumo, y las múltiples posibilidades de relaciones sociales, de inserción laboral y de participación cívica o política.

1.2.2 Los desafíos culturales de las comunicaciones en Bogotá

Para 1995 Bogotá no contaba con un canal de televisión local. En la radio sólo dos emisoras se preocupaban por la vida de la ciudad: *Radio Santa Fe* y *La Voz de Bogotá*, aunque Colombia cuenta con una de las radios más diversas y desarrolladas de la región (Yúdice, 1999: 205). No existían revistas ni diarios con ejes temáticos sobre la ciudad y la prensa escrita de mayor circulación, era de carácter nacional. De esta forma, la información sobre la ciudad aparecía en pequeños fragmentos que unos y otros medios –normalmente nacionales– le dedicaban, con un telón negro de fondo. Telón que en su momento la Administración Mockus–Bromberg hizo visible para los periodistas. Esta situación y las formas como fueron construidas las ciudades latinoamericanas, que Esteinou Madrid (1996: 115–123) explica en términos de la preeminencia de la operatividad de las dinámicas económi-

cas de acumulación de capital, sobre la planificación de espacios de comunicación humana, dando paso al surgimiento de un paisaje urbano–comunicativo que no incita a la convivencia, son factores que también caracterizaban la Bogotá de 1995

Bogotá se configura como una ciudad moderna emergente, en donde el proceso migratorio campo–ciudad y ciudades intermedias–capital de país, influye decisivamente en su configuración cultural. El hecho de que en su territorio converjan una diversidad de formas de vida, de modos de ser y de hacer, la convierten en un espacio multicultural²⁰. No sólo por la procedencia de sus habitantes, sino también por la fragmentación del universo cultural que genera la dinámica de la modernización por efectos del mercado local y mundial de bienes simbólicos. García Canclini (1998a: 20) plantea que comprender la ciudad como territorio multicultural implica reconocer tanto que la diversidad urbana se presenta en la sedimentación de las diferentes etapas de los procesos modernizadores; como que la heterogeneidad cultural ya no está incorporada a un proyecto de nación, entre otras razones, por la coexistencia de formas de cultura locales, nacionales, transnacionales y globales, dando paso a una multiculturalidad no sólo más densa y evidente, sino también más compleja. Como lo expresa Martín Barbero, en la cartografía actual de las ciudades emerge una fuerte “trama cultural heterogénea, esto es, formada por una densa multiculturalidad que es heterogeneidad de formas de vivir y de pensar, de estructuras de sentir y de narrar, pero muy fuertemente comunicada” (1998a: 3). Pero Bogotá no sólo se puede comprender como espacio multicultural, sino también como territorio intercultural.

La interculturalidad se refiere a la evidencia de que en la actualidad las culturas se representan e instituyen como tales, en su relación con otras (García Canclini, 2000: 62). Las relaciones territoriales de quienes viven en Bogotá están habitadas por los vínculos que mantienen sus culturas con quienes residen en otros territorios. El hecho de que Bogotá concentre una oferta educativa, cultural, laboral, de bienes y servicios más que ninguna otra ciudad del país, y que además, sea el nodo central de las redes que comunican al país con la región y con el mundo, genera procesos culturales deslocalizados de su propio territorio. Procesos que se reterritorializan en lo cotidiano y que emergen de continuo resignificando las identidades y las tradiciones locales y nacionales. Pero esta densa multiculturalidad e interculturalidad, están en tensión permanente con la homogeneiza-

²⁰ Aunque la categoría multiculturalidad se enfoque con frecuencia a discusiones de orden político sobre los derechos de las minorías étnicas y de migrantes dentro de los Estados nacionales (Kymlicka 1996) autores como García Canclini y Martín Barbero la consideran pertinente para analizar la ciudad.

ción de la cultura–mundo que pone en común objetos, prácticas y hábitos culturales. En Colombia, ciudades como Medellín y Cali han sido consideradas como culturalmente ejemplares, pero quienes lo hacen olvidan que no son metrópolis y que su forma de ser modernas está profundamente arraigada en las tradiciones locales. Bogotá por el contrario se construyó de los fragmentos de las culturas locales, nacionales e internacionales. Quienes allí viven no sienten un lazo territorial que las identifique. Si la identidad se comprende como una construcción imaginaria que se relata (Martín Barbero, 1998a: 5), las desiguales apropiaciones simbólicas del territorio son decisivas para establecer mecanismos de comunicación pública urbana.

1.2.3 Cultura Ciudadana: un cambio en las prioridades de la ciudad

Entre los rasgos básicos que Bogotá comparte con otras capitales latinoamericanas, está lo que Monitor Company denomina la ‘enfermedad de ser capital’ (CCB, 1998: 5). La cual consiste en que la ciudad ha tenido que darle prioridad a decisiones y acciones que favorecen a la nación, dejando de lado aquellas que le permiten fortalecerse como ciudad. Así, la imagen que la ciudad tiene de sí misma se confunde con la imagen de Colombia y son pocos los líderes políticos que han tomado decisiones que le atañen sólo a Bogotá y a sus habitantes. Por esto, se considera que la Administración Mockus–Bromberg²¹ inauguró una visión de la ciudad como problemática cultural, rebasando los recortados marcos pragmáticos, físicos y economistas tradicionales en el manejo y administración del poder de la ciudad y del país (Viviescas, 2001: 319).

El ingreso de Mockus en la vida política, después de su salida de la Rectoría de Universidad Nacional; la formulación de su Programa de Gobierno que contó con la colaboración de académicos y universitarios; y su elección como alcalde para el periodo de 1995–1997, representan una serie de cambios en el panorama político local y nacional. Mockus es el primer candidato desvinculado de los sectores políticos tradicionales colombianos, que ocupa uno de los cinco cargos más importantes del país. La campaña para la alcaldía se hizo con poco menos de 5.000 dólares y obtuvo una diferencia de 300.000 votos con respecto a su contendiente inmediato (Viviescas, 1998: 17). Al proponer la cultura ciudadana como prioridad del Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas para Santa

²¹ Antanas Mockus renuncia a la alcaldía faltando ocho meses para terminar su periodo para lanzarse a la contienda presidencial. Por este motivo, nombró a Paul Bromberg –quien era el director de IDCT– como su sucesor. Así la Administración se conoce como Mockus–Bromberg.

Fe de Bogotá D.C. (1995–1998) –Formar ciudad– se desata una controversia entre los grupos de poder. Si bien ya no se estaba priorizando la infraestructura física o la reforma estatal, planificadores y académicos reclamaban énfasis en temas como participación, educación, disminución de las brechas ciudadanas o fortalecimiento del capital social. Además, el Plan ‘Formar Ciudad’ no cuenta con la aprobación del Consejo Distrital, que deja vencer los plazos que establece la ley y el alcalde lo adopta por Decreto.

Entre los cambios más significativos cabe mencionar la transformación de la cultura administrativa de Bogotá, como resultado de la formulación del Plan. Este es el primer Plan que se elabora con una óptica sistémica, articulado a partir de líneas estratégicas y no por sectores: salud, educación, vivienda, entre otros. La planeación tradicional por sectores, si bien garantizaba la expansión en términos de cobertura, “no permitía desarrollar un esquema más o menos general de la ciudad, a partir del cual fuese posible evaluar el impacto de las acciones sectoriales a nivel metropolitano” (Espinell, 1996c: 4). Como consecuencia de esto se transforma el estilo administrativo y el proceso de planeación de los proyectos mejorando cualitativamente la cultura institucional administrativa de Bogotá. Este proceso de planeación se estructuró con base en las metas propuestas por cada una de las prioridades del Plan y se crearon las herramientas necesarias para evaluar la gestión, más allá de los criterios de la ejecución presupuestal que era el único medio de evaluación. Logro que se convirtió en un legado para la ciudad.

Al centralizar las actividades de cultura ciudadana en el Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT) las políticas culturales de la ciudad dan un vuelco. La entidad hasta 1994 venía desarrollando tradicionalmente actividades de fomento al arte, a la ciencia y al turismo, sin el esclarecimiento de una política cultural que orientara su acción. La visión de cultura que subyace a los proyectos que emprendió el IDCT hasta 1994, corresponde con aquella que Brunner (1992: 275) caracteriza como: “una vieja concepción aristocrática (que la identifica) con las bellas artes, con las páginas dominicales de los grandes periódicos y con el consumo conspicuo de obras y símbolos revestidos de un aura luminosa”. Hasta ese momento en Bogotá, la cultura ni siquiera es objeto de políticas en su sentido estricto, esto es, como “intentos de intervención deliberada, con los medios apropiados en la esfera de constitución pública, macrosocial e institucional de la cultura, con el fin de obtener efectos buscados” (Brunner, 1992: 211). Y a partir de entonces el IDCT se enfrentó con el desafío de transformar su visión, incluso a partir de una propuesta sobre políticas culturales.

que en 1989 ya había hecho Mockus(1989: 4): “una política cultural puede plantearse la meta de procurar que la creación de cultura y conocimiento, y la interpretación de tradiciones, se proyecten socialmente como enriquecimiento permanente de la cotidianidad”

A esta visión de cultura que subyacía al IDCT, se le suma que la cultura siempre había sido considerada como un “ámbito burocráticamente insignificante” (Brunner, 1992: 277), por lo que la entidad contaba con funcionarios de bajo perfil, precariedad económica de recursos –la inversión aumentó de un poco más de 10 millones de dólares entre 1992 y 1994, a 51 9 millones entre 1995 y 1997²², y una cultura institucional que “no se encontraba preparada para responder a los acelerados ritmos institucionales que imponía la nueva administración”²³ (Espinel, 1996c: 11). Ritmos institucionales, que por la estrecha relación de la prioridad de cultura ciudadana con las demás prioridades del Plan, involucraban coordinaciones interinstitucionales con la totalidad de las entidades del Distrito y con sus funcionarios, cuya visión del IDCT y de la cultura, dificultaron en gran medida los alcances esperados de algunos de los proyectos que se llevaron a cabo

Otro avance significativo es que la imagen de la ciudad actual y futura, se convierte en el eje articulador de toda la propuesta. Avance que puede ser leído desde la perspectiva de la socióloga Alicia Ziccardi: “es necesario abordar los problemas de la ciudadanía y la complejidad de las relaciones que se viven en el contexto de la ciudad como un todo. El modelo de la ciudad, la ciudad que queremos, debe formularse previamente a cualquier proyecto de reforma urbana. Ello implica confrontar imágenes e intereses (actores y conflictos) en ámbitos territoriales definidos” (Ziccardi, 1995: 15). Es a partir de esta idea que cerraremos este capítulo exponiendo los ejes centrales en que se basa esa propuesta de imagen de ciudad.

1 2 4 Imagen de Bogotá actual y futura: construcción del espacio y el tiempo ciudadanos

La primera parte de la exposición de motivos del Plan, “La ciudad actual y la ciudad futura” (DAPD, 1995: 33–34), evidencia los argumentos según los cuales la construcción co-

²² La inversión total en la prioridad de Cultura Ciudadana fue de 130 millones de dólares distribuidos en diferentes entidades del Distrito Capital. Datos proporcionados por el Departamento Administrativo de Planeación Distrital 2001. Ver Anexo 1.

²³ Con respecto al ritmo institucional el sociólogo aclara, si se quiere, las rutinas administrativas se multiplicaron de 5 a 10 veces en muchos casos, hecho que desbordó completamente las posibilidades del Programa. Esto nuevamente pone en evidencia las dificultades de la recepción del programa de gobierno por las instituciones Distritales, particularmente sus funcionarios’ (Espinel 1996c: 11)

lectiva de una imagen de ciudad compartida es la condición de posibilidad para la formación de la cultura ciudadana. Dentro del texto, a la Bogotá futura se le da un plazo de prospección que oscila entre los 30 y los 50 años. Aquí la ciudad aparece como sujeto ordenador y vinculante tanto de las acciones y proyectos de los ciudadanos, como de una Administración que legitima su acción en el ciudadano: “primero el ciudadano” Las cuatro mayores ventajas de la ciudad: la diversidad social, la vocación de apertura, la recursividad de sus habitantes y el entorno natural, se articulan y potencian a través de factores como el medio ambiente, el transporte y la productividad urbana. Al señalar las responsabilidades de los ciudadanos y los funcionarios en la construcción de la ciudad futura, hay un énfasis evidente en una visión de cultura ciudadana, que tiene en cuenta “el papel jugado por la cultura dentro del ámbito de las relaciones cívicas, burocráticas y políticas” (Giglia, 1998: 137)

Son dos los motivos centrales que hacen de la Bogotá de los noventa un espacio que culturalmente debe ser transformado. Primero, las intervenciones urbanísticas de alta calidad y racionalidad que no establecen relaciones con otras en similares condiciones o con la totalidad de la ciudad, de tal forma que “riñen entre sí, o dejan entre ellas espacios físicos y culturales completamente descuidados”, por lo que se conforman zonas –llamadas ‘islas’– caracterizadas por una “perfección parcial en medio de áreas de conflicto o zonas de nadie” Segundo, las obras que realiza la Administración Distrital, manifiestan “una cultura institucional contraria a la coordinación [] afectando negativamente la vida en común, el espacio público y el medio ambiente” Por tanto, se configura un “posible orden local y el desorden global” que ocurren en buena medida “porque son regidos por códigos propios y costumbres que no siempre respetan los derechos de los demás” (DAPD, 1995: 33)

En este diagnóstico se evidencian dos problemáticas asociadas con las ciudades contemporáneas: la des-espacialización y la des-urbanización. Dentro del Plan, estas dos problemáticas se resumen en una ciudad que se caracteriza por tiempos y espacios diversos en su “configuración, calidad y uso”, por lo que la ciudad deseable debe constituir “el tiempo y el espacio ciudadanos” (DAPD, 1995: 34), como el horizonte de su propia potencialidad. En esta perspectiva, el tiempo es considerado como factor de unión más que de productividad económica, es decir: “se reconocerá que tener en cuenta el tiempo del otro es una manera esencial de respetarlo” Así mismo, el espacio público “será usado con el mismo cuidado y respeto con que usamos el espacio del hogar, el lugar de trabajo o los espacios distinguidos como sagrados por diversas tradiciones”

En la exposición emerge un discurso que trata de conciliar las ambigüedades propias de la vida urbana producto de la modernidad periférica de la región. Además, los altos niveles de conflicto que resumían a la Bogotá de 1995 y que se evidencian en las cifras de seguridad expuestas, hacen que la propuesta de constituir el tiempo y el espacio ciudadanos se convierta en una alternativa plausible para dirimir las contradicciones de la vida urbana. La heterogeneidad cultural requiere de territorios simbólicos comunes que le permitan ajustarse a las continuas transformaciones a las que están expuestas las culturas. La exposición de motivos, plantea la construcción de ese territorio 'común', asentado en los acuerdos básicos sobre la normatividad que rige la vida cotidiana. Como argumento central, los múltiples beneficios que la ciudad otorga a sus habitantes y la diversidad cultural – entendida como ejercicio de la convivencia – se convierten en garantes de la aceptación y cumplimiento de las normas, en otras palabras, de los deberes ciudadanos. Así, el ejercicio de la ciudadanía activa (Mouffe, 1992: 104) es garante de esos tiempos y espacios ciudadanos, y por ende, posibilita la construcción colectiva de una imagen de ciudad compartida.

2. EL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA: LA APUESTA POR UNA POLÍTICA CULTURAL ORIENTADA AL PLANO DE LA VIDA COTIDIANA

En tanto el proyecto de ciudad que propone el Plan 'Formar Ciudad' se formuló a partir de la necesidad de construir el tiempo y el espacio ciudadanos, con un énfasis particular en los deberes de los ciudadanos y de los funcionarios, es la vida cotidiana la que se convierte en horizonte de posibilidad. En el presente capítulo se buscará evidenciar los supuestos básicos de los desarrollos teóricos que sobre políticas culturales han realizado autores latinoamericanos y los que atraviesan conceptual y ejecutivamente el Programa de Cultura Ciudadana. Si bien se pueden trazar vasos comunicantes entre los discursos sobre políticas culturales y los que se relacionan con la prioridad de Cultura Ciudadana, por ahora es necesario concentrarse en el lugar desde donde se apuesta por una política cultural dirigida hacia la vida cotidiana y las estrategias que se construyeron para introducirse en ella.

2.1 POLÍTICAS CULTURALES EN AUSENCIA DE PARADIGMAS

Toda política cultural tiene una relación intrínseca con la visión de cultura que le subyace. Una visión que son sólo intentos por domesticar la cultura. En términos de Brunner (1988: 397) el objeto de las políticas culturales no es 'la cultura' porque ella es una constelación móvil de circuitos culturales que se engarzan unos con otros y se entreveran, desde dentro, a la sociedad. En este sentido, las políticas culturales se ven desbordadas por el objeto mismo de lo que pretenden 'domesticar'. De manera tal que los mapas, las cartografías, los paradigmas, quedan reducidos -por la misma naturaleza de la cultura- a meros croquis. Bocetos de la realidad que buscan transformar. En una de sus acepciones, la domesticación se concibe como el proceso de apropiación de las cosas, para dominarlas y someterlas a nuestro control, es la forma como les grabamos nuestra identidad y hacemos que sean expresión de ella (Silverstone, 1994: 287)²⁴

Trazar políticas culturales o formas de intervención deliberada sobre los diferentes circuitos culturales es una pretensión ininteligible. Las fronteras del mapa 'sin arrugas' de las políticas culturales del continente que propuso Brunner (1987, 1992), o de los paradigmas políticos que le permitieron a García Canclini (1987) establecer límites entre los ac-

²⁴ Además del concepto referido la domesticación se concibe por lo menos de otras dos formas (Silverstone, 1994: 287). La primera como el proceso según el cual se doma lo salvaje y la naturaleza se transforma en cultura. La segunda acepción la vincula con el principio de consumo de masas en el cual los productos se preparan en los foros públicos del mercado.

tores y los modos de organización de la acción cultural, se han desdibujado y multiplicado. El proceso de *antropologización* según el cual toda la vida social se convierte en cultura (Martín Barbero, 1998a: 7) y las nuevas formas de intervenir en el campo cultural, que se evidencian por ejemplo, en el Programa de Cultura Ciudadana, abren el espectro no sólo de las acciones políticas que sobre la cultura se pueden realizar, sino también y sobre todo, ponen en cuestión las categorías de interpretación

2.1.1 Domesticar la cultura, un asunto político

El Programa de Cultura Ciudadana no orientó su acción hacia los aspectos instrumentales de la cultura –propiedad de los medios, organización escolar, subsidios para el arte- sino que desafió el principio teórico según el cual, en aquella dimensión micro, donde los individuos y la sociedad hacen sentido cotidianamente, la cultura escapa a toda intervención directa de diseños políticos deliberados (Martín Barbero, 1998a: 7) Por introducirse en los contextos en los que se organiza la vida cotidiana, en donde el interlocutor principal es el ‘desconocido’ que transita por las calles de la ciudad y no en las organizaciones de la sociedad civil, los grupos comunitarios o las juntas de acción comunal, paradigmas como la democratización cultural o la democracia participativa no permiten una aproximación a la propuesta²⁵ Mockus señala que en el momento de gestionar la apropiación presupuestal para cultura ciudadana, estaba la posibilidad de ubicar los recursos en Acción Comunal y encauzar la acción de gobierno por una vía más clásica, fortaleciendo las organizaciones y el capital social. En esta primera entrevista realizada para efectos de la investigación²⁶, el alcalde evidencia que destinó los recursos al Instituto Distrital de Cultura y Turismo “a sabiendas de que había una tensión grande entre el concepto de producción cultural y el tema de la cultura como la ven los sociólogos y los antropólogos”

Son estos los motivos que obligan a elaborar sobre la marcha una forma de comprender las políticas culturales orientadas al plano de la vida cotidiana y arriesgar apuestas para su delimitación. Si bien los planteamientos en torno a las políticas culturales durante la década de los noventa se han imbricado dentro de un marco más amplio: el de las políticas sociales, las afirmaciones de Mockus obligan a no centrar el análisis en las categorías de-

²⁵ Sobre los paradigmas ver García Canelini (1987: 27)

²⁶ Debido a los tiempos que demandaba la gestión de la aprobación del Plan de Desarrollo Económico Social y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2001 - 2004 “BOGOTÁ para VIVIR todos del mismo lado” la entrevista se realizó en dos partes. Esta afirmación corresponde a la reunión con el Alcalde el 23 de mayo del 2001

arrolladas en el marco del capital social. Particularmente, si se tiene en cuenta que la distinción propuesta por Lechner, entre lazos fuertes y débiles del tejido social, contempla siempre la preexistencia de una relación entre los sujetos, y no la relación entre desconocidos que es el punto de partida de Cultura Ciudadana (Lechner, 2000: 117, basado en Putman, 1993). Otra de las razones para no insistir en un cuerpo categorial o en un conjunto de autores cuya tendencia esté claramente delimitada, es el hecho de que el concepto de cultura vigente: las *maneras de vivir juntos*²⁷, no es coherente con la propuesta de Mockus y su equipo de gobierno de aquel entonces: partieron de un concepto normativo de cultura²⁸, para introducirse conscientemente en la contradictoria y heterogénea trama cultural de Bogotá.

En el contexto de la Administración de Bogotá la visión normativa de la cultura la comprende como un sistema regulador del comportamiento, de la acción y de la palabra que interviene eficazmente más allá de la autorregulación moral y de la regulación jurídica (Mockus, 1999: 5). La visión normativa de la cultura permite asumirla como un asunto político e incluso como una prioridad urbana, que en el sentido amplio remite a los comportamientos adecuados de las personas. Exige además trazar una serie de coordenadas entre las formas como se configura el espacio público en las sociedades mediatizadas y la cultura, porque en esta relación las lógicas comunicativas de intercambio simbólico son estructurales y a su vez estructuran la cotidianidad de los ciudadanos. Como afirma Martín Barbero (1998d: xv) la comunicación y la cultura, más que objetos de políticas, constituyen hoy un campo prioritario de batalla política: “el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica –su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad- para enfrentar la erosión del orden colectivo”

2.1.2. La aparente imposibilidad de orientar políticas culturales hacia lo cotidiano

El eje argumentativo de Brunner (1987: 175–203) gira en torno a la distinción entre la construcción de pequeños mundos de sentidos que operan en la cultura cotidiana (noción antropológica) y los procesos sociales de producción, transmisión y consumo –o recono-

²⁷ Esta es la acepción con que se define la cultura en el informe de la UNESCO *Nuestra diversidad creativa* (1996) El Banco Mundial la incorpora en las recientes reflexiones sobre Cultura y capital social (Klikberg y Tomassini 2000)

²⁸ Eduardo Nivón (1997) dentro de su definición de cultura, distingue un plano que denomina *cultura normativa*, entendida como un ‘conjunto de valores, sentidos, formas de convivencia, estilos de vida de los individuos al vivir en común’ (Portal 2000: 179)



cimiento- de bienes simbólicos (noción sociológica) En sus términos, la intervención pública en los procesos culturales no logra incidir nunca en el plano de lo cotidiano, a pesar de que esta intervención sea necesaria para fortalecer los procesos de democratización en la región. En resumen, las políticas culturales son formas de intervención que tienden a operar sobre el nivel organizacional de la cultura; la preparación y carrera de los agentes; la distribución, organización y renovación de los medios; y las formas institucionales de producción, circulación y recepción de bienes simbólicos. Brunner define como circuitos culturales la combinación de agentes e instancias organizativas de la acción cultural, en donde cada uno de los agentes al interior del circuito en el que participa puede ser a su vez orientador de políticas. La intervención deliberada en los procesos culturales, debe propiciar la participación de los diversos agentes involucrados en el proceso —profesionales, empresas, agencias públicas y asociaciones voluntarias— y de las instancias en que éste se organiza: el mercado, la administración pública y la comunidad.

La cultura cotidiana, desde la perspectiva de Brunner, tiene funciones decisivas en la construcción y el mantenimiento del orden y control sociales. Esta cultura se constituye como expresión de los sentidos generados a partir de la interacción de los individuos. Los pequeños mundos de sentido que produce son altamente localizados, es decir estrechamente sujetos a su contexto social; son relativamente estables y están sometidos a reglas de organización y presentación cuando se tocan con lo público. Las rutinas que allí se elaboran permiten manejar las identidades y determinar la actuación de roles frente a los demás. Ellos posibilitan la integración social, dentro de procesos de comunicación distorsionada individuales o sociales (Brunner, 1992: 205–215). Entre los argumentos que establece Brunner para descartar la intervención deliberada sobre estos microcircuitos culturales que organizan la vida cotidiana, cabe mencionar la poca o nula importancia que le dan quienes deciden las políticas culturales; la multiplicidad de microcircuitos que imposibilitan una acción deliberada sobre los mismos y la inmediatez de la acción política que riñe con los pausados tiempos que caracterizan la cultura cotidiana. En la literatura sobre políticas culturales que se desarrolla en la región a partir de este momento, se da por sentado que la visión de Brunner es idónea, toda vez que su conceptualización sobre las políticas culturales ofrece un paradigma para reflexionar y actuar políticamente en el campo de la cultura.

2.1.3. ¿Desde dónde se están pensando ahora las políticas culturales?

El eje dominante actual de las políticas culturales de la UNESCO está vinculado con la noción de desarrollo y la idea de que el progreso económico y social están culturalmente condicionados. En esta perspectiva las políticas culturales deben garantizar “la oportunidad de elegir un modo de vida colectivo que sea pleno, satisfactorio, valioso y valorado, en el que florezca la existencia humana en todas sus formas de integridad” (Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, 1996: 19). En este marco el Banco Interamericano de Desarrollo realizó el Foro sobre Desarrollo y Cultura (París, 2000). En la publicación resultado del Foro se plantean algunos estudios de caso sobre políticas culturales y es significativo que la discusión sobre el capital social, cuando se remite a procesos concretos en el continente, continúe centrando la discusión en los procesos de políticas culturales orientadas a las esferas especializadas de la cultura y su relación con las culturas populares²⁹ (Kliksberg y Tomassinni, 2001). De igual forma, llama la atención la postura de Rits, quien evidencia que cuando la UNESCO traduce esta visión a pautas y posibilidades de acción política, se restringe la cultura a los ámbitos tradicionales. Esto es, a la conservación del patrimonio, al enriquecimiento de las identidades por medio de la educación, la comunicación y los aportes de la ciencia y la tecnología. En resumen, “el problema (de estas políticas) reside en la diferencia entre la teoría y los medios con los que se la aplica concretamente” (Rist, 2000: 131).

Otras reflexiones que orientan la discusión, destacan que hasta mediados de la década de los sesenta, el Estado nación fue el actor principal –sino el único– responsable del sector cultural, aunque otros agentes culturales estuvieran presentes. En este panorama sigue vigente el énfasis de Brunner (1992) en el fortalecimiento de las democracias. Las políticas culturales en este sentido deben posibilitar que al interior de los circuitos, en las relaciones que ellos establecen entre sí y con otras esferas de la sociedad, se consigan arreglos fundamentales y dinámicos que no excluyan a los agentes que participan en el proceso. Aquí la instancia organizativa comunitaria ocupa un lugar privilegiado. La democratización del acceso a los canales de producción y transmisión de bienes culturales, tienden desde su óptica, a propiciar una mayor circulación de sentidos y de intercambios simbólicos al interior de la sociedad. Sin embargo, con la nueva geografía comunicacional y económica y la re-tracción de los Estados en aquellas áreas que son propicias para la lógica de la competencia, las industrias culturales aparecen como protagonistas en el mapa cultural del continente.

²⁹ Particularmente los autores: Achugar, Osorio, Toxar y Miceli.

Entendidas como un complejo entretendido de servicios multimedia que se extienden al conjunto de la vida cotidiana e influye en la organización sociopolítica (García Canclini, 1999a: 12), son decisivas en la formulación y reflexión actual sobre políticas culturales

Las transformaciones globales inciden a su vez en las políticas culturales. Como anota García Canclini (2000: 179ss), cuando se reduce la globalización en tanto proceso histórico, al *globalismo* como ideología –es decir, a la lógica del mercado- se considera que la agenda central es de integración y comunicación homogénea, relegando a un segundo plano la segregación y dispersión que le son propias. La reducción de los bienes simbólicos de una sociedad al estatuto de mercancías, les resta capacidad para generar los diálogos que exige la densa heterogeneidad cultural al interior de cada nación y entre ellas. En los estudios recientes sobre la problemática, tanto García Canclini (2000: 197) como Martín Barbero, señalan la incapacidad del mercado como instancia organizativa de la cultura, en cuatro áreas fundamentales de la vida social: el mercado no puede sedimentar tradiciones; crear vínculos societales entre sujetos; engendrar la innovación social, ni permite organizar la interculturalidad. En sus reflexiones aparece la constante preocupación por revitalizar la esfera pública y la dimensión simbólica de la política. Aquí las políticas culturales son una alternativa estratégica. Sobre el tema urbano, García Canclini esboza algunas coordenadas que orientan las acciones a emprender (2000: 170–178). Para el autor, la agenda pública urbana debería ampliarse, para cubrir espacios de sociabilidad y consumo cultural como los centros comerciales y la esfera pública transnacional que conforma las redes y los circuitos del espacio mediático; así como mejorar y diversificar la oferta cultural garantizando el acceso de las culturas populares locales y de grupos minoritarios. Además, la agenda pública de las grandes ciudades, en tanto actores decisivos para la inserción de los Estados en la globalización, debe ocuparse de transformar la imagen y la competitividad de la ciudad

2.1.4. Cultura política y políticas culturales: la emergencia de lo cotidiano

A partir de la etimología de simbolizar –que proviene del griego *sum-ballein*- y que quiere decir 'reunir lo que está separado', Debray señala que todo aquello que puede reunir a los hombres a través del espacio, tiene un alcance simbólico, y que reunirse significa crear territorio y construir futuro (2001: 179). Al abordar la ciudad como territorio simbólico, donde se reúnen culturas, saberes, técnicas, tradiciones y modernidades, es necesario afirmar enseguida que esa mixtura heterogénea que en ella se trama, ocurre en gran me-

dida por los circuitos mediáticos que la atraviesan e incluso la estructuran. García Canclini (2000: 171) refiere que en las ciudades latinoamericanas los circuitos mediáticos adquieren más peso en la transmisión de informaciones e imaginarios sobre la vida urbana, que los lugares tradicionales y que es en los medios masivos de comunicación donde se desenvuelve el espacio público para la población. En consecuencia la cuestión de la comunicación no es reductible a los medios o a las tecnologías

En una sociedad estructuralmente mediada donde el espacio público se configura principalmente en la esfera mediática, cabe preguntarse por las relaciones que se establecen entre cultura, política y comunicación, y lo que estas relaciones implican dentro de la comprensión de las políticas culturales. Martín Barbero afirma que la política no ha tomado en serio la cultura sino donde ella se encuentra institucionalizada y al suprimirla como un campo de interés se “acepta una visión instrumental del poder”. Introducir la dimensión comunicativa de la cultura, implica no sólo comprender la comunicación como un proceso productor de significaciones, sino aceptar que la cuestión de la comunicación se convierte también en un asunto de políticas culturales (Martín Barbero, 1987a: 228). En este sentido las políticas culturales son menos la administración de instituciones, la distribución de bienes culturales o la regulación de medios de comunicación y más un asunto de cultura política. Para Oscar Landi la cultura política es un hecho vinculado con la definición de reglas para dirimir conflictos y diferencias entre los sectores sociales, en donde las relaciones entre el sistema político y el ámbito sociocultural generan el sentido del orden que prevalece en una sociedad en un momento dado (1987: 169). La cultura política se convierte en un asunto de políticas culturales, toda vez que ellas implican un principio de organización de la cultura interno a la constitución de la política, en donde se produce un sentido del orden en la sociedad y se generan los principios de reconocimiento mutuo³⁰

En este tema la reflexión de Winocur (1998) sobre los vínculos que se dan entre los ciudadanos y la radio, posibilita extrapolar algunas de las dinámicas presentes en las relaciones entre comunicación, cultura y política. Para la autora la condición de ser ciudadano se inscribe dentro de un universo simbólico que no se restringe al ejercicio político sino que involucra además la diversidad de prácticas cotidianas y representaciones sociales de distintos grupos al interior de una sociedad. En este marco la ciudadanía es “un proceso que implica ‘cruces’ y ‘fracturas’ en varios niveles de representación de la vida

³⁰ Citado por Martín Barbero (1987a: 227)

cotidiana –muchas veces contradictorios o antagónicos- en permanente ‘negociación’ y reconstrucción” (Winocur, 1998: 130) No es en la abstracción del ejercicio de los derechos y deberes ciudadanos donde los sujetos dirimen los conflictos y las diferencias que subyacen al orden social, sino en la vida cotidiana. Una cotidianidad –que se configura tanto en el espacio físico de la ciudad como en el espacio mediático- en donde las creencias, el sentido común, las identidades y las memorias individuales y colectivas, “conforman una red de significados distintos que eventualmente convergen, entran en contradicción o se yuxtaponen en la experiencia cotidiana del sentido del orden, la moral y la convivencia”.³¹ Por tanto, la cultura ciudadana y el orden sociocultural que le subyace, se explican a partir de la complejidad de esta red. En este sentido, la dimensión política de la cultura presente en la cultura ciudadana y en las mediaciones constitutivas de lo social que plantea la comunicación, obligarían a reorientar las preocupaciones de las políticas culturales al ámbito de lo cotidiano

2.2. CULTURA CIUDADANA: LA INTRODUCCIÓN EN LO COTIDIANO

Cultura Ciudadana le dio un giro a las formas tradicionales de ejercer control social. La pretensión central del Programa fue convertir la cultura ciudadana en un “trasfondo de sentido que regula los comportamientos del ciudadano, en la medida que establece las normas mínimas comunes que hacen posibles las relaciones de los ciudadanos entre sí y con su entorno, así como la producción, circulación, reconocimiento, apropiación y recepción de ese universo de sentido por parte de los ciudadanos, incluyendo los funcionarios ciudadanos” (Espinel, 1995 y 1998). A partir esta propuesta es plausible afirmar que se buscó realizar un presupuesto que Martín Barbero (1987a: 227) considera central al reflexionar sobre las mediaciones constitutivas entre la cultura y la política. Porque la reforma cultural explícita en Cultura Ciudadana y la visión de ciudad que le subyace, superan la visión instrumental del poder. Al no concentrar sus esfuerzos en la distribución de bienes culturales o en el apoyo a las esferas especializadas, sino buscar que a través de ellos, se organizará la cultura inscribiéndola al espacio de producción en un sentido de orden en la sociedad, la política cultural se transforma y le otorga a la cultura la dimensión política necesaria para atender los problemas de reconocimiento mutuo que exige el entramado social. Dado que las raíces conceptuales de este planteamiento las formuló Mockus a partir de su comprensión de la triada ley, cultura y moral, se iniciará este reco-

³¹ Winocur (1998) basada en Landi (1988)

rido a partir de esta propuesta, para introducir la perspectiva desde la cual se comprende la cultura ciudadana y la visión global de la comunicación

2.2.1 Cultura ciudadana y los tres sistemas reguladores: Ley, cultura y moral

Según Mockus, la cultura ciudadana emerge en aquellos contextos abiertos donde la reproducción cultural especializada o especializante –familia, iglesia, escuela– no opera (1998a: 16). Con este concepto, que fue acuñado por sociólogos franceses, ingleses y norteamericanos en los años sesenta y setenta, se establece una conexión fuerte entre el orden cultural global de una sociedad y las lógicas que subyacen a la reproducción cultural. Lógicas que implícitamente transmiten los límites que configuran las identidades, es decir los códigos culturales³². Así, el orden social es posible gracias a los mecanismos de reproducción cultural que operan en contextos específicos. Ley, cultura y moral, en términos del autor, son tres sistemas reguladores de los comportamientos de los individuos relativamente independientes, en donde se encuentra la clave para transformar la cultura ciudadana (Mockus, 1996b, 1996c, 1998a). Las acciones de un individuo encuentran una primera barrera de contención en su moral y es allí donde los sentimientos de culpa y la vergüenza social juegan un papel fundamental, dado que se convierten en un dispositivo autorregulador muy importante (1996c: 288). La segunda barrera, se localiza en los límites de la cultura, en la aprobación o desaprobación del grupo social de referencia y la tercera en la Ley. Cuando existe congruencia entre moral, cultura y ley, aparecen las sociedades que Mockus llama estabilizadas. En ellas, los códigos culturales son compatibles con la ley y es plausible esperar que los individuos y las colectividades respeten las leyes, es decir existe una cultura ciudadana fuerte donde coexisten con un mínimo de contradicciones múltiples morales y culturas.

La profundización de las diferencias³³ entre regulación cultural y regulación jurídica³³, genera una cultura ciudadana débil, que se evidencia en la aceptación cultural de compor-

³² Sobre la relación de las identidades con el orden cultural global señala: 'la creación de identidades socio-profesionales marcadas como identidades distintas es clave para las sociedades con alta división del trabajo y son ellas las que han generado tecnología completa. Se establece una especie de triángulo entre alta tecnología, alta división del trabajo y ciertos mecanismos de reproducción cultural que estarían hoy en día dados en buena parte por la familia, la escuela y por el sistema educativo' (Mockus 1998a: 18)

³³ El autor enfatiza en las diferencias entre regulación cultural y regulación jurídica: 'En regulación jurídica la transgresión se acompaña de sanciones explícitamente previstas que además se imponen siguiendo procedimientos previstos por parte de autoridades previstas [] En la regulación cultural se pone fuertemente en juego la necesidad que tienen los individuos del reconocimiento de los demás' (Mockus 1998a: 19)

tamientos ilegales y en la dificultad de que los límites se constituyan como tal, a partir de la presión que ejercen unos ciudadanos sobre otros (Mockus, 1998a: 19). La incongruencia o divorcio entre los tres sistemas, propicia comportamientos autorregulados laxamente con consecuencias traumáticas. Al convertirse en prácticas y hábitos culturales, es necesario transformarlos y dar paso a nuevas costumbres. Como alternativa para armonizar los tres sistemas Mockus propone *a posteriori* y como evaluación de las acciones llevadas a cabo, la intensificación de la comunicación y la interacción estratégica entre interlocutores de una sociedad dada (Mockus, 1999: 9 – 10). En su momento lo que estuvo claro es que esta armonización no sería una acción sobre las ideologías o creencias de los ciudadanos: “no importa lo que la gente piense, lo que importa finalmente es cómo se comporta la gente. Así uno podría probablemente producir cambios más eficientes o más rápidamente” (Mockus, 1998a: 25). A partir de esta visión de cultura ciudadana se tomaron las decisiones programáticas, para elaborar y ejecutar los proyectos de inversión del Plan ‘Formar ciudad’. Antes de entrar a revisar las premisas del mismo, parece importante detenerse en la vergüenza social, como un factor que Mockus sigue considerando decisivo pero que como operador comunicativo presenta dificultades.

2.2.2. Vergüenza social: una debilidad en el planteamiento general

Uno de los puntos más débiles de la propuesta de Mockus aparece en el tema de la vergüenza social. Cabe preguntarse por qué Mockus y posteriormente Bromberg –como actores académicos y políticos– hacen un énfasis excesivo en la vergüenza social, que está más cercana al territorio tradicional de las creencias, que al de las prácticas y los hábitos culturales de la gran ciudad. Para Mockus, el civismo³⁴ sólo parece viable a partir de la construcción de una pedagogía social que luche contra el cinismo (Mockus, 1996b: 42–44). Así, en la ciudad contemporánea se ha generalizado una actitud cinica ante la norma en la cual se relativizan las costumbres y las creencias, se desconocen las obligaciones y por la carencia de “temor a la censura social y a la vergüenza, cualquier medio para enfrentar conflictos termina legitimándose exclusivamente por su resultado práctico”. Con lo cuestionable que pueda resultar, para Mockus “el civismo promueve una cultura del orgullo

³⁴ Se comprende por civismo la convivencia entre costumbres y creencias diversas [] (que) implica el respeto a un mínimo de reglas comunes, legales y culturales, y el reconocimiento de objetivos y tareas comunes en materia de mejoramiento de la convivencia y del hábitat urbano (Mockus 1996b: 42)

personal –y de la vergüenza- donde abiertamente importa el qué dirán”³⁵. Aunque Mockus afirme en la entrevista que hasta el último año se dio cuenta de la importancia de pasar de un sistema de castigos a un sistema de gratificaciones y que la vergüenza sólo opera con personas con quienes se comparte la identidad, es importante tener presente que la “vergüenza, la exclusión y la mancha sobre la imagen social” son las sanciones culturales que considera que forman parte del sistema de regulación cultural (Mockus, 1999: 7).

Pretender generar este tipo de interacciones en una ciudad moderna emergente como Bogotá, en donde a la agresividad –más que la desatención cortés, que caracteriza los encuentros entre desconocidos- se le suma la fuerte tensión entre formas extremas de tradición y modernización, es obviar rasgos de su propia configuración (el anonimato y la anomia, por ejemplo). Por más que la vergüenza se ejerza como mecanismo pedagógico, a un desconocido difícilmente le afectaría ser amonestado por otro desconocido, incluso si esta sanción se ejerce a través de los medios de comunicación, cuyo registro es de una obsolescencia vertiginosa (Silverstone, 1994; Debray, 2001). La vergüenza social es un eje vinculante negativo, que en el proceso de individualización en curso difícilmente podría reconstruir lo social y minimizar los miedos a la exclusión, al otro y al sin sentido. Miedos que explican la desconfianza en las relaciones sociales y debilitan los vínculos sociales (Lechner, 2000: 101–127). Aquí es donde opera la red de significados inherente a los ciudadanos, que puede entrar en contradicción con el sentido del orden sociocultural porque los comportamientos a los que se hace referencia son culturalmente aceptados, aunque sean contraproducentes con dicho orden.

No parece viable –y en la mayoría de los casos concretos no lo fue- introducir la sanción como forma de relacionamiento entre desconocidos. Posiblemente la sanción cultural genere reflexividad sobre la conducta inapropiada. Pero como señala Giddens, el agente posee la competencia para explicar lo que hace e incluso mentir sobre las razones de su acción. Aquí las diferencias entre la conciencia discursiva y la conciencia práctica, entre lo que el agente dice y lo que hace, son decisivas, ya que buena parte de las conductas cotidianas no implican motivaciones directas para su realización. La interacción difusa que se da entre desconocidos no parece el escenario propicio para la sanción y su ejercicio no significa que el amonestado encuentre la motivación necesaria para transformar su con-

³⁵ El premio y el castigo, los buenos y los malos ciudadanos estuvieron presentes en la mayoría de las indicaciones del alcalde para la orientación del Programa. La producción de mediaciones simbólicas es decir de estrategias de comunicación no pudo concentrarse en este tipo de discurso.

ducta (Giddens, 1994: 43–51) La interacción sólo se puede separar analíticamente de las sanciones, es decir que la interacción –el ‘ser con’- implica “el entrelazamiento de sentidos, de elementos normativos y de poder”, por tanto toda interacción ya está previamente sancionada por quienes la realizan (Giddens, 1994: 65). Las lógicas que guían el encuentro entre desconocidos no son asimilables a las que ocurren en la interacción cara a cara dentro de los grupos de pertenencia y de referencia. La comunidad anónima y los espacios de sociabilidad secundaria no le otorgan a las acciones –en este caso a la sanción- la densidad necesaria para transformar el comportamiento del otro (Berger y Luckman, 1968: 190)

2 2 3 Cultura Ciudadana como alternativa para ‘Formar Ciudad’

En el Plan ‘Formar Ciudad’ la cultura ciudadana se define como “el conjunto de costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos” (DAPD, 1995: 4). Perspectiva que en su concepción estratégica buscó desencadenar y coordinar acciones públicas y privadas para generar sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad. La pertenencia se define como el reconocimiento de contextos y el respeto a las reglas que cada contexto implica. La apropiación es la forma como los ciudadanos aprenden a usar la ciudad, respetando su ordenamiento y su carácter de patrimonio común. En este marco, las acciones deben incidir en la forma como los ciudadanos perciben, reconocen y usan los entornos sociales y urbanos; y en las relaciones que ellos establecen entre sí en cada uno de estos entornos³⁶. La cultura ciudadana no sólo posibilita la construcción de un proyecto colectivo de ciudad a partir de reglas de juego y límites respetados entre desconocidos, sino también es un mecanismo para mejorar la seguridad y la convivencia (DAPD, 1995: 33–38). Uno de los supuestos es que la inseguridad está asociada con la debilidad del sentido del deber ciudadano, la falta de apropiación de las normas jurídicas y la debilidad de la justicia para garantizar el cumplimiento de los deberes ciudadanos, más que a las diferencias socio-económicas

³⁶ La estrategia comprendió cuatro formas de acción. 1) la autorregulación ciudadana la capacitación de funcionarios y la construcción de espacios urbanos de interacción; 2) la construcción colectiva de una imagen de ciudad compartida; 3) impulsar “lo que tradicionalmente se conoce como cultura, la cultura popular y las manifestaciones artísticas que puedan contribuir a generar sentimiento de pertenencia a la ciudad”, y 4) propiciar la participación comunitaria y la regulación de la Administración por parte de la ciudadanía. Asimismo la prioridad debería cumplir con cuatro metas: aumentar la proporción de la población que acepta y cumple las normas que regulan la convivencia ciudadana; aumentar la proporción que al menos en algunos contextos ayuda a través de medios pacíficos a lograr el cumplimiento de las normas; potenciar la capacidad de los ciudadanos para concertar fines comunes y dirimir conflictos en el marco de una imagen compartida de ciudad; y finalmente enriquecer las formas de expresión, comunicación y de interpretación de los habitantes a través del carácter recreativo y formativo del arte y el deporte (DAPD 1995: 4)

El énfasis en los deberes ciudadanos más que en sus derechos y en las responsabilidades que los funcionarios tienen con los particulares, permiten establecer dos rasgos centrales: la construcción de una ciudadanía activa y la legitimidad institucional. La reflexión sobre la preeminencia de los deberes ciudadanos sobre los derechos es abordada por autores como Bobbio (1991), Kymlicka (1994) o Mouffe (1992). Paradójicamente, el excesivo énfasis de los liberales en la defensa de los derechos trajo como consecuencia la configuración de una ciudadanía pasiva, que no se apropió de las responsabilidades del 'ser' ciudadano. El Estado puede garantizar los derechos de la mayoría cuando los ciudadanos asumen sus responsabilidades. La cuestión de la constitución de una ciudadanía activa ha centrado el debate en torno a las virtudes cívicas y a la forma cómo los ciudadanos pueden aprenderlas y ejercerlas en sociedad. En este sentido, la cultura ciudadana guarda una relación fuerte con la constitución de una ciudadanía activa. De otra parte, la legitimidad institucional (Lechner, 2000: 120), se evidencia en el propósito de transformar las relaciones entre funcionarios y ciudadanos, y en la relación entre cultura ciudadana y seguridad, que buscan favorecer la confianza en la institucionalidad vigente a partir de 'reglas de juego' iguales para todos, con el propósito de aumentar la cooperación en beneficio del bien público.

Toda vez que la cultura ciudadana implica la generación de contextos donde se comparten reglas de juego y formas de interacción pacífica entre desconocidos, la ciudad se presenta como un espacio en formación. Estos contextos son la condición de posibilidad para la construcción colectiva de una imagen de ciudad actual y futura, y los que generan identidad y sentido de pertenencia. Para conseguir la autorregulación ciudadana y la legitimidad institucional lo que está en juego es la red de significados que se articulan en la experiencia cotidiana. Es plausible relacionar la visión general que emerge en esta propuesta con la teoría pragmática del orden social propuesta por la Escuela de Chicago y que está "guiada por una concepción del control social en el sentido de autorregulación colectiva y resolución colectiva de problemas" (Joas, 1991: 117).

2.2.4 Comunicaciones Públicas Urbanas y Cultura Ciudadana

La Administración Mockus-Bromberg articuló una visión general de las comunicaciones urbanas que solventaran las deficiencias que Bogotá tenía en su sistema comunicativo para 1995. De un lado, la acción política concentró esfuerzos en la generación y ampliación de canales de comunicación para la ciudad. De otro, buscó transformar el manejo de las

relaciones de las entidades públicas locales con los periodistas y de los medios con la ciudad. Estos dos propósitos se movilizaron desde una perspectiva que buscó conscientemente la fluidez y la transparencia del gobierno local con los ciudadanos. Aunque es importante señalar que al comienzo y al final de la Administración los procesos de comunicación se vieron dificultados. En la primera etapa porque la planeación y desarrollo de las estrategias de acción sumieron en un ostracismo a la mayoría de las entidades públicas locales que fue denunciado en su momento por los principales medios masivos de comunicación. En la etapa final porque la renuncia de Mockus para lanzarse a la presidencia de la República influyó en la legitimidad otorgada a las acciones del gobierno local y dificultó la percepción de los medios y de los ciudadanos con respecto a la Administración.

Para la generación y ampliación de canales de comunicación, la Alcaldía desde 1995 adelantó la creación de un canal de televisión para la ciudad. Proceso que culminó hasta noviembre de 1997, cuando se iniciaron las emisiones de *Canal Capital*, el cual se creó con el fin de estimular el sentido de pertenencia de los habitantes de la ciudad (Alcaldía Mayor, 1998: 37). A su vez, estos esfuerzos influyeron de manera indirecta en la aparición de alternativas privadas con orientación urbana, como el semanario *Suburbia* a fines de 1995 y el canal de televisión *CityTV* a comienzos de 1998. La ampliación de canales comunicativos entre los diferentes sectores de la población capitalina se orientó a la producción y realización de programas para radio y televisión, enfocados a reflexionar sobre los aspectos negativos y positivos de la vida urbana (IDCT, 1997). Otro aspecto que cabe resaltar es la creación del Observatorio de Cultura Urbana con el fin de fomentar la investigación y la reflexión académica e intelectual sobre la ciudad, para lo cual realizó una inversión cercana a los 800 000 USD entre 1996 y 1997. Las principales investigaciones forman parte de una colección sobre estudios urbanos que fueron publicados a través de un convenio con Tercer Mundo Editores (Alcaldía Mayor, 1998: 38).

La transformación en el manejo de las relaciones de las entidades públicas locales con los periodistas, se produjo por decisión directa de Mockus. Tradicionalmente la Oficina de Prensa de la Alcaldía se encargaba de cuidar la imagen pública del alcalde y su gabinete. Costanza Cubillos –directora de la oficina durante la Administración– menciona en la entrevista, que la primera instrucción que recibió de Mockus es que no importaba ‘quién’ hacía algo dentro de la Administración, sino ‘cómo’ consiguió los objetivos propuestos y ‘para qué’ le servían a la ciudad, lo que luego se conoció como ‘obras con saldo pedagógi-

co³⁷ Cubillos afirma que de esta forma “el quién que es lo tradicional perdía importancia”, así como las inauguraciones y los eventos públicos que no tuvieran detrás una visión formativa de la ciudad. Esta visión repercutió en la circulación de información de la entidades públicas hacia los medios, minimizando el protagonismo de cada entidad y mostrando resultados como gobierno local. Otro aspecto que cabe mencionar es que la información que circulaba sobre la ciudad se concentraba en los aspectos negativos de Bogotá y cuando se trataba de dar a conocer transformaciones positivas, la información tenía siempre un telón negro de fondo: la misma ciudad (Alcaldía Mayor, 1998: 211). De esta forma, se buscó que los periodistas visualizaran los aspectos positivos de la ciudad pero lo que se realizaron diversas reuniones con los ellos que tuvieron como tema central la imagen de la ciudad. Con la entrada de Bromberg a la Alcaldía, se hizo un taller semanal con los periodistas sobre temas de la vida urbana, aunque con el tiempo se convirtieron en ruedas de prensa con el Alcalde.

Finalmente, un asunto central en el proceso de comunicación de la Administración con la ciudadanía, se relaciona con la imagen mediática de Mockus. Su ejercicio de poder se caracterizó por una serie de actos que representaron una ambivalencia entre las posibilidades simbólicas de la comunicación y un interés en apariencia exhibicionista³⁸. En 1996 Mockus era un fenómeno masivo y su imagen pública era reelaborada en los medios de comunicación. Era considerado un político que había comprendido la importancia de los medios masivos en el ejercicio de la política³⁹. Con el tiempo las lecturas sobre su manejo mediático no han sido tan afortunadas. Silva (2000: 297) retoma la ceremonia matrimonial para referirse a Mockus como un *Alcalde Imaginado*. Señala que casarse en el circo de los Hermanos Gasca siendo alcalde, encima de un elefante y cobrar las entradas para un

³⁷ Obras con saldo pedagógico: fue una idea general que atravesó los objetivos globales de la comunicación de la Alcaldía con la ciudad, posteriormente se convirtió en una serie de proyectos que se desarrollaron desde Acción Comunal del Distrito, entre los que se encuentra el proyecto más coherente con las intenciones de Cultura Ciudadana: Tejedores de ciudad, el cual continuó después de la Administración Mockus-Bromberg.

³⁸ Espinel muestra cómo el estilo de vida de Mockus se relaciona con su estilo de hacer política: [] Esto es lo que logra evidenciarse en su gestión como Rector de la Universidad Nacional y como Alcalde Mayor. La exposición pública de su trasero en el Auditorio León de Greiff, ante el cúmulo de estudiantes allí agolpados; el desenfundar de su espada rosada en el Palacio de Nariño; su matrimonio en el Circo de los Hermanos Gasca; la Navidad zanahoria; las jornadas de vacunación contra la violencia, etc., son algunas de sus acciones en público que ponen de relieve un tipo particular de hacer política” (Espinel, 1996c: 2-3).

³⁹ Omar Rincón, crítico de medios comentó: Antanas Mockus es uno de los pocos que ha comprendido que el mundo ha pasado de la política de las plazas a la telepolítica. Ha comprendido la lógica de los medios, que siempre buscan lo novedoso. Consiente o inconscientemente sabe dramatizar sus cosas, sobre todo para la televisión. Manjea el esquema del típico héroe de la televisión. Se enamora, tiene familia y lucha por ideales comunes a todos. Inclusive pone a Bogotá como la novia que hay que consentir y querer. También juega al suspenso como lo hizo con Peñalosa, cuando desapareció después del debate y los medios se lanzaron en su búsqueda” (El Tiempo, mayo 13 de 1996: 1F y 2F).

acto de beneficencia, representa –más allá de la irrupción de lo privado en lo público- un intento inútil de transgredir la autoridad que encarna y la ciudad como norma contextual porque “el caos mismo de Bogotá supera cualquier caos de su circo”. Más que la anécdota, cabe mencionar con base en las entrevistas, que la relación del alcalde con los medios generó que en algunos casos las discusiones centrales de cultura ciudadana quedaran fuera de la agenda de los medios o que se le diera curso dentro del Programa a proyectos inesperados por sus declaraciones a los periodistas⁴⁰

Este es el panorama comunicativo general dentro del cual se desarrollaron las acciones de la Administración. Un escenario contradictorio en donde los procesos mediáticos fueron a su vez jalonados y retenidos por Mockus. Pero el proceso comunicativo no se reduce a su imagen y es imposible personalizar los éxitos y los fracasos en la gestión de Cultura Ciudadana en Bogotá. La generación de canales activó un mercado local de comunicación que no se había tenido en cuenta hasta el momento sino bajo las formas tradicionales de información sobre el clima, la circulación, la seguridad y otras problemáticas urbanas. Desde 1995 hasta la fecha aparecen más canales de comunicación y programas específicos en los medios masivos que reflexionan sobre la vida urbana. Y aunque podría parecer que la cantidad de información no es el mejor indicador para evaluar la incidencia de esta visión global de las comunicaciones en la vida urbana de Bogotá, es plausible afirmar que una ciudad que carece de canales para que se delibere sobre ella misma, es un territorio simbólico débil.

2.3. EL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA: LA ACCIÓN POLÍTICA EN LA CULTURA COTIDIANA

Traducir la comprensión de cultura ciudadana propuesta en un plan de acción de tres años fue una labor que estuvo a cargo de Bromberg y un equipo conformado por personas provenientes en su mayoría de la academia⁴¹. Para tomar las decisiones centrales desde el punto de vista estratégico y operativo, se realizaron sondeos de opinión sobre los problemas de la ciudad, en versión de los ciudadanos. Las respuestas siempre eran: seguridad, transporte y aseo. Gómez, encargado de las comunicaciones del Programa, afirma que seguridad y transporte alternaban según los acontecimientos que se presentaban en la ciu-

⁴⁰ Tal es el caso de Navidad Zanahoria de 1995 y todos los proyectos que se desarrollaron en el marco de lo Zanahorio, asociados con la reglamentación nocturna para minimizar las muertes por accidentalidad y consumo de licor. En Bogotá un 'zanahorio' es una persona que en sus tiempos de ocio realiza actividades que se pueden caracterizar como 'sanas'.

⁴¹ El primer grupo de trabajo del Programa estuvo constituido por Rosario Bonilla, Rita Combariza, Gabriel Gómez, Manuel Espinel, María Sol Mantilla, Sonia Martínez, Bertha Quintero, Yolanda Sierra y Enrique Velázquez.

dad Si el día del sondeo la noticia más importante había sido sobre el transporte: accidentalidad, exceso de tráfico, funcionamiento inadecuado del transporte público, ese día el sondeo colocaba en primer lugar el transporte. Si por el contrario, se presentaban problemas de seguridad, los ciudadanos le daban prioridad. Con base en esta información se planteó, particularmente en tránsito y transporte, que conductores y peatones son responsables en buena medida de los problemas asociados con la circulación y la accidentalidad. Sobre este supuesto y basados en el Plan 'Formar Ciudad', diseñaron seis campos de acción: Tránsito y transporte masivo; Seguridad y convivencia; Espacio público; Medio ambiente y servicios públicos; Funcionarios y ciudadanía, e Imagen de Ciudad⁴². La carencia de antecedentes y la búsqueda que significó orientar la estrategia general del Programa, la convirtieron en una estrategia emergente, esto es en permanente aprendizaje.

2.3.1 La estrategia general del Programa desde el punto de vista emergente

Inicialmente se propuso el diseño y la puesta en marcha de juegos ciudadanos⁴³, con el fin de propiciar el uso efectivo y la apropiación del espacio público urbano y la gestión social de las entidades distritales. El Programa convocó expertos en juegos para que desarrollaran este planteamiento. Sin desconocer el profundo conocimiento de estas personas sobre su labor y las posibilidades del juego, las dimensiones de la ciudad desbordaron esta alternativa. Los encargados podían generar entornos lúdicos con objetivos pedagógicos dentro de salones de clase y en comunidades pequeñas, pero al enfrentarse con una ciudad de más de seis millones de habitantes fue necesario replantear la estrategia. En ningún caso la ciudad podía convertirse en un aula porque esta visión homogénea de las culturas que la habitan, choca fuertemente con la densa heterogeneidad que la caracteriza. A partir de este momento, las estrategias de comunicación permiten articular los propósitos del Programa

La estrategia general debería generar en la cultura ciudadana de los habitantes de Bogotá, rutinas y prácticas sociales que 'reflejen un orden sociocultural en el que las normas puedan beneficiar a casi todos los ciudadanos, la más de las veces, de manera equitativa, en

⁴² Ver Anexo 2: Organización General del Programa de Cultura Ciudadana

⁴³ Esta intención guarda otra relación fuerte entre el planteamiento general y el Interaccionismo simbólico de la Escuela de Chicago. Autores como Dewey y Mead en su teoría pragmática de la acción desarrollaron una definición de la *inteligencia creativa como superación de los problemas de la acción a través de la invención de nuevas posibilidades de acción*; esta capacidad para la invención o creatividad sin embargo, presupone la forma consciente de la manipulación de la forma de acción denominada juego (Joas 1991: 120). El mismo Dewey objetó el modelo al demostrar la disposición pasiva del sujeto a la experimentación, así como al perfeccionamiento de la experiencia en relación con el presente por cuanto la conciencia del sujeto no está orientada únicamente al tiempo presente.

comparación con el costo individual que implicaría no seguirlas" (Espinel, 1995: 5) La equidad en este contexto, le otorga a las prácticas y hábitos culturales el carácter de bien público. En síntesis la estrategia general se resumió en las 3A: Adecuación de contextos físicos del espacio público urbano; Autorregulación de comportamientos, y en última instancia, el ejercicio de la Autoridad. Asimismo definió tres ámbitos de intervención: el contexto urbano, los comportamientos ciudadanos y las instituciones distritales. Según la clasificación que establecen Mintzberg y Jørgensen (1995) sobre la estrategias en la gestión pública, la estrategia general del Programa se formuló deliberadamente, como una estrategia de sombrilla, es decir quienes la formulan "buscan establecer las directrices generales de la estrategia, si bien reconocen que no pueden controlar sus detalles específicos" (1995: 34). La certeza de esta carencia de control se evidencia en la flexibilidad del Programa que le permitió adecuarse a los aprendizajes que proporcionaba la ejecución. Por esto la estrategia también se convierte en emergente.

La forma cómo se expresa esta estrategia al final de la ejecución muestra los aprendizajes teóricos, administrativos y ejecutivos del Programa. Tal como se expone en el documento "Logros de la prioridad de Cultura Ciudadana" (Espinel, 1998b: 11), las formas de acción del Programa permiten establecer que el propósito fue transformar algunas condiciones de reproducción cultural, a través de formas de comunicación e interacción. Así, la estrategia se racionaliza evidenciando los presupuestos de los que parte el proceso pedagógico:

- a) El espacio público urbano es el contexto fundamental de interacción de la ciudad.
- b) La interacción ocurre fundamentalmente entre desconocidos
- c) Es necesario establecer un mínimo de reglas o límites, contextualmente significativas y con sentido intersubjetivamente compartido, para que esas interacciones no sean conflictivas
- d) Es necesario fijar las condiciones y los recursos (simbólicos y físicos) para que cada uno de los actores comprometidos en la interacción puedan y sean capaces de cumplir esas reglas.
- e) En última instancia –y nunca en primera- la autoridad es la que puede garantizar el cumplimiento de las normas, siempre y cuando se logren establecer las condiciones de legitimidad para el ejercicio de autoridad (Espinel, 1998b: 11-12)

Aunque los dos primeros presupuestos son meramente descriptivos, en ninguno de los documentos teóricos previos ni tampoco en los que se relacionan con la ejecución del Programa, son mencionados tan clara y concisamente. En el tercero, también hay una transformación cualitativa, dado que la multiplicación de proyectos evidenció que se apuntó hacia un máximo de reglas y no a un mínimo que facilitara los procesos comunicativos del Programa hacia la ciudadanía, tal como lo expresaron la mayoría de los entrevistados. En el cuarto están ubicadas las acciones de comunicación y de animación sociocultural. Este enfoque y el último son los que más coherencia presentan con la propuesta inicial del Programa.

2.3.2. La comunicación en el Programa de Cultura Ciudadana

La estrategia general del Programa ubicó las acciones de comunicación dentro de la segunda A, es decir en el campo específico de la Autorregulación y le dio en la estructura matricial la ubicación de herramienta estructurante de la construcción de cada proyecto que emprendiera el Programa. Por tanto consideró que la comunicación y las diferentes expresiones estéticas son dispositivos que generan 'campos de visibilidad urbanos' que evidencian las tensiones generadas por las acciones de los ciudadanos y los funcionarios. Campos de visibilidad que deberían promover actitudes y comportamientos positivos frente a la ciudad (Espinel, 1995: 7). Para el desarrollo de acciones comunicativas coherentes con los propósitos del Programa, Gómez evidenció una dificultad central: la carencia de antecedentes sobre este tipo de enfoques llevados a la práctica. Y es que uno de los problemas centrales de la comunicación en Latinoamérica ha sido el de privilegiar los medios de información masiva y sus derivados simbólicos, tanto para el análisis como para el ejercicio de la comunicación (Esteinou, 1996: 113); si bien es innegable el esfuerzo de algunos autores por comprender la dimensión comunicativa de la cultura y la política. De manera tal que cuando el Programa se propone llevar a cabo una acción política que le da prioridad a la cultura cotidiana y encuentra en los procesos de comunicación una alternativa para conseguir sus fines, impone retos teóricos y prácticos para los responsables de llevar a cabo dicha acción.

Siguiendo la clasificación que realiza McQuail sobre los tipos de enfoque, las comunicaciones del Programa asumieron una postura que oscila entre una visión *mediacéntrica* y sociocultural. La primera en el sentido de considerar los medios de comunicación como agentes esenciales del cambio social. La segunda porque se tiene en cuenta la "influencia

de los factores sociales en la producción y recepción mediáticas y de sus funciones en la vida social” (McQuail, 2000: 31). Desde el punto de vista teórico, la comprensión del fenómeno comunicativo con el objeto de guiar las acciones, se puede inscribir dentro de aquellas teorías operativas puesto que de ellas se tomaron elementos concernientes a ideas prácticas para organizar las experiencias, marcando límites sociales y algunas formas eficientes de relacionarse con las fuentes y los receptores

Aunque no se esperó que sólo acciones comunicativas pudieran transformar los comportamientos de los ciudadanos o lograr que los sujetos ‘obedecieran’ instrucciones del Programa, estos campos de visibilidad deberían propiciar cambios iniciales que serían reforzados con acciones de Autoridad. La correlación entre los procesos comunicativos debería contribuir con la construcción compartida de una imagen de ciudad, actual y futura. En este sentido, Gómez estableció un marco de acción estratégica en donde no se redujera la comunicación a mera transmisión de información pero donde tampoco se le asignara la total responsabilidad en la producción de efectos inmediatos. Con este objeto se establecieron tres prioridades: garantizar la credibilidad de las acciones que emprendió la Administración, fijar los temas de cultura ciudadana en la agenda de los medios masivos y prever la circulación de informaciones por sistemas de comunicación directa. Labores encaminadas a buscar la participación de los ciudadanos en el cumplimiento de los objetivos del Programa, ubicando acciones en los diferentes procesos sociales que los involucran y propiciar el cambio de las condiciones de interacción entre los habitantes de la ciudad, en el ámbito de lo público (Gómez, 1995).

Con este propósito se construyeron una serie de estrategias de comunicación entendidas como el conjunto de como de acciones, productos y eventos comunicativos, formativos e informativos que ofrecen algunos de los medios necesarios para el cumplimiento de los objetivos del Programa (Gómez, 2001, 1998, 1995b). Desde esta perspectiva, la comunicación sólo aporta parte de la solución a los problemas planteados y debe adecuarse permanentemente a las características del entorno cultural en el cual se realiza. Cada estrategia se construyó de acuerdo con los requerimientos básicos de los proyectos, pero conservó en líneas generales dos componentes centrales: los circuitos de comunicación interpersonal y los masivos. En los primeros se acudió a la comunicación directa, lúdica y plástica, entre otras. En los segundos se enfatizó en la información y en la publicidad (Ver Anexo 3).

El supuesto general que subyace a la construcción de las estrategias es que la posibilidad de la comunicación está en mostrar cómo sería un contexto específico, cuando quienes están allí adoptan un nuevo comportamiento. Se consideró que no influía tanto hacer inteligible un comportamiento, como 'hacerlo visible' porque los campos de visibilidad permiten que el comportamiento sea deseable para los agentes involucrados en una acción determinada. La comunicación en este sentido, no debe explicar ni insistir en "usar la publicidad para poner en todos los canales disponibles mensajes en los que se cuenta cómo debe ser el comportamiento y en los que se usan bonitas imágenes y sonidos, para decir, a quien no necesita oír, algo que no quiere hacer" (Gómez, 1998: 140). La correspondencia entre hacer visible y hacer deseable, se convierte en horizonte de posibilidad para disfrutar el entorno común y poner a los ciudadanos en contacto con una nueva forma de vivir la ciudad.

Según Aníbal Ford, en América Latina la ciudad y los medios traman y constituyen las culturas por la estrecha relación que tuvieron la ciudad, la urbanización, el desarrollo de la industria cultural y los movimientos sociales, desde los primeros procesos de modernización. Y esta relación hace que el imaginario se constituya tanto a partir de los medios como de los circuitos de intercomunicación directa (Ford, 1994: 58-62). Por esto el hecho de que las estrategias incluyeran no sólo los medios masivos de comunicación, sino todas las formas de comunicación directa les permite introducirse en un espectro de circuitos culturales donde se generan, crean y modifican los imaginarios. Este marco global de acción tuvo no pocos tropiezos para su implementación, los cuales se evidencian tanto en el funcionamiento de la herramienta de comunicación, como en la comprensión que de ella tuvieron las personas involucradas en la gestión de la Cultura Ciudadana.

2.3.3 La herramienta de comunicación: buscando superar el paradigma informacional

Como se mencionó arriba tanto Mockus como Bromberg reconocieron en su momento la importancia de una comunicación transparente y fluida de la Administración con la ciudad, no sólo a través de los medios masivos sino de las alternativas expresivas del arte y la animación, tal como lo expresa el Plan 'Formar Ciudad'. En versión de los ciudadanos la información relacionada con programas y proyectos mejoró en un 68% si se compara con administraciones anteriores (Centro Nacional de Consultoría, 1998). Sin embargo, esta visión de comunicación no fue comprendida de la misma forma por los equipos que conformaron los campos de acción. Con base en los documentos centrales del Programa, en los documentos de gestión –actas de reunión y correspondencia interna- y en la informa-

ción aportada por las entrevistas a profundidad con directivos y con miembros del equipo de comunicación, es plausible afirmar que los campos de acción en su mayoría comprendieron la comunicación como mera transmisión de información y en contados casos se percibió su carácter simbólico y la potencialidad educativa que comporta

En la descripción documental que se hace de los grupos de apoyo, se plantea que la comunicación en una metrópolis como Bogotá exige el uso de medios masivos de comunicación para lograr que grandes grupos de personas participen del entorno común que propone el Programa. La comunicación se considera una herramienta “esencialmente conciliadora y persuasiva, no violenta, para lograr la construcción común del entorno” y por ende la autorregulación del comportamiento que le corresponde a cada entorno (Espinel, 1996b: 26-27). En este marco, la comunicación se consideró una herramienta al servicio de los diferentes proyectos del Programa, que al ser parte integrante de cada uno de ellos debería estructurar su formulación (Gómez, 1995b: 1). El grupo de comunicadores que conformó Gómez como director del área, provenía en su mayoría de proyectos gubernamentales –nacionales o locales- y de ONGs, y tenían experiencia en comunicación para el desarrollo, alternativa y educativa. Visiones que permitían articular propuestas novedosas para intervenir en la ciudad. Cada campo de acción contó con un comunicador, las labores de prensa y publicidad tuvieron especialistas en cada área y a partir de octubre de 1996, se contrató un grupo permanente para desarrollar las intervenciones lúdicas. Sólo faltando seis meses para que se terminara la Administración se contrató una agencia de publicidad. A lo largo de la ejecución la herramienta funcionó a partir de un trabajo en equipo, donde las estrategias eran puestas en común y construidas de manera colectiva.

Sin embargo, la mayoría de los proyectos de los campos de acción de Seguridad y convivencia; Espacio público; Medio ambiente y servicios públicos, y Funcionarios y ciudadanía no consideraban la comunicación hasta finalizar el proceso de formulación. En otros casos, los proyectos no eran aprobados por los directivos del Programa y en el permanente proceso de formulación y reformulación era imposible concertar la estrategia necesaria para el proyecto, tal como ocurrió con el proyecto de ‘Reglas para convivir’ que era uno de los ejes de Programa. En este panorama, la comunicación o bien era sólo una forma de dar a conocer un proyecto, o de convocar a sectores sociales para su realización; o bien tenía que producir ‘milagros’ y cambios radicales en cortos lapsos de tiempo, utilizando campañas masivas y herramientas lúdicas que aparecían las más de las veces incrustadas en el

desarrollo del proyecto. Esto generó que algunos de los proyectos más importantes carecieran de posibilidades comunicativas e incluso dificultó la consecución de algunos objetivos del Programa. Además, la división del equipo de comunicación por campos de acción hizo que no fuera posible establecer una estrategia comunicativa de sombrilla.

Los documentos de gestión permiten determinar que los gerentes de los campos de acción consideraban que cada proyecto debía contar con una campaña publicitaria propia, lo que hubiera terminado por convertirse en más de 24 campañas diferentes, que se superpondrían unas sobre otras, distorsionando los objetivos de comunicación. Otro de los resultados que los campos esperaban en términos comunicativos, era la publicación, fundamentalmente en la prensa escrita, sobre cada uno de los proyectos que tenían a su cargo. Para los directivos, especialmente para Bromberg, hubo un exceso de comunicación a lo largo de la ejecución del Programa y la herramienta demandaba una inversión demasiado alta para la consecución de objetivos. Lo que evidencia el desconocimiento de los costos económicos que implica comunicarse a través de los medios masivos con más de seis millones de habitantes.

Al ver el grupo de comunicadores como productores de medios y mensajes se comprueba en términos de Kaplún (1998: 117), una concepción instrumental y unidireccional de la comunicación, en donde se la reduce a los medios y al comunicador se le da el estatus de vehiculizador de mensajes de otros. Esta reducción a lo técnico, la estrechez en la gama de opciones de medios y la reducción de la comunicación a la información y la publicidad, fueron lugares comunes que obligaban a buscar alternativas para superar los límites del paradigma informacional que tenían en mente los equipos de los campos de acción. La consecuencia que se desprende es una permanente tensión entre la demanda de los campos de acción y la oferta que realizaba el grupo de comunicaciones, así como las dificultades para gestionar con los directivos los recursos económicos necesarios para adelantar las acciones comunicativas.

2.3.4 La inserción en lo cotidiano a través de la comprensión estratégica de la comunicación

La estrategia global del Programa –Adecuación de contextos, Autorregulación y Autoridad– intervino en espacios que desbordan las posibilidades de la comunicación y aquello que es objeto de políticas culturales, particularmente en lo que se refiere al componente

autoridad. Es fundamental evidenciar estas limitaciones, toda vez que comunicación por sí sola no puede cumplir a cabalidad con la construcción de una cultura ciudadana pensada desde la triada Ley, cultura y moral. Sin embargo, el abordaje estratégico de la comunicación se convirtió en la posibilidad de insertarse en la vida cotidiana de los ciudadanos. Concepción estratégica, que fue referida más arriba y que puede comprenderse en el sentido más clásico de la acción política y también en la que propone Morin (1994: 439)

En este segundo sentido la intervención de las estrategias de comunicación en los pequeños mundos de sentidos, en las rutinas y hábitos cotidianos de los miles de desconocidos que transitan por la ciudad, exigió por parte de los actores políticos reconocer permanentemente que una estrategia de acción es el arte de actuar en la incertidumbre. No era previsible que las alternativas en comunicación seleccionadas tanto para transformar algunos comportamientos como para influir en la imagen de la ciudad, condujeran a los resultados esperados. Asunto que aparece como un acuerdo común en las afirmaciones que realizan tanto las personas que trabajaron en el área de comunicación como entre los directivos: cultura ciudadana y sus formas de operar fueron un gran laboratorio, cuyas consecuencias no eran previsible a pesar de la fortaleza teórica en la que basó su acción. En este sentido la contingencia más que la certidumbre fue inherente a las posibilidades de incidir a través de políticas culturales en el plano de la vida cotidiana.

Al reconocer la dimensión comunicativa de la cultura, el grupo de comunicaciones del Programa se enfrentó a un doble reto. El primero que ya fue mencionado, consistió en lograr que el equipo directivo y ejecutivo del Programa no redujera los procesos de comunicación a un mero problema publicitario o divulgativo, es decir superar el paradigma informacional. El otro, implicó la posibilidad de generar procesos de significación que al insertarse en los sistemas de comunicación urbana de Bogotá se introdujeran dentro del complejo entramado de procesos y lógicas sociales, a través de los cuales se construyen y circulan los sentidos de las diversas culturas que comparten el territorio simbólico de la ciudad. Para cumplir con los objetivos del Programa las estrategias de comunicación intervinieron deliberadamente en las culturas cotidianas de la ciudad, buscando influenciar lo que para efectos de la investigación se clasificó en tres ejes fundamentales de la vida urbana: la comunicación entre extraños; el uso y el disfrute adecuados del espacio público urbano y la construcción colectiva de una imagen compartida de ciudad.

Cada estrategia involucró formas de comunicación masiva: publicidad y prensa, así como procesos de comunicación directa: intervenciones lúdico-pedagógicas y circulación de contenidos en contextos determinados. De esta forma, la generación de procesos de autorregulación se concentró en el ofrecimiento de los recursos simbólicos necesarios para hacer visibles los comportamientos que riñen con la vida urbana y los comportamientos esperados de los ciudadanos. Estas estrategias movilizaron sentidos que organizaron las esferas especializadas de la cultura en torno a la posibilidad de transformar la cultura cotidiana. Así estas esferas se convierten en un medio y no en un fin en sí mismo de la política cultural. Desde la perspectiva de la construcción colectiva de una imagen de ciudad compartida, generó una serie de acciones y proyectos en su mayoría canalizados a través del campo de acción correspondiente, con el fin de propiciar el disfrute del espacio público urbano y transformar la percepción global y local que los ciudadanos tenían de la ciudad. Los supuestos en los que se basó esta forma de acción en relación con las políticas culturales, el desarrollo que tuvieron y las posibilidades, aprendizajes y fracasos que representan son los temas que ocuparan el capítulo siguiente.

3. LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU INTERVENCIÓN EN LA VIDA COTIDIANA

El 12 de marzo de 1995, uno de los diarios de mayor circulación nacional, tituló la sección Bogotá: "¿Y para qué sirve jugar?" (*El Tiempo*: 1E). Un lector desprevenido podría pensar que se trataba de un artículo sobre cómo educar a los niños o acerca de la importancia de divertirse en el tiempo libre. Pero no. Consistió en la aparición de una forma inédita de introducirse en la vida de los ciudadanos. Un grupo de mimos contratados por el Programa de Cultura Ciudadana desarrolló una intervención artística en algunos semáforos y cruces de calles ubicadas en el centro de la ciudad. El propósito fue generar la autorregulación de un comportamiento de tránsito: el respeto a las cebras. En Bogotá hasta 1995, el espacio demarcado con líneas blancas sobre el asfalto –para señalar el lugar por el que deben cruzar los peatones– generalmente no estaba señalizado y los conductores los ocupaban o excedían, ubicando los coches en medio de los cruces de grandes avenidas. La polémica no se hizo esperar: ¿Qué hacían esos personajes en los semáforos? ¿Por qué los mimos aparecían en la televisión, eran nombrados en las emisoras de la ciudad y fotografiados en los principales diarios de circulación local y nacional? ¿Qué era eso de las cebras? ¿Traerían algún zoológico a Bogotá? ¿Por qué pagar mimos con los impuestos de los bogotanos? Nadie sabía en ese momento que esas imágenes habían llegado para quedarse en el imaginario de los ciudadanos.

La actuación de los mimos en la 'Calle 19', quienes con su gestos y la puesta en escena desplazaron los automóviles del territorio de los peatones, dejó de ser una acción simbólica localizada en el espacio físico de la ciudad, para convertirse en un acontecimiento mediático que se introdujo en el entramado cultural de Bogotá y propició la autorregulación de un comportamiento de tránsito: para 1996 el 76.5% de los conductores y el 72% de los peatones respetaban la cebra y la autorregulación se ha conservado (Mockus, 1999: 15). Después de 1995 Bogotá empieza un proceso de transformación. No sólo porque se realizó una gran inversión en la infraestructura del espacio público urbano o porque a partir del año 2000, una de las seis ciudades más grandes de Latinoamérica inauguró su segunda solución al transporte masivo después

de 52 años de la destrucción del tranvía en el 'Bogotazo'⁴⁴ (Sánchez, 1998: 95) La ciudad se transforma porque a partir de 1995 y por primera vez en su historia la cultura cotidiana se convierte en una prioridad. Las diversas alternativas en comunicación combinadas a través de un marco estratégico se concentraron en la construcción de acontecimientos urbanos, que al intervenir en las rutinas y hábitos de los ciudadanos transformarían sus comportamientos, las formas de relacionamiento entre ellos y en último término influirían en la imagen de la ciudad.

Evaluar en términos de éxito o fracaso polariza las posibilidades de discusión e incluso dificulta cualquier intento de aprender sobre una experiencia como Cultura Ciudadana, que para el 96% de la población de Bogotá a finales de 1997 era un proyecto que debería continuar y para el 61% fue la acción concreta más importante que realizó la Administración Mockus-Bromberg (Centro Nacional de Consultoría, 1998)⁴⁵. Razones que explican en buena medida la reelección de Mockus para la Alcaldía de Bogotá en el periodo 2001-2003. Si la cultura ciudadana se definió por el 47% de los bogotanos como un acción que buscó "educar al pueblo para que sea más civilizado" y para el 23% consistió en "mejorar la acción de la policía y las autoridades para disminuir la inseguridad de la ciudad", los ciudadanos comprendieron de una u otra forma las intenciones globales de la prioridad en términos de regulación cultural y legal. En este contexto, las estrategias de comunicación ofrecieron una serie de alternativas que aunque no sean inéditas, posibilitan un abordaje novedoso de las comunicaciones públicas urbanas y de las formas de intervenir mediante políticas culturales en el plano de la vida cotidiana.

3.1 COMUNICACIONES PÚBLICAS URBANAS Y POLÍTICAS CULTURALES

El proceso comunicativo no es reductible a la circulación de informaciones e imágenes a través de los medios porque la comunicación implica también la construcción de sentidos

⁴⁴ El tranvía fue quemado en 1948 durante el Bogotazo por los conductores y ayudantes de la cooperativa de buses, quienes aprovecharon la confusión desatada para sacar ventaja económica, con el beneplácito de algunos políticos del Concejo de Bogotá (Sánchez, 1998: 95). Después de su destrucción no fue rehabilitado y desde entonces el transporte público de la ciudad estuvo a cargo de cooperativas de transportadores. En diciembre del 2000 se inaugura 'Transmilenio' un sistema alternativo de transporte con capacidad para movilizar hasta 600 000 personas diarias (Alcaldía Mayor 2001).

⁴⁵ Estos datos están basados en una investigación que contrató el IDCI al Centro Nacional de Consultoría y que tuvo por objeto contribuir a la evaluación de los diferentes proyectos de Cultura Ciudadana mediante el estudio de la percepción de los ciudadanos de Bogotá. El nivel de confianza de la investigación es del 95% con un error muestral del 4.9%. Se realizaron 800 entrevistas cara a cara (100 preguntas) a personas mayores de 18 años residentes en la ciudad. La muestra fue aleatoria y estratificada en hogares (Centro Nacional de Consultoría 1998).

cotidianamente. Esto significa entender la comunicación no sólo como el proceso de producción, consumo y uso social de medios, sino también como las prácticas cotidianas de interacción que constituyen y dan sentido social a la experiencia, y que por tanto, hacen que la ciudad se articule como un espacio de producción de comunicación, en donde las prácticas comunicativas se generan en la lógica de la complejidad de la vida urbana (Lozano, 1998: 178) Las estrategias de comunicación social que se generaron en el Programa, aludieron a estos dos niveles acudiendo a un marco teórico que ha reflexionado sobre las posibilidades de la comunicación para el ejercicio del control social y los cambios de conducta⁴⁶

Retrospectivamente el eje que movilizó la comunicación se concentró en la generación y el aprovechamiento de contextos urbanos cuya densidad comunicativa posibilitara introducir otras formas de relacionamiento entre los ciudadanos y de ellos con el espacio público urbano, utilizando canales masivos y directos preexistentes en la ciudad. Un asunto que no es menor es la tensión que se generó entre la tendencia de los directivos a otorgarle a la comunicación un sentido más racional que relacional, que entró en contradicción con los presupuestos que subyacen a las acciones que se emprendieron en el plano comunicativo⁴⁷. Desde el punto de vista expositivo se revisarán las relaciones entre las políticas culturales y la comunicación entendida como un proceso de mediación que puede contribuir con el orden y el control sociales.

3.1.1 Políticas culturales urbanas y comunicación: la competencia hegemónica

Las políticas urbanas, más allá de referirse a un espacio delimitado geográficamente, guardan estrecha relación con lo que Elster (1998:16) denomina políticas de justicia local. Estas políticas, a diferencia de las globalmente redistributivas⁴⁸, son diseñadas, formu-

⁴⁶ Este marco conceptual se consolidó a partir de la Teoría de la Mediación Social de Martín Serrano (1986) y los aportes realizados por Kotler y Roberto (1992) sobre la mercadotecnia social y las campañas para el cambio de conductas, actitudes y valores (Gómez, 1995a).

⁴⁷ La propuesta de Mockus y de Bromberg se basó en el desarrollo teórico de Habermas sobre la generación de consenso social por medio de la argumentación entre interlocutores racionalmente validados. Esta visión no será mantenida para el análisis por cuanto se considera que los sujetos no están plenamente conscientes en cada una de las relaciones que sostienen con otros sujetos. La comunicación ideal que plantea Habermas implica una imposibilidad de principio que es señalada por el mismo autor: 'yo sé muy bien que la comunicación es interrumpida y pervertida pero sin embargo creco y actúo como si la situación ideal de habla ya se hubiera realizado' (Habermas, 1989). En este 'como si' es donde anida la contradicción como señala i ck: "Lo que oculta esta lógica fetichista del ideal es, desde luego, la limitación del campo simbólico como tal: el hecho de que el campo significativo está siempre estructurado en torno de un cierto punto muerto fundamental" (i ck, 2000: 179). En ese punto muerto es donde la comunicación no aplica únicamente a las condiciones racionales sino relacionales y simbólicas.

⁴⁸ Las políticas globalmente redistributivas son diseñadas por el gobierno central (nacional) pretenden compensar a personas por diferentes tipos de infortunio y normalmente toman la forma de transferencias de dinero en efectivo (Elster, 1998: 15-16).

ladas e implementadas por instituciones relativamente autónomas, aunque están limitadas por las normas que establece el gobierno central; no son políticas compensatorias –o son parcialmente- y se relacionan con la asignación de bienes y responsabilidades, pero no de dinero. Esta precisión permite solventar dos problemáticas asociadas con el Programa de Cultura Ciudadana. Primero, el hecho de que los análisis sobre las políticas culturales se realizan en el marco del Estado nación cuyas funciones, objetivos y campos de influencia divergen de las metas y los alcances de las políticas locales. Segundo, las características del Programa no permiten extrapolarlo a entornos que no son metropolitanos porque las divergencias culturales y las disímiles problemáticas que viven las ciudades intermedias, los municipios y las regiones rurales que conforman la nación desborda las pretensiones de un trabajo sobre la cultura ciudadana urbana. La estrategia general del Programa es coherente con las experiencias de la modernidad en la ciudad: la anomia, el anonimato, la desterritorialización, la des-espacialización y el des-centramiento, por mencionar algunos; los cuales no forman parte de la cotidianidad de las mayorías nacionales, por más que Martín Barbero señale que lo urbano desborda hoy por completo a la ciudad puesto que atraviesa la inmensa mayoría de las culturas campesinas e incluso las indígenas (Martín Barbero, 1997: 114). En este sentido es plausible apostar que las políticas culturales orientadas al plano de la vida cotidiana son fundamentalmente un asunto de políticas locales urbanas.

Estas salvedades sirven de marco para abordar las relaciones que Brunner (1992) establece entre políticas culturales y comunicación, las cuales se restringen a la influencia que éstas ejercen sobre los circuitos culturales. Aquí medios, canales y públicos determinan el tipo de política cultural que se lleva a cabo. Sin embargo, en el análisis de los modelos de políticas culturales, establece similitudes y diferencias entre el modelo de políticas culturales de competencia hegemónica (o gramsciano) y el de mercado (o tocquevillano); a partir del concepto de *conformismo*. Los fenómenos de conformismo remiten a los “procesos de adhesión y/o de internalización de pautas, valores, creencias y concepciones de mundo que, por algún concepto, aparecen como dominantes en la sociedad y la cultura de una época determinada y para algún grupo determinado de individuos” (Brunner, 1992: 245). En términos del conformismo basta la actuación de los sujetos conforme a lo esperado, es decir, el conformismo es el ejercicio de comportamientos esperados. La importancia del modelo gramsciano es que el conformismo es producido por la competencia de proyectos hegemónicos que conduce a una mayor elaboración comunicativa, elevando los

umbrales del proceso de reconocimiento simbólico. Mientras que en el modelo de mercado estos niveles tienden a reducirse porque su operación es esencialmente no comunicativa. La comunicación en el mercado está simplificada y contenida en el movimiento de la oferta y la demanda, y por tanto, la complejidad informativa se reduce por los mecanismos que le son propios. En un modelo de tipo gramsciano gran parte de la competencia hegemónica se realiza *fuera del mercado*. Por esto supone una mayor necesidad de argumentar públicamente los motivos del conformismo esperado y crear las motivaciones necesarias para la adhesión racional de los individuos.

Aunque el modelo de mercado y los circuitos privados de producción industrial prevalezcan en las sociedades contemporáneas, es plausible considerar y el autor también lo refiere, que los modelos y circuitos no son puros y se entrecruzan con otras formas de políticas culturales. El conformismo permite una aproximación al tipo de política cultural que se trazó el IDCT y ofrece un marco para comprender la comunicación del Programa de Cultura Ciudadana. Una política cultural que pretenda elevar los umbrales comunicativos del proceso de reconocimiento simbólico, aumentará el conjunto de condiciones, conocimientos y reglas que posibilitan la construcción de significados, es decir, concentrará sus esfuerzos en la competencia comunicativa de los individuos (Ricci y Zani, 1990: 19). Competencia que implica la puesta en horizonte de los sentidos sociales más allá del significado referencial o cognoscitivo que les son propios. Teniendo en cuenta los tipos de competencia comunicativa, la transformación de comportamientos y la autorregulación de los ciudadanos se concentrará en las competencias ejecutiva, pragmática y sociocultural, es decir en la capacidad de acción, de uso y de reconocimiento acordes con las situaciones sociales y los contextos donde estas competencias deberían operar. Esto hace que la intencionalidad que subyace a la producción de comunicación se enfoque menos a las dimensiones expresivas o evocativas y más a la dimensión de la obligación, que en términos de Austin (1962) se refiere al hecho de que todo acto de comunicación crea obligaciones sociales y acarrea consecuencias. Los actos de comunicación –verbal y gestual– son inseparables por cuanto entre ellos existe un continuo y poseen un carácter instrumental relacionado con el hecho de que los actores ajustan su comportamiento al contexto (Ricci y Zani, 1990: 36). Las políticas culturales del Programa serán analizadas con base en esta relación entre conformismo y competencia comunicativa.

3.1.2. Circuitos culturales urbanos

Los circuitos culturales son el terreno estratégico para intervenir mediante políticas cul-



turales y más allá de representar la combinación típica de agentes e instancias organizativas de la acción cultural, son los espacios donde se generan y regulan los procesos de producción, transmisión y consumo o reconocimiento de la cultura en una sociedad dada (Brunner, 1992: 250). Los procesos de comunicación al interior de una sociedad se organizan en estos circuitos culturales, que permiten vehiculizar sentidos y producir significaciones. En el contexto urbano latinoamericano, la concentración de la población en las ciudades, las convirtió en un lugar privilegiado para el cruce de las comunicaciones tecnológicas, y por tanto, en el territorio de mayor calidad de comunicación tecnológico-instrumental de cada país (Esteinou, 1996: 116). Las comunicaciones públicas urbanas se pueden comprender como un complejo entretejido de circuitos culturales, que como señala McQuail (2000: 37) intervienen en diferentes niveles de la organización social, a través de redes en donde distintos medios posibilitan el flujo e intercambio de mensajes y sentidos

Producir comunicación urbana significa generar dinámicas de construcción de sentidos que se introduzcan en las prácticas cotidianas de interacción, y a su vez, procesos a través de los medios masivos que relacionen las experiencias con los hechos, para que los ciudadanos puedan asumir este proceso como propio. Esta correlación entre experiencias y hechos es analizada por Eliseo Verón (1987: II-X) Para el autor, la actualidad es un objeto cultural que fabrican los medios informativos, porque ellos no 'copian' nada. En tanto no existe el original, no es posible afirmar que la actualidad es un simulacro. Los medios *producen la realidad social como experiencia colectiva para los actores sociales*. El modelo de actualidad que se transforma de un medio a otro y de un discurso a otro, es acorde con la audiencia para la cual se constituye. No se trata de afirmar que los medios producen la sociedad o todo aquello que los miembros de una sociedad llaman 'real', se trata de evidenciar que "la actualidad como realidad social en devenir existe *en y por* los medios informativos" Lo que significa que los hechos sociales no existen como tales hasta que los medios los construyen. Una vez los medios producen un hecho, éste tiene efectos -decisiones gubernamentales, reacciones- que a su vez se convierten en acontecimientos sociales utilizando a los medios. Cuando un acontecimiento social es producido por los medios tiene múltiples existencias fuera de ellos: produce discursos no mediáticos. Por esto la realidad que producen los medios es intersubjetiva. Este proceso es explicado por Neil Postman (1995: 15) a partir de la siguiente relación: "no vemos [. . .] la realidad [. . .] como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas

crean el contenido de nuestra cultura”⁴⁹

Siguiendo con la argumentación de Verón, la relación entre el orden individual y el colectivo en las sociedades mediatizadas, exige una diferenciación entre las nociones de ‘experiencia’ y ‘hecho’. Los individuos creen en los acontecimientos de la actualidad sin tener en la mayoría de los casos una experiencia vivida de esos hechos. Creencia que se funda en la confianza que el individuo deposita en el discurso mediático. El discurso más creíble es aquel que describe los hechos de la forma más próxima a como nosotros mismos lo hubiéramos hecho si fuera una experiencia directa. En la relación con los medios no es la constatación de la verdad lo que importa, el principio funciona de manera contraria: es por la confianza fundada en el medio que se consideran los discursos que produce como verdaderos. La experiencia personal y la realidad social en tanto actualidad, están separados en una sociedad mediatizada. Dado que los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad, existe una multiplicidad de modos de construirlos, con relativa eficacia e introducirlos en la intersubjetividad de los agentes sociales. Entre más próximo sea el hecho que se construye con la experiencia posible de los habitantes de la ciudad, es plausible afirmar que ese hecho incidirá en la apropiación del acontecimiento y su resignificación. De ahí que la comunicación pública a través de los medios masivos no es sólo un asunto publicitario, sino que debe estar en capacidad de convertir a la ciudad y a la normatividad propia de la cultura ciudadana en acontecimientos que compiten en igualdad de condiciones, dentro del entramado de mensajes y discursos que circulan por el espacio mediático.

3.1.3 Relaciones entre comunicación y cultura: la múltiple mediación del proceso de recepción

En la cultura, las instituciones sociales –familia, escuela, iglesia, Estado e industrias culturales, entre otras- se organizan y a su vez son generadoras del universo simbólico, esto es de “la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales”, en donde toda la sociedad histórica y la biografía de un individuo son hechos que ocurren dentro de este universo (Berger y Luckman, 1968: 125). La comunicación es uno de los procesos sociales que participa activamente en la construcción y legitimación de ese universo de sentido. En los estudios tradicionales sobre los procesos de comunicación se con-

⁴⁹ Citado en Castells (1999: 359)

sideraba que los receptores eran sujetos pasivos, que aceptaban la información que circulaba por el espacio mediático, sin ningún tipo de mediación o criterio (Orozco, 1991). A fines de la década de los 80 se comienzan a explorar las relaciones entre comunicación y cultura, buscando comprender los diversos modos de apropiación cultural y los diferentes usos sociales de la comunicación

Al cambiar la orientación del análisis se reconoció no sólo que el consumo es un proceso de producción cultural, sino también que era necesario cuestionar la centralidad atribuida al texto y al mensaje como lugares de la verdad, y así, asumir como constitutiva la asimetría de las demandas y competencias que se encuentran y negocian a partir del texto (Martín Barbero, 1987a: 232). En estas asimetrías la recepción no puede considerarse como el momento único en donde el receptor se expone a un mensaje. Por el contrario, la recepción es un proceso que trasciende el momento y se trama con las demás prácticas cotidianas de los públicos organizados en 'comunidades interpretativas', es decir, en espacios desde donde se interpretan y se resignifican los mensajes, y en último término, se produce la comunicación (Orozco, 1996: 164-170). Para este último autor, la recepción es un proceso mediado en su conjunto y en cada uno de los momentos que lo conforman como tal y por tanto se construye como una estrategia (Orozco, 1993: 37)

Acudiendo a De Certeau (2000: 40-45) más que una estrategia, la relación que el receptor establece con los mensajes de los medios y con los mismos medios -la doble estructuración propuesta por Silverstone (1994)- puede considerarse mejor como una táctica. La estrategia hace referencia al lugar de poder y de la voluntad propios e implica un cálculo de las relaciones de fuerza. La táctica ocurre en el lugar del otro -el medio, el mensaje- y aunque implique una imposibilidad de distancia, supone la apropiación y actualización del mensaje por parte del receptor. En su relación con los medios y los mensajes los receptores desarrollan una serie de tácticas, unas formas de leer e interactuar con ellos. En este contexto, la comunicación en relación con la cultura se presenta como el lugar donde se articulan los conflictos a partir de las prioridades de la coyuntura y los múltiples sentidos que estos conflictos adquieren, minando el principio totalizador de la realidad social. Introducir la cultura dentro de las preocupaciones de la comunicación implica desplazar la comunicación de los medios y los mensajes al lugar donde las personas viven y se colocan, y ese lugar es la cultura (Martín Barbero, 1987b: 209)

En este desplazamiento aparecen múltiples escenarios donde se desarrolla el complejo y contradictorio proceso de recepción, por cuanto está mediado por elementos culturales, políticos, económicos e institucionales. Estos factores que a su vez son influenciados por los mismos mensajes que responden a los objetivos y al funcionamiento de los medios en una sociedad determinada (Orozco, 1991: 23). La intencionalidad de los medios y los mensajes –entretener, informar, educar- que se moviliza a través de la lógica del consumo es constitutiva del proceso de recepción e implica además un proceso de aprendizaje. *A diferencia de la enseñanza institucionalizada que incluye un proceso consciente y racional*, el aprendizaje no es necesariamente un proceso explícito o evidente (Orozco, 1991: 13). De ahí que la múltiple mediación del proceso de recepción sea decisiva para propiciar aprendizajes culturales a través de los medios de comunicación.

3.1.4 Medios masivos de comunicación, mediaciones y vida cotidiana

Los medios forman parte de la vida cotidiana de las personas. El compromiso que los actores sociales asumen con ellos es igual al que se asume con las demás prácticas cotidianas estructuradas a partir de la repetición en el espacio-tiempo de rutinas, hábitos y costumbres. Esta es la condición ordinaria de la vida cotidiana⁵⁰, de lo que se da por sentado, en donde los actores sociales no esperan que el mundo –ni los medios y sus mensajes- sean significativamente diferentes (Silverstone, 1994: 280). La condición ordinaria de la vida cotidiana dentro de la cual se ubican los mensajes que circulan por el espacio mediático está profundamente diferenciada por la cultura y la ubicación sociocultural de los actores. Diferenciación que influye en las formas de leer el mensaje y las asimetrías que se establecen con el texto.

En el espacio doméstico, que es el lugar privilegiado de la recepción, los tiempos cotidianos y las imágenes mediáticas se superponen y se tramán, de acuerdo con patrones de convivencia y códigos de sociabilidad que varían de familia a familia y de un grupo social a otro (Winocur, 1998: 136). Esto no implica, sin embargo, que se niegue o minimice el poder real de los medios en la estructuración del consumo, por el contrario es a partir de

⁵⁰ Silverstone (1994: 274) define la condición ordinaria como "esa normalidad más o menos segura de la vida cotidiana y nuestra capacidad de manejarla día a día" "manejo que se organiza como hábitos, rutinas y costumbres a través de las cuales "evitamos el pánico, construimos y mantenemos nuestra identidad, gobernamos nuestras relaciones sociales en el tiempo y en el espacio, compartimos sentidos [] pero sobre todo eludimos el vago y paralizante horror de la amenaza del caos" (Silverstone, 1994: 18). Cabe señalar que el análisis de este autor se basa en las teorías de Giddens y que en esta cita se hace una clara referencia a la seguridad ontológica.

ese poder real que el proceso de consumo aparece como un territorio donde los receptores ponen en juego tácticas para relacionarse con los medios. Esta puesta en juego articula las mediaciones cognoscitivas, institucionales y del entorno donde se encuentran ubicados los receptores (Orozco, 1996: 169–171). Las primeras comprenden el conjunto de ideas, repertorios, esquemas y ‘guiones mentales’ que influyen en los procesos de percepción, procesamiento y apropiación de los mensajes, es decir, los patrones y hábitos de consumo, que emergen en las secuencias o guiones y sus prescripciones para la actuación social de los públicos en distintos escenarios.

Las mediaciones institucionales se refieren a las instituciones sociales de pertenencia de los actores, que legitiman los guiones y son escenarios donde se dan los procesos de negociación, apropiación–resistencia y producción comunicativa, al poner y contraponer referentes propios con los proporcionados por los medios. Las mediaciones institucionales se constituyen como referentes y fuentes de producción de súper temas donde los medios determinan los asuntos a ser tratados y la prioridad que se les da⁵¹. Las mediaciones del entorno implican el hecho de que los sujetos están históricamente situados y por tanto, interactúan situadamente con los mensajes. Se refieren tanto a los elementos contextuales de la recepción –lugar de origen y residencia, tipo de trabajo, expectativas– como a los estructurales: clase social, género, etnia, edad y estrato socioeconómico (Orozco, 1996). La influencia que ejercen las mediaciones en el proceso de recepción, determinan los alcances y las limitaciones de las comunicaciones públicas urbanas y su capacidad para introducir referentes y contenidos que contribuyan con la autorregulación e influyan en la percepción que los habitantes tienen de la ciudad.

3.2 CONSTRUCCIÓN DE REFERENTES EN EL PROGRAMA DE CULTURA CIUDADANA

Un referente es el objeto que es nombrado por un símbolo, cuya determinación obliga a definirlo como una entidad abstracta que no es otra cosa que una convención cultural (Eco, 1999: 71). Cultura Ciudadana se presenta como un referente por construir toda vez que los sujetos implicados en el proceso de comunicación deben llegar a acuerdos básicos sobre lo que ella significa, es decir a lo que se refiere Cultura Ciudadana cuando se la menciona. La construcción de Cultura Ciudadana como un referente para la ciudadanía y

⁵¹ Los súper temas se relacionan con lo que Paulo Freire llamó ‘temas generadores’ y está vinculado también con lo que se conoce como el modelo de la *Agenda Setting* (Orozco, 1996, 165).

los funcionarios presentó problemáticas que afectaron los procesos comunicativos e influyeron en el orden de las políticas culturales y su prospección en el mediano y largo plazo. Aunque cabe resaltar que el tema de cultura ciudadana se introdujo rápidamente en la agenda de los medios y tuvo una permanencia relativamente alta durante toda la Administración. En la prensa escrita y en la radio es posible encontrar durante los 3 años una referencia casi diaria a cultura ciudadana y sus actividades, e incluso la publicación o mención de proyectos que no fueron ejecutados. En la televisión este proceso fue más lento y tuvo momentos de amplia cobertura: los mimos, los cumpleaños de la ciudad, eventos 'Al parque' intervenciones pedagógicas, entre otros⁵². El proceso global de construcción de cultura ciudadana como un referente implicó cuando menos tres factores:

El primero consistió en que el Programa se ofreció a la ciudadanía como el único significativo que caracterizó a la Administración, sin que su significado y su contenido fueran reconocidos (Espinel, 1996c: 7). El segundo, vinculado con el anterior, se refiere al proceso por el cual se institucionaliza provisionalmente el Programa. El último, consistió en la aparente imposibilidad de construir un único universo simbólico que identificara el Programa y que por ende le diera una coherencia en el orden de los significados a la profusión de acciones que se realizaron durante el periodo de ejecución. Aunque estos factores pueden explicarse por la presión que ejerce sobre el orden institucional el corto lapso de tiempo que los actores ejecutivos tuvieron para consolidar las líneas estratégicas de la acción cultural y por la inserción del Programa dentro de una entidad que no contaba con las condiciones administrativas para responder a los requerimientos de esta nueva política cultural, es indudable la influencia que ejercieron en la consolidación de un discurso claro y coherente del Programa con los funcionarios y la ciudadanía.

3.2.1 Dificultades en el proceso de emisión: institucionalización provisional de Cultura Ciudadana

La experiencia de los mimos en las cebras y el éxito que representó esta acción por el impacto sobre la autorregulación del comportamiento y la recordación del evento, significó también una apuesta sobre las funciones que lo simbólico y lo lúdico pueden producir en el orden sociocultural. Esta acción llevaba implícita la intención de que los ciudadanos

⁵² Información recabada en las carpetas de registro de prensa, radio y televisión del Programa de Cultura Ciudadana (1995, 1996 y 1997).

reconocieran que este tipo de intervenciones tienen “el mismo sentido de realidad y de construcción de ciudad que las mismas obras físicas” (Espinel, 1996c: 7). Aunque en el caso particular de los mimos de la Calle 19 las acciones que debería emprender Cultura Ciudadana parecían claras, institucionalmente la traducción de este concepto fue un proceso en permanente construcción, que le otorgó demasiada confianza a las acciones simbólicas y lúdicas, en detrimento de los procesos de comunicación masiva que son fundamentales dentro de la vida cultural urbana⁵³.

La orientación de la comunicación estuvo ligada a las dificultades que presentó la institucionalización del Programa, esto es, el proceso por el cual se le da una coherencia organizativa al interior del IDCT y busca reconocimiento como entidad dentro del conjunto de entidades públicas Distritales y en la ciudadanía. Además de la debilidad institucional que presentaba el IDCT para 1995, los directivos deciden incorporar pero no integrar al Programa dentro del Instituto. Al convertirse en una entidad paralela no se generan las condiciones administrativas requeridas para darle continuidad a las acciones e incluir la preocupación por la cultura cotidiana dentro de las políticas culturales globales del IDCT. Lo que constituye una de las críticas centrales del urbanista Fernando Viviescas a Cultura Ciudadana (1998, 2001). En estas condiciones era necesario construir una imagen institucional diferente a la del IDCT y un discurso coherente que tradujera el marco conceptual del Plan ‘Formar Ciudad’ en un lenguaje comprensible para los ciudadanos. Tanto la imagen del Programa como del discurso institucional son percibidos por los ciudadanos de manera fragmentada.

3.2.2 Dislocación del universo simbólico: tres momentos, tres visiones

La constitución de un universo simbólico en el Programa, entendido como un mecanismo que permite legitimar el orden institucional en la sociedad (Berger y Luckman, 1968: 127), puede leerse a partir de tres lemas asimilables a cada uno de los años de ejecución y a tres visiones diferentes que orientaron las acciones. En 1995 el Programa se identificó con el lema ‘Bogotá está en juego’. En 1996 este universo simbólico se concentró en ‘Bogotá Coqueta’ y en 1997, apareció la idea de ‘Por una ciudad al alcance de los niños’. Esta disparidad de entonques es evidente también para los ciudadanos. A la pregunta por la frase

⁵³ Esta afirmación se basa en el común acuerdo expresado sobre esta problemática por las personas entrevistadas del área de comunicaciones (Ver anexo 3).

que identificó la Administración durante estos tres años, la primera fue referida por el 28% de los ciudadanos, la segunda por el 38% y la tercera por el 33% (Consejo Nacional de Consultoría, 1998).

'Bogotá está en juego' se refirió a la importancia que tienen las acciones de los ciudadanos con respecto a la ciudad y a la idea de propiciar la autorregulación por medio de juegos ciudadanos. Este eslogan no fue utilizado dentro de piezas comunicativas concretas⁵⁴ y sólo se elaboró un rompecabezas alusivo, de baja circulación, por lo que se deduce que la recordación se basa en el uso que de ella hicieron los medios de comunicación: hasta comienzos de septiembre de 1995 los artículos referidos a Cultura Ciudadana la utilizan. El segundo momento estuvo marcado por el compromiso que el 2 de enero de 1996, Mockus adquirió con los ciudadanos y que consistió en transformar a la ciudad en 'Bogotá Coqueta'. Propuesta que generó una gran controversia por las deterioradas condiciones físicas en las que se encontraba la ciudad. Fue justamente la discusión, la que terminó introduciendo la imagen de la ciudad en la agenda de los medios. En la revisión de los registros de prensa escrita y de las emisiones en radio y televisión que se conservan en los archivos del IDCT, se comprobó que la coquetería en relación con Bogotá, estuvo en primer plano durante casi todo el año 96, con un titular o mención semanal y diaria durante el cumpleaños de la ciudad en agosto, que fue el momento en que se lanzó formalmente la campaña masiva correspondiente.

En 1997 se presentó un viraje en la política global del IDCT que guarda relación con el cambio de directivos porque Bromberg fue nombrado alcalde y Norma Costanza Muñoz quedó al frente de la prioridad. Este viraje se evidencia tanto en la orientación de los proyectos hacia un grupo de población con el que no se había trabajado hasta ese momento: los niños, como en un giro en el lenguaje con el cual se comprende la cultura ciudadana. En la comparación por objetivos y metas de los tres años de gestión, en 1997 los comportamientos y la autorregulación pasan a un segundo plano y se le da énfasis a los valores contradiciendo los principios de formulación del Programa (IDCT, 1996a, 1997, 1998). Aunque Muñoz afirme que cultura ciudadana era un concepto por construir y que esta

⁵⁴ El término 'pieza comunicativa' hace referencia a productos comunicativos como carteles plegables, videos, postales, pendones, etc. No se utiliza el término 'producto' porque su definición abarca también los procesos de significación. La 'pieza comunicativa' no es más que un objeto que puede cargarse de sentido si es usada adecuadamente dentro del proceso global de comunicación. Esta distinción se hace con base en el análisis de los documentos de gestión del equipo de comunicaciones del Programa.

transformación no es un cambio en la política⁵⁵, la campaña 'Por una ciudad al alcance de los niños' no es coherente con los procesos globales del Programa ni articula los proyectos de los campos de acción en el imaginario que propone. Sin embargo, esta es la única etapa en que el Programa en su totalidad cuenta con una agencia de publicidad –J Walter Thompson– y se aumenta la pauta en los medios masivos de comunicación, facilitando la entrega de resultados. Cabe destacar que 'Por una ciudad al alcance de los niños' se incorporó muy deficientemente como noticia dentro de los medios masivos y su recordación por parte de los ciudadanos puede relacionarse con el adecuado manejo de la campaña publicitaria⁵⁶

En este marco la única imagen que acompaña permanentemente a Cultura Ciudadana es aquella que simboliza una mano de aprobación. Como se verá a continuación esta mano fue el símbolo que resumió la interacción entre desconocidos, identificó al Programa y fue el sello de la Administración. Para su análisis la incorporamos como una viñeta.



3.2.3 De la mano aprobatoria a la zanahoria: entre interacción y conformismo

Tres símbolos son reconocidos por los ciudadanos como aquellos que representaron a Bogotá durante estos tres años: la zanahoria (34%), la tarjeta ciudadana (32%) y un mimo (27%)⁵⁷. Y esta ambivalencia también muestra disparidad de objetivos comunicativos. La zanahoria representó una serie de medidas y acciones de autoridad para disminuir las muertes por accidentalidad y homicidio en Bogotá a partir de la regulación de los horarios de expendio y consumo de alcohol; la prohibición de fabricación, venta y uso de pólvora; el control del horario de funcionamiento de los lugares nocturnos y el desarme voluntario

⁵⁵ Entrevista realizada en Bogotá mayo del 2001

⁵⁶ En 1997 se encontró un registro de 4 eventos de 'Por una ciudad al alcance de los niños' en cada medio, mientras que otros proyectos como los Caballeros de la cebrá que no guarda ninguna relación con este imaginario tiene menciones casi semanales en prensa y radio (Ver anexo 4)

⁵⁷ Centro Nacional de Consultoría 1998

La zanahoria se dio a conocer en Bogotá en diciembre del 1995, cuando Mockus lanza lo que se conoció como 'Navidad zanahoria'⁵⁸. Aunque las medidas legales fueron altamente exitosas, en términos comunicativos la zanahoria no representaba interacción sino adhesión racional a reglas y su imagen fue utilizada en los medios para asociarla con el dicho del "Garrote y la zanahoria". Por su parte, el gesto de usar la mano como señal de aprobación o desaprobación de las acciones, quedó plasmado en un producto comunicativo que se conoció como la 'Tarjeta ciudadana' y particularmente el signo de aprobación se convirtió en la imagen institucional del Programa de Cultura Ciudadana.

Retrospectivamente plasmar este gesto para propiciar y mejorar las condiciones de interacción y regulación fue un acierto, en términos de traducir de la competencia kinésica de los sujetos –es decir de su capacidad de realizar comunicación mediante ademanes y gestos (Ricci y Zani, 1990: 27)- al código icónico un significado perceptivo codificado culturalmente (Eco, 1999: 197). La tarjeta ciudadana y la Ley Zanahoria representan la ambivalencia entre los sistemas de regulación cultural y legal a los que apeló el Programa. Ambivalencia que generó dificultades en los procesos comunicativos. De hecho la construcción del gesto de la mano como señal convencional representó serias dificultades al interior del Programa, que no son explicables a la luz del uso que de la tarjeta hicieron los ciudadanos, de la incorporación del código icónico en la prensa escrita y de su capacidad para sintetizar visualmente los objetivos del Programa de Cultura Ciudadana. En este sentido el código icónico se convirtió en el universo simbólico que le dio coherencia e identidad a las acciones emprendidas, pero las problemáticas asociadas con la definición de la tarjeta como producto, de los colores que debería tener y la forma como deberían utilizarla los ciudadanos no fueron superadas.

Durante la campaña a la Alcaldía, Mockus usó una tarjeta rosada para amonestar de manera 'sancionatoria lúdica' a sus contendores, a los periodistas o a los ciudadanos. La tarjeta basada en las que usan los árbitros de fútbol era de color rosado porque Mockus consideraba el rojo como agresivo. A partir de esta idea, el alcalde solicita al Programa hacer un desarrollo en el esquema estratégico inicial de juegos ciudadanos. Primero, se lanzó la idea de trabajar dos tarjetas: unas verdes para los ciudadanos 'Titán' y rosas para los 'Gua-

⁵⁸ Cabe mencionar que en Bogotá la zanahoria se asocia con comportamientos tales como: el esparcimiento sano, el bajo consumo de alcohol y en general con el uso del tiempo libre en actividades sanas.

ches.⁵⁹ Estas tarjetas que nunca se imprimieron porque hasta septiembre de 1995 los recursos económicos de la prioridad estuvieron congelados, presentaban dos dificultades claves. Primero, determinar quiénes eran ‘Titanes’ y quiénes ‘Guaches’, lo cual ya presupone una clasificación social de ‘buenos’ y ‘malos’ ciudadanos. Segundo, incorporar tanto el hábito de porte y uso de la tarjeta, como de remplazar el impropio⁶⁰ por una tarjeta de colores cuyos significados no eran convencionales. Así surgieron diferentes cuestionamientos: ¿Cómo y cuándo entregar a un número suficiente de ciudadanos las tarjetas? ¿Qué es suficiente en una ciudad de más de seis millones de habitantes? La prioridad había llamado la atención de algunas empresas del sector privado que deciden financiar la tarjeta y ponen a disposición del Programa una agencia de publicidad para su desarrollo creativo⁶¹.

El publicista la sintetizó en un producto comunicativo de dos caras: el lado blanco tenía la mano para arriba, de aprobación; el lado rojo, la mano hacia abajo. Aún cuando el alcalde consideró inadecuada la tarjeta, al utilizar un gesto reconocido culturalmente se resolvían los problemas de interacción y el desarrollo de los colores basado en las señales convencionales de tránsito aclaraban su uso. Mientras en el Programa, los expertos en juegos y los comunicadores no encontraron cómo poner a la gente a jugar con la tarjeta –relata Gómez– los ciudadanos empiezan a llevarla en la ventana de los autos privados, a colocarla como adorno en los vehículos de transporte público y a usarla. Hoy todavía en Bogotá es posible encontrarla en tiendas de barrio o en las consolas de los autobuses urbanos. Más que la tarjeta ciudadana el uso del gesto aprobatorio contribuyó a disminuir los impropios especialmente en el tránsito y se transformó en un elemento de identificación y acuerdo con el Programa y la Alcaldía.

La tarjeta no necesitaba como se creyó en su momento un acompañamiento retórico ni el desarrollo de proyectos especiales para su incorporación, tal como lo cuestiona Viviescas (1998: 55). Los ciudadanos no requerían de una tarjeta para realizar el gesto y allí fue

⁵⁹ Así lo describió el diario *El Tiempo*: “Además de rosas, habrá tarjetas verde canario. Y cada cual servirá para simbolizar aprobación o desaprobación, de acuerdo con el tipo de ciudadano al que usted pertenece. Así, la tarjeta (A) de color verde canario corresponde al ciudadano Titán que es el que se esfuerza por conquistar la ciudad soñada y contagia a los demás de su entusiasmo por hacerla realidad [...] En cambio, a los ‘Guaches’ que no permiten que en la ciudad todo sea color de rosa porque invaden el espacio público, se montan en las cebras, botan la basura en las vías, etc., se les sacará la tarjeta B, de color rosado” (Marzo 26, 1995: 1D–2D).

⁶⁰ Cabe anotar que así como en los discursos de la calle en México, estudiados por Claudio Lomnitz (2000: 130), el refrán: “El que se enoja pierde” resume la interacción entre desconocidos, en Bogotá el refrán funciona de manera contraria: “el que pelca gana”.

⁶¹ El interés de las empresas privadas de la ciudad es canalizado a través de un proyecto especial que estuvo a cargo de Gabriel Gómez con el apoyo permanente de PAVCO, conocido como “Tú, Bogotá y yo”.

donde el Programa no visualizó el acierto e imprimió más de un millón y medio de tarjetas en sus dos versiones. La primera llevó el logotipo de las empresas privadas que la financiaron y la segunda incorporó en la imagen de aprobación el símbolo de 'Bogotá Coqueta' que fue desarrollado con base en la iconografía inicial. No existen mediciones sobre el aumento del gesto –sin tarjeta– de los ciudadanos durante este periodo. Pero en agosto de 1995 el 71.3% de los ciudadanos creían que la tarjeta era útil para mejorar la situación de tránsito⁶² Asimismo, el código icónico fue incorporado dentro de la prensa escrita como una viñeta que acompañó los artículos sobre el Programa y sobre el desempeño de los funcionarios locales y nacionales, lo que evidencia la acogida de este código como elemento regulador. La imagen de la mano aprobatoria cumplió con las funciones para las cuales se elaboró y en versión del ex director de comunicaciones del Programa es una síntesis de todos los aciertos y desaciertos que tuvimos, una síntesis de todo lo que la intuición nos indicó y todo lo que la teoría, la carencia nuestro conocimiento teórico nos aportaba.⁶³

Por su parte, la zanahoria como imagen y como sentido puso de presente comportamientos de los cuales se esperó inicialmente la autorregulación, pero estaban sujetos al cumplimiento de condiciones. Por ejemplo, la Administración Distrital en la primera semana del mes de diciembre de 1995 anunció que en caso de presentarse un solo niño quemado en las festividades navideñas prohibiría el uso de la pólvora. El 7 de diciembre se presentó el primer caso y se prohibió de manera indefinida la fabricación, venta y uso de pólvora en la ciudad. Al pasar de la regulación cultural a la legal, el tema ya se había introducido en la agenda de los medios y existía una argumentación pública sobre los motivos del conformismo esperado. Cuando las medidas legales se implementan es posible esperar que los sujetos tengan las motivaciones necesarias para su adhesión racional y acatar la normatividad. Este proceso se tradujo en logros reales: entre diciembre de 1994 y 1997 se disminuyó en 68% el número de personas quemadas por pólvora y en 100% las muertes por la misma causa, así como la reducción de muertes violentas de 72 por cien mil a 51. Sin embargo, Rocío Londoño actual directora del IDCT, afirma que sobre la efectividad de estas medidas taxativas no se tienen datos reales en términos de autorregulación debido a que su cumplimiento está regido por el sistema legal⁶⁴ Asimismo el cierre de los lugares noc-

⁶² Información publicada en el diario *El Tiempo* con base en la encuesta realizada a 1 042 personas por Yankelovich Associates Asociados para evaluar el proceso de apropiación de las tarjetas.

⁶³ Entrevista realizada en Bogotá mayo del 2001

⁶⁴ Entrevista realizada en Bogotá mayo del 2001

turnos y del expendio de alcohol propició el surgimiento de establecimientos ilegales de los cuales el Observatorio no realizó una medición sistemática⁶⁵

En este contexto es plausible afirmar que las medidas asociadas a la zanahoria implicaron conformismo al elevar los umbrales comunicativos de reconocimiento simbólico e intervinieron en las competencias ejecutiva, pragmática y sociocultural de los bogotanos, quienes consideraron en un 86% que estas medidas disminuyeron la violencia en la capital (Centro Nacional de Consultoría 1998) Un dato importante es que en diciembre de 1996 y 1997, los diarios estaban publicando las medidas zanahorias y los indicadores de resultado. Asimismo la Administración siguiente le dio continuidad con el proyecto 'Rumba sana' En este sentido se podría afirmar que la 'Ley zanahoria' propició procesos de adhesión e internalización de reglas

3 2 4 Mimos y fanfarrias la intervención lúdico-pedagógica

La intervención de los mimos para regular un comportamiento de tránsito en el espacio público urbano de Bogotá, no es reductible a una visión en donde se cree que ellos "controlaban el tránsito" o suplían a las funciones de la autoridad (Mockus, 1999) Acudiendo a Maffesoli (1988) estas acciones apelaron a otras dimensiones de la vida social –sensible o táctil- donde se funda el estar-juntos y surge lo divino La etimología de estética se refiere a "la facultad común de sentir o experimentar", a un presente vivido colectivamente y a un medio para reconocerse Lo propio del espectáculo es acentuar y asegurar la comunión, confortar el sentimiento que una sociedad tiene de sí misma La *communitas* sobrepasa el individuo y el aspecto utilitarista y funcionalista que prevalece en lo social Por esta vía remite a la socialidad, a las personas que juegan distintos papeles en el *theatrum mundi* Tendiendo un puente de Maffesoli a Halbwachs (1990), la imagen que un grupo social tiene de su ambiente, es fundamental para la idea que el grupo se forma de sí mismo Los espacios se tornan lugares por la puesta en horizonte de la memoria colectiva y es a través de ella que los lugares son habitables

La Bogotá de 1995 era comunicativamente inhóspita. Con la peligrosidad del espacio público urbano por la inseguridad y la violencia, y las dificultades de circulación que le im-

⁶⁵ Para la formulación del proyecto 'Goce zanahorio' que formó parte del campo de acción de imagen de ciudad se solicitó esta información con insistencia pero el Observatorio no la levantó (Correspondencia interna del campo de acción 1996)

ponía la carencia de un sistema de transporte público acorde con el tamaño de la ciudad; disfrutar de Bogotá se reducía a las ciclovias de los domingos, a los paseos por los centros comerciales, al Festival Iberoamericano de Teatro cada dos años y a unos cuantos eventos más. La oferta cultural de la ciudad estaba fundamentalmente en manos privadas y no existía lo que hoy se conoce como el Sistema Distrital de Parques. Las áreas verdes estaban en su mayoría abandonadas o descuidadas. Bogotá resumía –como otras capitales del continente– tendencias comunicativas que la convertían en un territorio del desencuentro. En este contexto, las intervenciones lúdicas en el espacio público urbano fueron una forma de construir acontecimientos para los medios y, por esta vía, hechos para los ciudadanos. Hacer visible un comportamiento por esta vía permitió introducir en las rutinas cotidianas de los grupos de población que vivían directamente la experiencia, la posibilidad de cruzar una frontera o un umbral, en donde la intensa condición ordinaria de lo cotidiano se reemplaza por un tipo diferente de intensidad (Silverstone, 1994: 278). Una intensidad que revitalizó la *communitas* y brindó elementos para sumergir en la memoria colectiva una percepción renovada de la socialidad.

Como la describe Martín Barbero “esa focalización de la cultura ciudadana llevó a los artistas y a otros creadores culturales a repensar su propio trabajo a la luz de ser ciudadanos como algo que informaba su vida cotidiana, y desde ahí el sentido de su creación”. En esta lógica, las prácticas estético–expresivas fueron modos de recobrar memorias o tejer lazos de pertenencia con el territorio y por esta vía rehacer las identidades (Martín Barbero, 1998c: 208). Sin embargo de las posibilidades de comunión que brinda la estética se pasó muy rápidamente a una visión didactizante del arte (Quintero, 2001)⁶⁶. Las estrategias de comunicación que se diseñaron hasta septiembre de 1996 incorporaron diferentes tipos de arte urbano y tradicional. Narración oral y generación por esta vía de rumores sobre la ciudad y la vida urbana. Trovadores en las terminales de autobuses para sensibilizar a conductores. Marcación del espacio público con murales y fotografías ampliadas al tamaño de la ciudad. Puestas en escena que permitían atravesar el umbral de lo cotidiano: una culebra enorme que se desplazaba por la ciudad, bailarines en las cebras, damas antiguas que como remembranza caminaban por el centro de Bogotá. Acciones que sorprendían al transeúnte y lo convocaban a reflexionar sobre el entorno urbano, generando intensidades espacio–temporalmente localizadas y extraordinarias (Huizinga: 1943: 31). Imágenes que

⁶⁶ Juan Carlos Quintero es un filósofo dedicado a la comunicación como ejercicio profesional. Trabajó con cultura ciudadana en el área de espacio público. Esta afirmación que realizó en la entrevista resume la percepción del equipo de comunicación sobre el uso de intervenciones lúdico–pedagógicas en el espacio público urbano (Bogotá, mayo del 2001).

se instalaron de una u otra forma en el imaginario⁶⁷ y la memoria colectiva. Pero con el propósito de facilitar los mecanismos de contratación y ejecución, los directivos incorporan al Programa de Cultura Ciudadana un grupo de lúdica permanente, conformado por 40 actores de teatro callejero y 100 policías bachilleres que fueron capacitados en malabares, zancos, manejo de banderas, etc para acompañar los procesos lúdicos

A partir de este momento las formas de intervención se convierten en una especie de receta. La participación de este grupo en cualquier proyecto sin distinción o intencionalidad fue obligatoria y en versión del equipo de comunicación problemática. Los actores repetían una y otra vez fanfarrias musicales y actuaciones, independientemente de los comportamientos que estuvieran en juego o de los objetivos que se persiguieran con la intervención. Además como se mencionó arriba el éxito de la puesta en escena de los mimos le otorgó demasiada confianza a este tipo de acciones sin tener en cuenta que los comportamientos de tránsito, por ejemplo, son simples y concretos para ser comunicados a través de este recurso. Pero extrapolar estas acciones para generar procesos de discusión racionales sobre reglas de convivencia o mostrar comportamientos más complejos exige una labor que desborda esta alternativa, en particular si se la asume mecánicamente⁶⁸.

Otro asunto que no es menor fue la insistencia del equipo de comunicación para orientar las actividades de este grupo a la actuación de comportamientos de uso adecuado del espacio público⁶⁹, minimizando la potencialidad de la estética para que los ciudadanos se reconozcan en el territorio urbano a través de un presente vivido colectivamente. Este afán pedagógico fue contraproducente con las alternativas que ofrece el arte, la estética y la lúdica para transformar la vida urbana e intervenir en la vida cotidiana de los habitantes de Bogotá. En este escenario contradictorio, sin embargo, no se puede afirmar que la lúdica y la estética no contribuyeron con el logro de objetivos. Por el contrario, el elemento lúdico para mejorar las condiciones de interacción entre los ciudadanos y de ellos con el espacio público urbano, estructuró y posibilitó la consecución de resultados de Cultura

⁶⁷ Lo imaginario se comprende como "un laberinto dentro del cual nada se distancia de nosotros: en donde cada recorrido nos regresa a una vivencia personal, que a su vez es también colectiva y en parte inconsciente. Laberinto en donde continuamente nos reflejamos y construimos nuestra identidad como individuos, como seres colectivos e históricos y finalmente como especie. Un laberinto de espejos míticos, de imágenes fantasmáticas que nos reflejan: imágenes que reconstruimos en nuestro recorrido vivencial, las cuales dan significación (calor, sustancia) a lo real". Citado por Winocur (1998: 151) de Posani (1993: 7)

⁶⁸ Esta es la crítica central que Jorge Camacho, quien fue comunicador encargado del campo de acción de Seguridad y Convivencia realiza a este tipo de procesos, que también es formulada por Gómez (Ver anexo 3)

⁶⁹ Esta afirmación fue expresada por la mayoría de los entrevistados (Bogotá, mayo del 2001)

Ciudadana y contribuyó con la generación de las alternativas comunicativas para intervenir en la vida cotidiana de los bogotanos

3.3. TRAYECTOS COMUNICATIVOS DE CULTURA CIUDADANA EN BOGOTÁ: ARTICULAR LAS DIFERENCIAS

Antes de iniciar un recorrido por los trayectos comunicativos de Cultura Ciudadana es necesario hacer referencia a los grupos de población que fueron más receptivos al Programa, por cuanto constituyen los sectores sociales que se configuraron como públicos de los procesos comunicativos emprendidos. El Programa de Cultura Ciudadana no fue diseñado para un grupo de población específico, pero la recepción fue mejor entre los sectores medios particularmente entre estudiantes, empleados, profesionales y personas ubicadas en los estratos socioeconómicos 3 y 4, que según el Departamento Administrativo de Planeación Distrital representan cerca del 50% de la población de Bogotá⁷⁰. Esta recepción de los grupos de población se relaciona según Espinel, con la sensibilidad de estos sectores a estrategias y controles simbólicos por la movilidad socioespacial –de clase y urbanística- que tienen y a que los contextos urbanos que usan estos sectores están mejor adecuados (Espinel, 1996c: 13). Otro aspecto que contribuye a determinar la recepción de los procesos de comunicación es que al finalizar el Programa el 47% de los ciudadanos cree que puede hacer algo por la ciudad y que la ciudad puede mejorar, mientras que el 43% restante son indiferentes frente a los problemas de Bogotá o creen que las cosas no van a cambiar y que no sirve de mucho hacer algo por la ciudad (Espinel, 1998b: 2). Aunque no existe un estudio estadístico que correlacione pertenencia a un estrato socioeconómico determinado y los sentimientos frente a la ciudad y lo que efectivamente se pueda hacer por ella, podría pensarse que existe una correlación entre la receptividad del Programa y la creencia de que la ciudad puede mejorar y que los ciudadanos pueden hacer algo por ella.

La generación de los procesos de comunicación en el Programa de Cultura Ciudadana pueden ubicarse en tres niveles. En el primero están circuitos urbanos de comunicación preexistentes en la ciudad que anteriormente no habían sido utilizados como canales públicos de manera formalizada. Aquí caben los radioteléfonos de los taxis, vehículos del

⁷⁰ Los estratos socioeconómicos de Bogotá en se clasifican del 1 al 6 donde 1 se refiere a pobreza extrema (Espinel 1996c: 13)

transporte público urbano, lugares de peregrinación religiosa a donde acuden las multitudes semana a semana, cruces de avenidas, corredores de alto tránsito donde circulan en medio de la congestión miles de personas o los mismos centros comerciales y lugares del ocio. En el siguiente se encuentran territorios creados para el encuentro ya sea por el aumento de la oferta cultural –los eventos ‘Al Parque’ o el Cumpleaños de la Ciudad- o aquellos que aludieron a la memoria colectiva –El Septimazo- en donde se logran contextos de alta densidad comunicativa y se activa la construcción del espacio público urbano como lugar para articular las diferencias. En el último nivel se ubican los circuitos de comunicación masiva –prensa, televisión y especialmente radio- propios de la ciudad mediatizada. Con base en esta distinción se iniciará el recorrido por los trayectos comunicativos de Cultura Ciudadana en Bogotá.

3 3 1 Circuitos de comunicación directa y uso adecuado del espacio público urbano

La estrategia general del Programa de Cultura Ciudadana, basada en las 3A: Adecuación de contextos, Autorregulación y Autoridad, es una traducción de los principios básicos de la Ingeniería de Transporte basada en las 3E: *Engineering, Education y Enforce*⁷¹. De esta visión –de la cual es posible comprender la insistencia permanente de Mockus de que el Programa tuviera ‘Ingenieros de la cultura’- se desprenden por lo menos dos asuntos centrales: de un lado, el esclarecimiento del deber ser de la gestión cultural pública, y de otro, la dificultad que los demás campos de acción del Programa tuvieron para adaptar esta estrategia. De forma tal que los procesos emprendidos en el marco del campo de acción de Tránsito y Transporte Masivo son los que representan logros significativos dentro del espectro de la autorregulación. En términos generales el uso adecuado del espacio público urbano se relacionó con tres factores centrales: el reconocimiento por parte de los actores sociales de una serie de normas asociadas a un contexto urbano determinado: la adecuación o el ajuste de los comportamientos a cada contexto y la influencia que ejerce la pertenencia a una comunidad para el reconocimiento y ajuste de los comportamientos por parte de los ciudadanos en los diversos contextos urbanos.

Con base en estos factores y en la formulación y ejecución de las estrategias de comunicación es posible deducir que éstos implicaron: la generación una versión de la norma (el

⁷¹ Información recabada a partir del documento ‘Resumen Ejecutivo del campo de acción de Tránsito y Transporte Masivo’ (Bocarejo 1995: 1) y de las entrevistas con Gabriel Gómez y Paul Bromberg (Bogotá mayo del 2001)

enunciado), una adecuación simbólica del espacio público urbano (la visibilidad) y la definición de grupos de población que deberían reconocer la norma y el contexto (los públicos) Propiciar la visibilidad de los contextos y los comportamientos asociados a cada contexto implicó la definición de microcircuitos culturales de intervención en los cuales se organizan los pequeños mundos de sentido y se generan las interacciones entre desconocidos Estos microcircuitos se definieron tanto por el comportamiento que buscó transformar (cebras, paraderos u ordenamiento de ventas ambulantes) como por los temas que la agenda de la ciudad le imponía a la misma Administración (taxis y ahorro de agua).

La puesta en horizonte de los circuitos de comunicación directa puede comprenderse a partir de la importancia que cobran los rasgos que definen las interacciones cotidianas entre desconocidos. En el espacio público urbano más que la alteridad radical que se ubica en la introducción de un extraño en el micro cosmos cerrado de las culturas tradicionales (Cruces, 1998: 63) el encuentro se basa en la transformación de esa alteridad en simple anonimato donde la interacción que ocurre es difusa y en las prescripciones de identidad que le otorgan unos actores a otros en la interacción. La interacción difusa se traduce en una serie de gestos y señales que son comunicados entre individuos por el mero hecho de su copresencia en un contexto específico (Giddens, 1994: 105) Estos encuentros situados espacio temporalmente e incorporados por los actores como rutinas, llevan implícita una postura o una posición social e implican una identidad “que lleva consigo cierto espectro (por difusa que su especificación sea) de prerrogativas y obligaciones que un actor a quien se concede esa identidad (o que es un ‘depositario’ de esa posición) puede activar o poner en practica: esas prerrogativas y obligaciones constituyen las prescripciones del rol asociadas a esa posición” (Giddens, 1994: 117)

Para propiciar la autorregulación es plausible afirmar a partir de los datos disponibles que se verán a continuación que las estrategias de comunicación no sólo deberían enunciar las normas, hacer visibles los contextos y determinar los públicos; sino construir guiones o repertorios que mediaran la interacción –las mediaciones cognoscitivas- e intervenir en las prerrogativas de identidad asociadas a los actores sociales implicados en el proceso. Cabe destacar que las interacciones en Bogotá se basan menos en la desatención cortés, en donde cada quien mantiene los límites de su esfera personal a partir de rutinas cortesés

(Cruces, 1998: 63), y más en una especie de agresividad preventiva⁷², consecuencia de estas prerrogativas pero también de la des-espacialización como la experiencia cotidiana del desarraigo en la ciudad y como fuente de la angustia cultural y pauperización psíquica de sus habitantes. Como la describe Martín Barbero (1996b: 18): “la fuente más secreta y cierta de la agresividad de todos”. Como ejemplos de la puesta en juego de estos circuitos de comunicación directa se hará referencia a proyectos relacionados especial pero no únicamente con el campo de acción de tránsito y transporte masivo.

El sistema de transporte colectivo de Bogotá es uno de los más caóticos y desordenados de la región (Espinel, 1998b: 7)⁷³. Taxis y autobuses son lugares donde se dan una profusión de interacciones del conductor con los pasajeros, otros conductores y el espacio público urbano. Del diseño de las estrategias de comunicación se deduce que se tuvo en cuenta que estos vehículos no sólo son medios de producción sino de habitabilidad porque el conductor permanece dentro de ellos un promedio de 10 a 14 horas diarias⁷⁴. Y como señala De Certeau sólo se habitan lugares encantados (2000: 121). De forma tal que el conductor encanta su espacio con la emisora o la música que escucha y con los objetos que se convierten en señales y códigos de reconocimiento de su identidad (Martín Barbero, 1987b: 99). Asimismo tienen rutinas y hábitos de movilidad por la ciudad, de preferencias sobre calles y avenidas, de interacción con los pasajeros y los demás conductores. De la ‘guerra del centavo’ que viven cotidianamente mientras conducen pasan a la *experiencia del otro* (Maffesoli, 1988: 134) en los lavaderos de autos, terminales de buses y cafeterías. En este contexto se presentan dos escenarios diferentes para la intervención: el vehículo como lugar de trabajo y habitabilidad y los lugares de encuentro y esparcimiento.

⁷² Como ejemplo el 8 de mayo de 1995 la sección de humor de la Revista *Cambio 16* publicó un artículo llamado ‘Sea usted un ciudadano ejemplar’ en donde se hace un listado de los accesorios que se necesitaban para conducir en Bogotá y que serían reemplazados por la Tarjeta ciudadana, entre los que cabe mencionar: Crucecita estrella de cuatro puntas para defenderse de los choferes del transporte público; varilla de hierro reforzado para vengarse de los conductores mal educados; extintor inservible con líquido seco para descalabrar a taxistas igualados (Cambio 16, no. 100, 114). Aunque el listado es más largo y aparezca en una sección de humor no dista mucho de las confrontaciones agresivas que se daban en el tránsito de Bogotá en aquellos años.

⁷³ Las deficiencias del servicio se relacionan con el sistema de rutas y tarifas, la multiplicidad de modalidades de transporte, los costos de operación, la estructura empresarial y los procedimientos de control y regulación. A pesar de la precariedad global del sistema, en 1997 se realizaban un promedio de 4 millones de viajes diarios, con el 20% del parque automotor de la ciudad, por lo que es un sistema altamente funcional en términos del número de viajes y desplazamientos. Pero la conflictividad del sistema se relaciona con la preeminencia de comportamientos que privilegian el beneficio individual sobre el colectivo (Espinel, 1998b: 7).

⁷⁴ Información suministrada por Harold Sarmiento encargado de las comunicaciones del campo de acción de Tránsito y Transporte (Bogotá, mayo del 2001).

En términos de autorregulación se esperaría que los conductores adecuaran sus comportamientos al espacio público urbano aumentando la proporción que respeta las señales de tránsito (semáforos, cebras, paraderos, etc.) En este espectro la labor que adelantó el Programa con respecto a los taxistas es uno de los proyectos de mayor recordación y logros de autorregulación. El proyecto surge en la coyuntura de la negociación anual de las primas de Navidad en 1995, cuando Mockus condiciona el aumento de tarifas a la autorregulación. El microcircuitado de comunicación directa a través del cual se regula el comportamiento de los conductores es el radioteléfono, por cuanto es un medio que garantiza tanto las fuentes de trabajo a los conductores y la interacción continua durante la jornada con sus compañeros de trabajo, familiares y amigos; como la seguridad del taxista. En aquella época 20 000 de los 25 000 taxis que tenía Bogotá contaban con radioteléfono y las empresas podían desactivarlo en caso de denuncias telefónicas de los usuarios. Por lo que inicialmente la estrategia combinó autorregulación y el ejercicio de la autoridad a través de canales privados, la cual se facilitó, entre otros, por el interés de las empresas de taxis de la ciudad en mejorar su servicio.

Este proyecto que se denominó los Caballeros de la cebra⁷⁵, conjugó en su enunciado un referente que incorpora tanto una búsqueda en la transformación de las prerrogativas de identidad (Caballeros), como el respeto a las normas de tránsito (de la cebra). Cuando el ex alcalde Bromberg se refiere a que los conductores eran 'enemigos públicos'⁷⁶ (Bogotá, mayo del 2001) resume una prerrogativa desde donde los habitantes de la ciudad interpretaban la identidad de quienes se dedican a esta labor, de ahí la importancia de construir un universo de sentido que desde su formulación implicara la adhesión racional de los mejores taxistas y a través de ellos movilizar los cambios esperados. Los comportamientos que se deberían transformar se determinaron sobre la base de un estudio estandarizado de encuestas que realizó el Observatorio de Cultura Urbana y una línea telefónica abierta a la ciudadanía, en donde se concluyó que la interacción taxista-usuario era determinante para mejorar el servicio. De esta forma los actores implicados en la interacción deseaban cambiar el repertorio de la interacción que ocurría entre ellos y en este sentido la comunicación se convierte en una herramienta para mediar dicha relación.

⁷⁵ Información recabada en los diarios *El Espectador* y *El Tiempo*, en la entrevista realizada con Harold Sarmiento, en cargo del proyecto (Bogotá, mayo del 2001) y en los documentos de gestión del mismo (IDCT 1996a, 1996b, 1997).

⁷⁶ Hay una carencia de estudios sobre estas prerrogativas en el caso particular de los conductores pero con base en artículos de prensa es plausible afirmar que la aseveración de Bromberg resume un juicio previo generalizado.

Sobre esta base se enuncian seis comportamientos a transformar: saludar con cortesía; acordar la ruta; cobrar únicamente lo que indique el taxímetro; llevar cambio o redondear el costo de común acuerdo; no pedirle imposibles al taxista cuando hay congestiones de tráfico, y finalmente, andar sin afanes y no afanar al conductor (estas frases se enuncian en la primera persona del plural) La imagen del proyecto se elaboró con base en un rasgo constitutivo de la identidad de los taxistas, la costumbre de adornar o en su jerga 'engallar' los autos que son todos de color amarillo: les ponen luces exploradoras, ubican objetos en el espejo, avisos con el nombre del auto o del equipo de fútbol del que son seguidores, consolas con la virgen o el Divino Niño, entre otros. Estos objetos y marcaciones fueron el punto de partida para diseñar y entregarles un *kit* que les diera identidad y visibilidad (adecuación simbólica) a los taxis que formaron parte de los Caballeros de la Cebra: calcomanías en blanco y negro para el panorámico y el baúl del auto, una cebrilla de plástico para el espejo retrovisor, dos tarjetas ciudadanas y dos tarjetas de compromiso entre usuario y taxista. Además se ubicaron trovadores y narradores urbanos en las cafeterías y lavaderos de autos que son los lugares de encuentro de los taxistas de la ciudad. Esta intervención lúdica tuvo por objeto involucrar a los taxistas en el proyecto, animar los tiempos de esparcimiento y transformar la relación de los conductores con la ciudad y la Administración.

El 14 de julio de 1996 se otorgó el título de 'Caballero de la cebrilla' a los primeros 200 taxistas escogidos por la ciudadanía como los más respetuosos de la vía y los usuarios, momento en el cual ya participan 4 800 conductores. El 21 de julio de ese año se realizó una carrera de observación con 2 000 taxistas, en donde se puso en escena el cumplimiento de normas de tránsito y el pacto de convivencia. En 1997 se vinculan las empresas Móvil y Shell, ofreciendo cursos gratuitos en gerencia microempresarial. A fines de ese año, el 68% de los conductores de la ciudad –unos 41 000 taxistas– ya habían asistido (Espinel 1998b: 14). En términos comunicativos acudir a los lugares de interacción (el taxi, la cafetería, el lavadero), acompañarlo de una línea directa de comunicación (radioteléfono para conductores y teléfono para usuarios), generar incentivos sobre el grupo de población ejemplar y propiciar una gestión directa con empresas privadas que apoyaran el proceso, significó transformar la imagen global de los taxistas. En enero de 1996 sólo el 20% de los ciudadanos la consideraba positiva y en diciembre de 1997, el porcentaje de cumplimiento de reglas en versión de los usuarios asciende al 59% (Espinel, 1998b: 17). Asimismo en la encuesta realizada por el Centro Nacional de Consultoría (1998) el 85% de las personas que

han utilizado taxis de los Caballeros de la Cebra, creen que los taxistas son más amables que quienes no pertenecen. La autorregulación y la transformación de las prerrogativas de identidad se da a partir de la exaltación de los actores ejemplarizantes que estaban en capacidad de convocar a otros y generar un entorno positivo y propositivo sobre su propia labor.

Con respecto a los conductores del transporte público colectivo el Programa no logra cumplir sus metas. El proyecto se localizó en la Calle 80 que es un corredor vial por el que confluyen diariamente 840 000 personas (Espinel, 1998b: 14). El proyecto que adoptó el nombre del corredor, consistía en convertir la Calle 80 en una troncal ejemplar para la ciudad a partir de la adecuación del contexto físico –mejoramiento de vías, ubicación de paraderos, señalización del corredor, organización de rutas- como condición previa para la autorregulación de los comportamientos: respeto a las señales de tránsito por parte de conductores, pasajeros y peatones. La estrategia incluyó una marcación del corredor vial con elementos comunicativos como pasacalles, vallas y pendones, calcomanías para los autobuses, demarcación de paraderos, así como trovadores en las terminales de transporte para sensibilizar a los conductores, obras de teatro en paraderos provisionales y narradores orales dentro de los autobuses que generaron rumores sobre el cambio. Dos elementos dificultaron la intervención: las condiciones del sistema de transporte colectivo donde las empresas funcionan por un esquema de filiación de dueños, lo que implica baja cohesión y decisiones que no son conjuntas⁷⁷; y la necesaria acción interinstitucional para la adecuación de contextos que no se logró, en un momento (noviembre de 1995) en el que el proceso de legitimación e institucionalización de Cultura Ciudadana era muy precario.

La intervención de Cultura Ciudadana en la Calle 80 fue considerada un fracaso por los medios, la Administración y los Concejales. Aunque en el mediano plazo se puso en funcionamiento el par vial del Barrio Quirigua, donde operan cerca de 75 000 vehículos/día (Espinel, 1998b: 15). Este cambio se había intentado en años anteriores, con una fuerte resistencia de la comunidad representada en movilizaciones y levantamientos urbanos. La

⁷⁷ Gabriel Gómez lo explica así: Bogotá no tiene empresas de transporte, tiene un sistema que alguien justificaba [] como un sistema típicamente colonial. El rey, el soberano le entrega a uno una carta para que explote el bien público para que cobre una aduana en un sitio. El Estado le entrega a una persona que dice que es gerente de una empresa de transportes el disfrute de un bien público que son las vías de la ciudad y reparte esas vías entre diez, quince, veinte gerentes. Esa empresa lo que tiene es afiliación de vehículos pero no son como tal más que afiliadoras de esos vehículos y no tienen autoridad gerencial sobre esos vehículos. El que tiene autoridad gerencial sobre ese vehículo es el dueño que puede ser su conductor o el que le paga al arrendatario del vehículo []. Y la llamada gerencia de la empresa no tiene ninguna capacidad de control de servicio, etc. es el problema serio y por eso la estrategia no tenía cómo funcionar con ellos" (Bogotá, mayo del 2001).

aceptación de los actores implicados: líderes comunales, transportadores, comerciantes y habitantes del sector, se convierte en un logro en el nivel de las mediaciones institucionales, en donde se legitiman las acciones y se dan los procesos de apropiación-resistencia. Sin embargo, el trabajo con los conductores de transporte colectivo no dio resultados aunque se formaron 24 000 personas en relaciones humanas y convivencia.

En la apelación a los microcircuitos culturales de la vida cotidiana urbana para el uso adecuado del espacio público caben también procesos como el de los mimos de la Calle 19, los Cruces Escolares o el del 20 de julio⁷⁸ que fue significativo en términos comunicativos pero del cual no se realizaron mediciones posteriores a la intervención. Los Cruces Escolares al igual que los Caballeros de la Cebrera son un desarrollo del comportamiento del respeto a las cebras, que en el fondo están enfocados al reconocimiento sociocultural del espacio del peatón en la ciudad. Competencia que se lograría a través de la autorregulación del comportamiento por parte de los conductores (competencia ejecutiva) y del uso de la cebrera por los peatones (competencia pragmática). Para lograr un impacto metropolitano se ubicaron microcircuitos que se reproducen por toda la ciudad y así establecer un mínimo de reglas de interacción cada vez que los actores se encuentran en el mismo contexto. El caso de los Cruces Escolares es ilustrativo, se trabajó en 530 entornos escolares caracterizados por una alta circulación de peatones y vehículos, que no tuvieran puentes peatonales⁷⁹. Se capacitaron 10 000 estudiantes de secundaria como patrulleros escolares y 250 padres de familia para conformar patrullas en escuelas de básica primaria y preescolares. Se realizó una inversión conjunta entre la Secretaría de Tránsito y Cultura Ciudadana para la señalización de las vías, los uniformes de las patrullas y los elementos necesarios para el control del tráfico, entre otros la participación de actividades lúdicas. El proyecto afectó cerca de 410 000 alumnos de la ciudad (Espinel, 1998b: 14).

Un ejemplo relacionado con los vendedores ambulantes es el del 20 de Julio. Allí está ubicada la Iglesia del Divino Niño, un icono religioso en torno al cual se movilizan creyentes de todo el país. Cada fin de semana confluyen cerca de 300 000 personas y existen 1000 puestos de venta ambulante localizados en la calle que conduce a la Iglesia. La estrategia que se diseñó para intervenir durante cuatro fines de semana, partió de la organización de estos puestos y trabajó cuatro comportamientos: no exceder el espacio de cada puesto;

⁷⁸ El 20 de Julio es un barrio-colonia de Bogotá.

⁷⁹ Entrevista realizada con Harold Samiento, comunicador y gerente del campo de Tránsito y transporte (Bogotá, mayo del 2001).



veredas libres de ventas ambulantes; no arrojar papeles a la calle y bajar el volumen de los sonidos ubicados en el espacio público. La adecuación de contextos implicó la ubicación de botes para la basura, la marcación visible del espacio de cada puesto, camisetas para los ambulantes y una delimitación del espacio con pendones, carteles y pasacalles. La coordinación interinstitucional y la concertación con los diferentes actores para la reorganización de la calle fue determinante en la estrategia. Lo destacable del proceso fue el pacto de convivencia firmado por las autoridades eclesiásticas y civiles, la autorización del Obispo para utilizar la imagen del Divino Niño en las diversas piezas comunicativas que formaron parte de la estrategia y la incorporación dentro de la homilía de un discurso relacionado con la autorregulación esperada por parte de los visitantes al templo.

En términos globales la enunciación de los comportamientos para el uso adecuado del espacio público se caracterizó por acudir a frases que no exhortaron ni fueron imperativas. El uso de la primera persona del plural –nosotros- lleva implícito que todo cambio no es sólo responsabilidad de un ciudadano abstracto –usted- sino de un todos que forma comunidad. Tampoco eran impersonales: ‘por un medio ambiente sano’ o ‘calles limpias’. Los enunciados fueron concretos con respecto a la acción: ‘saludemos’ o ‘acordemos la ruta’. No proponían lemas frecuentes en publicidad urbana: ‘pórtese bien’ o ‘cuide la ciudad’. Por tanto la puesta en horizonte de los significados que se buscaron movilizar apelaron a la función de auto o heterorregulación (o control), cuyo propósito es conseguir un objetivo concreto (Ricci y Zani, 1990: 64)⁸⁰. Con respecto a las imágenes diseñadas para cada proyecto, llama la atención las cebras de los taxistas por cuanto en términos publicitarios se codificó un enunciado icónico por metonimia doble (Eco, 1999: 258), es decir se nombró la señal por medio del animal y el animal por medio de la señal, estableciendo identidad entre ambos y una relación de implicación: llevar una cebra en el taxi connota respeto de la señal convencional y a una serie de normas asociadas a unas prerrogativas de identidad. La imagen de la cebra contribuyó a consolidar el universo simbólico para la regulación cultural. Los demás proyectos no lograron una codificación visual fuerte, salvo en el caso del Divino Niño donde se acude a una iconografía clásica que remite a un significado convencional.

La introducción de estas estrategias de comunicación en los microcircuitos culturales que conforman la vida cotidiana tienen características similares. La intervención en lugares

⁸⁰ Los autores clasifican las funciones de la comunicación así: referencial, interpersonal, de auto y heterorregulación de coordinación de las secuencias interactivas y de metacomunicación (Ricci y Zani 1990, 57-73)

altamente localizados pero densamente comunicados por el número de personas de confluencia (Calle 80, Calle 19, Cruces Escolares, 20 de Julio) o por su visibilidad en el entorno urbano (taxis). La adecuación simbólica del contexto a través de la marcación de los lugares de intervención con elementos comunicativos, objetos y señales identificables –e incluso convencionales– por los actores implicados en el proceso de interacción. Enunciación de los comportamientos basada en las competencias ejecutiva (20 de Julio), pragmática (Calle 19) y sociocultural (Caballeros de la cebra), acordes con las situaciones sociales y con los contextos en donde estas competencias operan. Aprovechamiento de aspectos constitutivos de las identidades que participan en la interacción y de los lugares donde la *experiencia del otro* funda comunidad: marcar los taxis, ubicar trovadores o contar historias en las terminales de autobuses, cafeterías y lavaderos de autos. Estructuración de la interacción difusa evidenciando los guiones o repertorios que deberían incorporarse. Y finalmente, actuar sobre las prerrogativas de identidad a partir del reconocimiento social de los ciudadanos ejemplares, quienes se adherían rápidamente a las propuestas del Programa y que tenían la posibilidad de propiciar la vinculación de otros

3.3.2 Construcción de territorios simbólicos y disfrute del espacio público urbano

El espacio público urbano se convierte en lugar común a partir de la construcción concreta y simbólica del espacio, donde los individuos y las colectividades se identifican y reconocen (Augé, 1993: 55). Los lugares son territorios para la socialidad donde el acento está puesto en aquello que une: la memoria colectiva y la realización del ‘estar-juntos sin ocupaciones’ (Maffesoli, 1988). Para este sociólogo, lo que caracteriza la socialidad actual en las ciudades es su articulación a partir del entrecruzamiento flexible de una multiplicidad de circuitos y redes que puntúan la vida urbana. Es un tipo de relacionamiento provisional y tribal cuyas especificidades son la fluidez, las convocatorias puntuales y la dispersión. Aquí la comunidad se funda menos por un proyecto orientado hacia el futuro y más por “la realización *in actu* de la pulsión de estar-juntos” (Maffesoli 1998: 45). La constitución de lugares dentro de la ciudad para que emergiera esta socialidad fue uno de los aciertos de Cultura Ciudadana: la fiesta de la ciudad, los eventos ‘Al parque’ y los Septimazos son entre otros, territorios simbólicos que se construyeron provisionalmente y le permitieron a las colectividades y tribus urbanas convertir el espacio público urbano en lugares comunes.

Bogotá tenía una escasa tradición festiva. Antes del ‘Bogotazo’ se celebraba el carnaval estudiantil que tuvo su época de oro en la década de los 20 (Sánchez, 1998: 47). También

se realizaban desfiles militares, normalmente el 20 de julio –Día de la Independencia- o el 6 de agosto, con motivo de las inauguraciones de avenidas o construcciones. El calendario de la ciudad para 1995, contaba escasamente con algunas fiestas locales, las Ferias nacionales e internacionales realizadas en el recinto ferial metropolitano –CORFERIAS- y el Festival Iberoamericano de Teatro, de iniciativa privada pero con una gran vocación hacia el espacio público. En este año la Subdirección de Fomento y Desarrollo Cultural del IDCT, le dio curso a la propuesta de unos jóvenes aficionados al rock para realizar un evento metropolitano que convocara a grupos musicales urbanos. Esta iniciativa se convirtió en una política cultural que no sólo hizo posible ‘Rock al parque’, sino también Jazz, Salsa, Poesía y Opera ‘Al Parque’ o ‘Rap a La Torta’⁸¹ y otra serie de espectáculos públicos gratuitos en artes escénicas, danza, literatura y artes plásticas, que se definieron como ‘eventos en espacios no convencionales’. Gracias a la recuperación de los parques a cargo del Instituto Distrital de Recreación y Deporte, los eventos cuentan con escenarios apropiados para convocar públicos que no estaban habituados a frecuentarlos como los sectores medios de la población, o que estaban habituados como los sectores populares pero que no tenían alternativas de esparcimiento de este tipo. Incluso Opera al Parque convoca a las clases altas de la ciudad.

Pero sin duda es el Festival de Rock al Parque el que exige una aproximación en detalle porque generó procesos significativos en la comunicación entre extraños y la transformación de prerrogativas de identidad; el uso y disfrute adecuados del espacio público urbano y sobre todo en imagen de ciudad. Rock al parque es el evento gratuito más grande de América Latina por el número de grupos musicales que convoca (más de 40 nacionales e internacionales); la diversidad de géneros y subgéneros que incorpora y la multiplicidad de tribus urbanas que participan; la convocatoria pública para grupos aficionados con eliminatorias en vivo y jurados reconocidos; la duración del evento (3 días y 10 a 12 horas diarias de música en vivo); la capacidad de los dos escenarios donde se realiza (Parque Simón Bolívar: aforo para 230 000 espectadores y Media Torta: 12 000) y el número de asistentes que desde 1996 supera las 200 000 personas/día. Para la primera versión la policía se negó a dar el visto bueno para su realización y dejó constancia de que cualquier dificultad en seguridad que se presentara en el transcurso del evento no era su responsabilidad. Bogotá

⁸¹ La Media Torta es un escenario público ubicado en el centro de la ciudad que durante años se ha dedicado al fomento de la cultura popular y cuenta con un público consolidado. El Rap por ser una expresión de grupos marginales y por su alta asociación con pandillas y grupos de jóvenes dedicados a actividades ilegales exigía un escenario neutral por eso todo ocurre en el parque menos el Rap.

no contaba con públicos formados para eventos masivos. Una incipiente tradición en conciertos con deficientes condiciones técnicas y organizativas habían generado problemas de seguridad a gran escala⁸². Detrás de la negativa para realizar el evento aparece “el malentendido que asocia juventud con amenaza social, desviación y violencia” (Martín Barbero, 1998b: 22). La negativa de las autoridades se solventó con la propuesta de los mismos jóvenes de formar el grupo Fuerza de Paz para garantizar la seguridad y la logística del evento.

Con respecto a la comunicación entre extraños los procesos se orientaron a dos planos: una labor de gestión interinstitucional que permitiera resignificar las prerrogativas de identidad policías-jóvenes y jóvenes-jóvenes y un trabajo continuo dentro de los eventos para regular y cualificar la interacción entre grupos de identidad disímiles que asisten a los conciertos: diversas tribus urbanas y pandillas que generan su identidad a partir de una serie de comportamientos –agresivos (*heavy* o *punks*) o tranquilos (*Funk* o *progres*)- que necesitaban regulación. En la gestión interinstitucional la negativa de los cuerpos de seguridad se transformó por los resultados que arrojaron cada uno de los eventos: un número de heridos leves no superior a los 60 en cada espectáculo (el 0.03% de la asistencia total), daños menores en los alrededores a los escenarios y ningún muerto. Y se consolidó de tal forma que se creó un acuerdo en donde las instituciones pasaron de una visión basada en que los ‘jóvenes se portaran bien’ a otra en donde se consideró su derecho a disfrutar de la ciudad: la seguridad se convirtió en garante de la protección de cualquier ciudadano, en este caso de un joven, en el espacio público de la ciudad⁸³. En el plano de la comunicación entre los jóvenes se trataba de generar espacios internos de negociación y concertación para que no se agredieran entre ellos. Los grupos disímiles al encontrarse en un espacio en el que afirman sus propias identidades por diferenciación con las demás, generan bordes espacio temporales conflictivos entre ellos. Aquí Fuerza de paz, los artistas, la calidad de la puesta en escena (tarima, sonido y luces) y de la organización logística global, mediaron las relaciones entre ellos y convirtieron a Rock al Parque en un escenario de convivencia entre los diversos grupos.

⁸² Los dos conciertos son el de Guns and Roses en 1989 y el de la Fania en 1990. Los organizadores en las dos ocasiones vendieron más entradas que el aforo total del Estadio El Campín de Bogotá – un escenario para 45.000 personas (contando la cancha) inadecuado para este tipo de espectáculos por su acústica. En el primero cuando cerraron la puertas, quienes no pudieron ingresar incendiaron autos y lanzaron piedras a los ventanales de casas y comercio del sector. En el segundo los retrasos para dar inicio al concierto y un daño en el sonido, produjeron una turba que dejó daños de gran escala en los alrededores del Estadio. Este tipo de eventos quedaron prohibidos.

⁸³ Desde 1997 Bogotá cuenta con un comité interinstitucional para el manejo de la seguridad de eventos masivos metropolitanos en donde participan el IDCT, la Secretaría de Gobierno, la Dirección general de Prevención de Desastres, la Policía Metropolitana, el Cuerpo de Bomberos, entre otros y existe una reglamentación sobre los requerimientos mínimos para evitar y controlar las diferentes contingencias que se puedan generar en dichos eventos.

El proceso de consolidación de Fuerza de paz es un elemento que operó no sólo en el nivel de las mediaciones sino que se constituyó como una alternativa para ex pandilleros e incluso habitantes de la calle que encontraron en el grupo un *nosotros* que sirvió de argamasa y de articulación puntual con el resto del grupo social (Maffesoli, 1988: 133). Este grupo, que al comienzo contaba con 100 jóvenes y en 1997 podía movilizar hasta 1.400, manejaba los eventos con la lógica interna de una pandilla que se apropia de un territorio y pone las reglas de juego para los demás. Esta lógica permitió negociar los conflictos y agresiones entre jóvenes. Algunos de los comportamientos trabajados fueron: control estricto de ingreso de alcohol y drogas al evento e invitación a disminuir el consumo; en el pogo (slam) no tiro a matar; la novia al lado y no encima (para que todos pudieran ver los escenarios y evitar accidentes); a la salida nos vemos pero para saludarnos⁸⁴, entre otros. Las mediaciones institucionales operaron en diferentes niveles. Rock al parque se convirtió en un súper tema o tema generador por ser el evento metropolitano de mayor convocatoria y significación nacional e internacional. Las características del espectáculo lo convierten en una noticia que trasciende fronteras entre quienes comparten el rock como comunidad interpretativa y como grupo tribal. *MTV Latina*, *BBC* de Londres y *New York Times* desplazan equipos técnicos desde 1997 y a través de ellos circulan imágenes de la ciudad. El evento se legitima socialmente, a pesar de las resistencias iniciales. Las mediaciones de entorno operan en tanto los sujetos situados espacio-temporalmente se reconocen como parte de la ciudad y como parte de un grupo que se puede apropiarse de ella en espacios de proxemia, que garantizan su adscripción identitaria y el neotribalismo que representa.

La fiesta de Bogotá y el Septimazo son dos procesos que surgen simultáneamente. Durante 1995 el Programa había convocado expertos y organizadores de carnavales y fiestas urbanas de diferentes ciudades latinoamericanas y extranjeras con el propósito de generar un proceso similar en Bogotá. Pero las propuestas presentadas se concentraban en la idea de un desfile de artistas: comparsas y música y no se logró un consenso sobre un proceso que derivara en un carnaval urbano. Para el cumpleaños 458 de la ciudad, se lanzó la campaña Bogotá Coqueta, imaginario que se había trabajado desde enero de 1996. La polémica que había desatado en los medios la propuesta de Mockus de hacer de Bogotá una ciudad coqueta introdujo la imagen de la ciudad en la agenda urbana. El domingo 2 de

⁸⁴ La expresión "a la salida nos vemos" es utilizada como una invitación a pelear en un lugar diferente en el que se encuentran los sujetos en conflicto.

agosto Bogotá se levantó con 800 reguiletes gigantes, amarillos y rojos –del color de la bandera de la ciudad- que giraban con los vientos propios de la época. Parecía que fueran muchos más pero se colocaron en lugares estratégicos: cruces de grandes avenidas, corredores viales de alto tránsito o cerca de centros comerciales. Así “la coqueta cumpleañera se vistió de fiesta”⁸⁵

El 6 de agosto se realizó el primer ‘Septimazo’, nombre tradicional que le daban los cachacos⁸⁶ desde los años 20 al paseo por la Calle Real. Este nombre activó un conjunto de recuerdos en el filtro del presente (Halbwachs, 1990) y por esta vía actualizó la memoria colectiva. Pero este fue un Septimazo contemporáneo con 10 escenarios simultáneos, narración oral, teatro, comparsas, grupos musicales en vivo –desde rock y rap pasando por el bolero, la salsa y las rancheras mexicanas- *skaters* en pista, olores y sabores propios de la ciudad. La calle séptima se cerró provisionalmente para los transeúntes, desde la Plaza de Bolívar (El Zócalo de Bogotá) hasta el Parque Nacional, unas 30 cuadras. Se imprimieron 20 000 carteles alusivos, tamaño pliego y se ubicaron en las vitrinas de locales ubicados en centros y calles comerciales, cuyos administradores de los centros comerciales vieron una oportunidad de atraer público y se unieron a la celebración, realizando campañas relacionadas con el cumpleaños de la ciudad. En la mayoría de estos centros el Programa regaló flores a los bogotanos a cambio de un piropo para la ciudad. A raíz de la fiesta, el ‘Septimazo’ se convirtió en un proyecto de recuperación del centro histórico y de disfrute del espacio público. Entre 1996 y 1997 se realizaron un total de ocho Septimazos con motivos diferentes: el Día de la madre, Amor y amistad, la Noche de las velitas el 7 de diciembre, entre otros. Se buscó entregar el proyecto a la Asociación de Comerciantes del Centro, pero los costos y el despliegue logístico que exigía su mantenimiento lo hacen desaparecer. Hoy en día, la oferta cultural y deportiva de la ciudad se concentra para el mes de agosto, movilizandando más de un millón de personas que visitan los diferentes escenarios⁸⁷

⁸⁵ El Espectador. 6 de agosto de 1996. 1A

⁸⁶ El ‘cachaco’ es el nombre con el que llaman las personas de otras ciudades del país a los nacidos en Bogotá y su definición alude a personas cuyo carácter implica ‘chistes escogidos, ocurrencias afortunadas, elegancia en el vestir, maneras finas, aventuras galantes’. El cachaco también se asocia con ‘el hombre honrado, trabajador, de buenas maneras pero que no siempre se toma a sí mismo demasiado enserio’ (Citado por Silva, 1992: 17). Silva señala que el cachaco es un personaje imaginario que tiene valor del mito, es un modelo ejemplar de un comportamiento que hace alusión especial de los orígenes de un hecho humano (Silva, 1992: 163).

⁸⁷ Actualmente, para la fiesta de Bogotá se realiza el ‘Festival de verano’ con una oferta que incluye: festival de cometas; conciertos gratuitos en los parques con figuras nacionales e internacionales; competencias de ciclocross, motocross, esquí y otros deportes; juegos pirotécnicos, etc. Los escenarios son parques metropolitanos, plazas y lugares públicos.

En términos del proceso comunicativo la construcción de territorios simbólicos para la socialidad y el disfrute del espacio público urbano se realizó acudiendo a elementos ya presentes en los circuitos para uso adecuado del espacio público referidos en la sección anterior: marcación de los escenarios con elementos comunicativos visibles; uso de enunciados que intervinieran en las competencias comunicativas y el trabajo sobre las prerrogativas de identidad. Cabe destacar que en estos lugares –Rock Al Parque, Jazz al Parque, Noche de Paz Noche de rock, los Rap & Rolles o Rap a la Torta– emergen culturas subterráneas que hasta antes de abrir el espectro de las políticas culturales urbanas a otras expresiones eran invisibles y tenían una presencia marginal en la ciudad (Feixa Pampols, 1998: 83). El cumpleaños de la ciudad no era más que un día en que no se trabajaba y ahora forma parte de un calendario urbano que se aprovechó y se construyó con el fin de generar una relación entre las celebraciones particulares y un ambiente lúdico generalizado.

Lo que es propio de la fiesta y el festival, el juego, el teatro y la lúdica “es no ser tanto formas estructuradas sino estructurantes de la expresión”, donde se recogen acciones heterogéneas que desafían la distinción habitual entre el mundo real y el figurado (Cruces, 1998: 71). Permiten el cruce de un umbral casi imperceptible entre la vida cotidiana y una forma diferente de intensidad. La construcción de territorios simbólicos dentro de la ciudad se hizo ofreciendo momentos memorables para ser recordados por la colectividad que los vive y generando *lugares* para la sedimentación de la memoria, lo cual los hace habitables. La intensidad de la proxemia y las posibilidades del estar-juntos sin ocupaciones articularon las diferencias por efecto de la generación de territorios provisionales para el encuentro fluido y puntual de diversas tribus urbanas, asegurando a través de estos espectáculos el reconocimiento de las diferencias, de las identidades y la comunión colectiva.

3.3.3 De la calle a los medios: la ciudad como acontecimiento

Los habitantes de la ciudad se conectan con ella a través de los fragmentos de la ciudad que se lee, la que se escucha y la que se ve. Prensa, radio, televisión –y más recientemente internet y las nuevas tecnologías– constituyen una trama que media la relación de los ciudadanos con el lugar en el que viven, configuran de manera dislocada e incompleta la identidad de la ciudad como espacio imaginario. Los medios materializan una amplia gama de discursos sociales sobre la ciudad, recuperan y exponen formas colectivas de valorar, tematizar y jerarquizar lo urbano (Aguilar, 1998: 85). Ubicados en una frontera difusa entre lo privado y lo público, los medios se instalan en el centro del hogar, se juxtaponen y

entrecruzan con otras prácticas y hábitos de la vida cotidiana (Silverstone, 1994), pero a su vez son generadores de hábitos de consumo cultural, que se estructuran por los diferentes capitales simbólicos de los actores sociales (Bourdieu, 1972), convertidos por esta vía en consumidores (García Canclini, 1995)

En el uso de los circuitos mediáticos que realizó el Programa de Cultura Ciudadana es necesario distinguir dos procesos diferentes. Uno se refiere a la publicidad que pagó el Programa en los diferentes medios de comunicación. El otro se define por la presencia de las acciones de Cultura Ciudadana y de la ciudad en la agenda de los medios. Aunque en muchos casos este proceso fue correlativo: la compra de pauta en publicidad se revertía en canjes por información y aseguraba la incorporación de los proyectos dentro de la programación de los medios. Las labores de comunicación masiva contrario a lo que normalmente propone el marco de las campañas para el cambio social, no concentraron el proceso comunicativo en publicidad a través de medios masivos asunto que se relaciona con la resistencia de los directivos para invertir en este tipo de comunicación, lo que detuvo proyectos decisivos en el marco de la prioridad. Tal es el caso de los Semilleros de Convivencia donde se esperaba que la mayoría de los ciudadanos discutieran las reglas que rigen la vida urbana, como proceso previo para realizar un nuevo Código de Policía, entendido como un pacto de convivencia urbana. Este Código que no fue aprobado por el Concejo careció del reconocimiento ciudadano del proceso previo que se adelantó para su formulación y del significado que le subyacía porque requería de canales masivos para su consenso y aprobación.

La pauta en televisión fue mínima por razones que en versión de los comunicadores se relacionan con los altos costos económicos que representaba; porque no existían canales locales sino nacionales y los horarios de alto rating no garantizaban que los mensajes llegaran a quienes se dirigían y porque la creación de imágenes a partir de la incorporación de la lúdica y el arte, así como la marcación visible del espacio público urbano permitían a los noticieros de televisión, magazines y programas de opinión registrar visualmente los procesos de Cultura Ciudadana, generando un circuito que transitó de la calle a los medios. Es plausible afirmar que la producción permanente de imágenes que genera tanto el recurso lúdico; como elementos comunicativos que apelaron a iconos visualmente atractivos (cebras y taxis, por ejemplo) y la intervención en espacios de alta densidad comunicativa, facilitó su incorporación en el discurso audiovisual. La generación de territorios

simbólicos era por sí misma atractiva, en la primera Fiesta de Bogotá el Observatorio de Cultura Urbana calculó un aproximado de 300 000 personas que participaron en el evento y en los Septimazos siguientes la afluencia de público se calculó entre 20 000 y 30 000 personas en cada uno⁸⁸. Las garantías organizativas y logísticas de los espectáculos se tradujeron en un inicio puntual de las actividades que permitían el enlace en directo para los noticieros de televisión y el cubrimiento en directo de la radio

Con respecto a la radio, cabe mencionar que como medio y al igual que la televisión, no exige una atención permanente del receptor, pero a diferencia de otros medios se puede escuchar a lo largo del día en los diferentes contextos por los que se mueven los actores sociales en la ciudad: el hogar, el auto, el trabajo, la calle y hasta caminar con ella gracias a los desarrollos tecnológicos: del minitransistor al *walkman*. Winocur en su estudio sobre *Radio y Ciudadanos* (1998) señala rasgos constitutivos de este medio en el contexto urbano. La autora afirma que la radio no sólo entretiene, sino que se ocupa de tres temas cruciales de la vida urbana: la experiencia con el gobierno de la ciudad, las condiciones de vida y una diversidad de asuntos ligados al ámbito emotivo-privado. En su relación con los automovilistas, la radio orienta una programación específica para este grupo convertido en “una ‘tribu’ nómada imaginaria que se desplaza en la ‘selva’ del tráfico” y con su discurso dota de sentido la relación que el conductor establece con la ciudad (Winocur, 1998: 129)

La deslocalización de la radio en la trama urbana y su reterritorialización en los hábitos y prácticas de consumo cultural, la convierten en un medio idóneo para introducirse en la vida cotidiana de los ciudadanos. La modernidad incompleta Latinoamericana en donde las culturas orales se instalan en el centro de la experiencia de ser modernos hacen de la radio un medio constitutivo de la vida urbana contemporánea. Al informar permanentemente sobre el transcurrir de la vida en la ciudad seleccionado los hechos que serán convertidos en acontecimientos según el público al que se dirige, la radio mediatiza formas de ser y estar en la ciudad. La proliferación de emisoras y la diversificación de contenidos, se contrarresta con la segmentación de los públicos, que al configurarse como comunidades interpretativas orientan sus preferencias en el dial

Los propósitos del Programa hacían de la radio un medio de comunicación privilegiado para establecer una relación con los ciudadanos, convertidos en públicos objetivos de Cul-

⁸⁸ Documentos borrador del IDCI para la elaboración del libro *Cultura Ciudadana* (Alcaldía Mayor 1998)

tura Ciudadana Taxistas y conductores del transporte colectivo de la ciudad que establecen una relación diferente con los pasajeros, con los demás conductores y con el espacio público urbano; rockeros y raperos convocados por esta vía para habitar la ciudad; amas de casa y señoras del servicio doméstico que se convierten en un segmento fundamental para el ahorro del agua en un momento de emergencia urbana⁸⁹; ciudadanos que opinan sobre Bogotá Coqueta o son convocados al Septimazo de los abuelos. La radio movilizó contenidos no sólo por efecto de la pauta, sino que gracias a ella le abrió los micrófonos a los diferentes actores ejecutivos del Programa y por esta vía convirtió en noticia las diferentes acciones de Cultura Ciudadana. Los registros de las emisiones radiales no abarcan todo el espectro del dial por cuanto desbordaba las posibilidades de seguimiento, pero aquellos que se conservan permiten establecer que especialmente en el segundo y tercer año del Programa las menciones sobre las actividades y propuestas eran diarias (IDCT, 1998)

Muchos locutores, especialmente los que informan sobre el tránsito y la seguridad, se apropiaron de los contenidos referidos a la autorregulación. A estos periodistas no era necesario convencerlos o insistirles en que transmitieran la importancia de respetar las señales de tránsito o los guiones y repertorios que se construyeron para transformar interacciones y prerrogativas de identidad. En la operación de reducción de la complejidad, a través de la cual seleccionan algunos contenidos y omiten otros según esquemas cognoscitivos, ideológicos y afectivos (Winocur, 1998: 152. Basada en Eliseo Verón, 1987), el discurso propuesto por Cultura Ciudadana logró introducirse en el discurso radial, a partir de la idea de que la ciudad del terror y la ciudad invivible se pueden transformar por medio de un trabajo conjunto de los habitantes y las autoridades. Aunque por supuesto no todos los contenidos que circularon fueron positivos, especialmente en la fase de institucionalización del Programa; en aquellos casos en que los procesos de ejecución no conseguían los propósitos que habían sido dados a conocer previamente y en los acontecimientos negativos de la vida urbana, independientemente de si el Programa o la Administración respondieron o no a ellos de manera oportuna. Cabe resaltar que algunas emisoras radiales por su orientación política contraria a la propuesta de Mockus se consolidaron como claros escenarios de oposición a las actividades globales que realizó la Admi-

⁸⁹ La campaña de ahorro del agua durante una emergencia que vivió la ciudad en 1997 tuvo resultados significativos sin embargo no se tomó como referente porque se realizó a través de los mecanismos formales de las campañas para el cambio social las cuales han sido probadas y estudiadas por diversos autores (Ver Kotler y Roberto 1992 · Rice y Atkin 1996)

nistración en estos tres años. Tal es el caso de *La voz de Bogotá*, que pertenece a un político que se ha lanzado dos veces a la candidatura para la Alcaldía de la ciudad.

En la prensa escrita la publicidad y el trabajo informativo no se orientaron sólo a los diarios en los que tradicionalmente se pauta y que se planifican dentro del espectro de las comunicaciones públicas urbanas, sino que incluyó también la prensa amarilla como una posibilidad de llegar a otros grupos objetivos del Programa. Diarios tradicionales como *El Tiempo* y *El Espectador* son medios cuya población objetiva son los grupos de poder y los grupos que toman decisiones en la vida política, económica y social, local y nacional. A su vez son medios que generan noticias para otros medios, en tanto la radio lee los titulares de estos diarios y las principales noticias a las audiencias y la televisión le da cubrimiento a reportajes y análisis que allí se proponen (Gómez, mayo del 2001). Rasgos que obligan no sólo a orientar la pauta del Programa a estos dos diarios, sino a mantener una relación fluida y permanente con sus periodistas por cuanto son generadores de opinión que influyen en la agenda de los demás medios.

Estos diarios realizaron un registro permanente de la programación de eventos y actividades realizadas por el Programa en la sección 'Bogotá' del Diario *El Tiempo* y en la de 'Bogotá Metropolitana' de *El Espectador* que sólo se insertan para la circulación local. En algunos casos las imágenes que estaban transformando la vida cotidiana de la ciudad llegaron como fotografías a las primeras páginas: los Mimos de la calle 19, los Caballeros de la Cebra, Rock al Parque, los cumpleaños de Bogotá de 1996 y 1997, la Jornada de Vacunación contra la Violencia o las actividades de desarme voluntario. Incorporaron en su agenda al igual que la radio y la televisión el tema del transporte público urbano y la autorregulación de los comportamientos de tránsito; los contenidos asociados con la Zanahoria y sus correlativos, y discutieron abiertamente con la idea de Bogotá Coqueta, al comienzo para refutarla y luego para acogerla, en particular durante la celebración de la Fiesta de Bogotá en agosto de 1996. Aunque cabe resaltar que la coquetería llegó para quedarse porque apareció en las páginas de estos diarios hasta diciembre de 1997. Revistas como *Cambio* y *Semana* tienen un corte más político y allí tuvieron cabida artículos de Mockus y reflexiones relacionadas con la gestión pública de la ciudad. Algunos de los eventos fueron reseñados en la agenda cultural de estas revistas y el Programa insertó un fascículo a todo color dentro de la Revista *Semana* para el lanzamiento de la campaña Bogotá Coqueta.

La pauta en el Diario *El Espacio* –un periódico clasificado dentro del espectro de la prensa amarilla- es uno de los rasgos centrales de las estrategias de comunicación. Taxistas y conductores, peregrinos del 20 de julio, vendedores ambulantes y comerciantes de los sectores populares, todos ellos forman parte del público objetivo de un diario como *El Espacio* que escribe con tinta roja la ciudad y sus mitos. Aquí se publicaron avisos de media página que incluían la imagen de proyectos como los Caballeros de la Cebra, el 20 de Julio y la Calle 80, con los comportamientos que implicaba cada uno. En el caso particular del 20 de Julio pautar en este medio fue una forma de ejercer presión sobre los vendedores ambulantes y de generar un reconocimiento del proceso que se estaba adelantando⁹⁰. La pauta en este diario se acompañó con la elaboración de algunos crucigramas dirigidos a los conductores, los cuales aparecen semana a semana en la página central de este diario y que tienen una amplia acogida por parte de los lectores ya que implican premios y reconocimientos.

Sin embargo la utilización de los medios masivos para el uso y disfrute adecuados del espacio público fue muy restringido. Se le dio preferencia a productos publicitarios ubicados en los contextos de intervención. Con respecto a los eventos en el espacio público urbano, Gómez afirma que la publicidad realizada a través de los circuitos de comunicación masiva buscó más transformar la percepción de los ciudadanos sobre el entorno urbano que convocarlos a los eventos. Asunto que se puede sustentar con una investigación que en 1997 adelantó el Observatorio de Cultura Urbana sobre los hábitos de consumo cultural de los asistentes a los eventos organizados por la Subdirección de Fomento y Desarrollo Cultural del IDCI, en donde el 44% de los asistentes se enteró a través de comunicación oral (amigos y familiares). Seguido muy por debajo de las formas de convocatoria: la prensa escrita (15%); los carteles fijados en las calles (14%); la radio (8%); televisión (3%) y volantes (1%); el 16% restante afirmó que entró por casualidad, es decir pasaba por allí en el momento del evento (López Borbón, 1997: 107–108)⁹¹. En este panorama la publicidad se orientó a la construcción de una imagen de ciudad compartida.

3 3 4 Imagen de Ciudad: Bogotá como trasfondo de sentido

“Bogotá del terror. Bogotá invivible. Ciudad de atracos callejeros, de mendigos, de transeúntes armados, de congestiones sin solución, de basuras sin recoger. Bogotá discursiva

⁹⁰ Entrevista con Juan Carlos Quintero (Bogotá, mayo del 2001).

⁹¹ Esta investigación se realizó en 17 eventos de diferentes áreas y comprende un total de 5 831 encuestas cara a cara con muestra aleatoria simple. Su confiabilidad es del 95% y tiene un margen de error del 4.9% (López Borbón, 1997: 4).

enredada en el metarrelato del pánico, Bogotá de las referencias en el horizonte de la intolerancia y en la perspectiva del odio” (Pergolis, 1997: 30) El resumen de un imaginario sobre Bogotá, un rompecabezas de enunciados que la completan como territorio desencantado para sus habitantes. La ciudad que no se ve se imagina y un bogotano promedio en 1996 sólo conocía a lo largo de su vida el 10% del territorio urbano⁹². La reconstrucción de la labor que realizó el Programa de Cultura Ciudadana a través de los procesos comunicativos directos y con los medios masivos se puede resumir en una búsqueda por recuperar la ciudad vivible, la Bogotá sin miedo, la de los encuentros y los saludos. La ciudad, en términos de García Canclini, no sólo está hecha de procesos sociales sino de los imaginarios que cada grupo deposita en ella (1998b: 19) y en donde los medios de comunicación son generadores de ese rompecabezas incompleto y dislocado que cada grupo completa según sus expectativas y carencias

En un estudio realizado por el Observatorio de Cultura Urbana en 1998 sobre la formación de la imagen de la ciudad en la prensa escrita, se parte del presupuesto que la imagen que una sociedad tiene de sí misma está determinada en buena medida por la forma como los medios divulgan los sucesos que ocurren en ella y esta información, a su vez, está determinada por la forma en que la imagen preexistente de esa sociedad influye en los productores de información noticiosa –organizaciones e individuos- como en los receptores de esa información (Rueda, 1998: 3) En las conclusiones se muestra que a diferencia de los registros que se hacían de la ciudad, a partir de 1996 las informaciones sobre eventos y espectáculos proyectan una imagen positiva de la ciudad que permite percibir a Bogotá como una ciudad atractiva. Caso similar ocurre con las informaciones sobre recreación y deporte donde Bogotá se presenta como “una ciudad en mejoramiento” y se hace una clara distinción entre la gestión administrativa y la ciudad. Mientras que en las columnas –firmadas o no- que se refieren a temas electorales o políticos, la imagen es imprecisa y Bogotá tiende a ser percibida como una ciudad angustiante y catastrófica (Rueda, 1998b: 40) Esta transformación sobre el registro urbano de la ciudad se puede relacionar con la labor directa que se realizó con los periodistas de la prensa escrita como público objetivo de los procesos comunicativos del Programa, en donde se buscó transformar la imagen de la ciudad porque ella no podía configurarse sólo como el telón negro de fondo que acompañaba los acontecimientos urbanos

⁹² Afirmación realizada por Manuel Espinel con base en los estudios previos del Observatorio de Cultura Urbana en la reunión de conformación del campo de acción de Imagen de Ciudad en 1996

En versión del arquitecto y planificador Juan Carlos Pergolis (1997: 24) la diferencia conceptual entre el Plan 'Formar Ciudad' y los anteriores planes para la ciudad radica en que no se le otorga a las formas físicas ni a las zonificaciones, perímetros, ejes y "todo aquello que se expresa en abstractas manchas de colores sobre planos" la posibilidad de formar ciudad, a través de la insistencia en el 'significado de las formas'. Contrario a esto la actuación sobre la cultura ciudadana implicó una intervención en el lugar donde surgen las imágenes que le dan el sentido o el no-sentido a la ciudad. Por esta vía las relaciones entre el ciudadano y la ciudad se articularon a partir de las infinitas tensiones que actúan entre los múltiples planos de la cultura, cuya coincidencia o divergencia produce la imagen urbana. La comunidad interioriza imágenes y no formas, es decir representaciones y percepciones que a través del acontecimiento –concursos de arte, eventos musicales, recorridos- generan sentido y "a través de él, ciudad y habitante se fusionan, convirtiendo a este último en ciudadano, en alguien cuyo deseo satisfecho le permite sentirse parte de la ciudad, compartiendo sus imágenes, es decir, compartiendo una representación común" (Pergolis, 1997: 30)

El énfasis en la imagen de la ciudad no sólo se logró a través de la construcción de lugares para la comunión o al recurso del arte como una alternativa para intervenir en la vida cotidiana de sus habitantes. Si Bogotá era comunicativamente inhóspita es también porque hasta 1995 la ciudad no se había propuesto como territorio de comunicación e interacción. Además en ese momento no se había calculado, por ejemplo, cuánto de la imagen de una ciudad puede pasar por un servicio como el de taxis. Retrospectivamente uno de los asuntos que influye en esta imagen fue Bogotá Coqueta. Porque detrás de esta propuesta estaba la idea de que la ciudad como las personas puede ser atractiva, aunque tenga defectos. La personificación de la ciudad como una mujer y la discusión que se desató en los medios, propició que en el mediano plazo periodistas y ciudadanos buscaran aspectos amables de la ciudad en la que viven. En la radio la elaboración de piropos para la ciudad fue uno de temas que divirtió a los oyentes pero que también los hizo mirar por la ventana y encontrar la otra ciudad. Sin embargo, es imposible determinar cuál aspecto influyó más que otros para que en 1998 el 67% de los ciudadanos consideraran que Bogotá es un buen

sitio para vivir (CIMA, 1998: 2) Quedan muchos fragmentos de acciones organizadas en una política cultural que al final hizo una “Bogotá Coqueta con lunares y con pecas”⁹³

⁹³ Piropo ganador en el concurso del cumpleaños 458 de la ciudad

CONCLUSIONES: APROXIMACIÓN A LAS POLÍTICAS CULTURALES ORIENTADAS AL PLANO DE LA VIDA COTIDIANA

“Nadie sabe mejor que tú, sabio Kublai, que no se debe confundir la ciudad con las palabras que la describen”

Italo Calvino, Las ciudades invisibles

El proceso de antropologización según el cual toda la vida social se convierte en cultura (Martín Barbero, 1998a) exige repensar las políticas culturales a partir de la convergencia entre la noción sociológica que ha prevalecido para su formulación y la noción antropológica –que al mantenerse como una caja negra– considera imposible una intervención deliberada sobre aquellos microcircuitos culturales que le dan sentido a la existencia cotidiana de los actores sociales. Orientar las políticas culturales únicamente a aquellos espacios en donde ella se encuentra institucionalizada y darle preeminencia a los aspectos instrumentales: propiedad de los medios, organización escolar, subsidios para el arte; deja de lado asuntos centrales como la dimensión política y comunicativa de la cultura. Este es el supuesto que subyace a la evaluación que se realizó sobre las estrategias de comunicación del Programa de Cultura Ciudadana como una forma de intervención deliberada en la cultura cotidiana de Bogotá.

Bogotá sigue siendo una ciudad en formación. Un territorio simbólico que requiere ser construido y un espacio donde aún es necesario restablecer el tejido social. La enfermedad de ser capital que durante años hizo que sus gobernantes se concentraran en problemas de orden nacional parecen haberse diluido desde 1995. Sin embargo es indudable que el conflicto armado que vive el país desde hace un poco más de 50 años la convierten en un escenario problemático y conflictivo. Colombia es un país “donde la mayoría de las acciones realizadas cotidianamente por más de la mitad de los ciudadanos son definidas como ilegales: vivir en un barrio ‘subnormal’, tomar un transporte ‘pirata’, tener un trabajo ‘informal’, ocupar un espacio público ‘inadecuadamente’, deja mucho que pensar sobre lo que es marginal y socialmente aceptado. Normas de comportamiento sobre normas de condicionamiento, definen niveles de realidad e irrealidad que conllevan en muchos casos a niveles de conflicto, de exclusión y hasta de fantasía” (López, 2001: 17). En este contexto cambiar las prioridades de la ciudad y de la Administración Distrital orientándolas hacia

la construcción de una cultura ciudadana sigue siendo vigente porque constituye un cambio en el abordaje de la problemática urbana, de la comprensión de la ciudad y lleva implícita una postura que enfatiza en la construcción de una ciudadanía activa que ejerce sus derechos pero sobre todo asume responsabilidades.

Hasta 1995 Bogotá era una ciudad comunicativamente inhóspita donde las posibilidades de encuentro e interacción entre los ciudadanos estaban minadas por el miedo, la agresividad y la exclusión del otro. No se puede afirmar, sin embargo, que esta realidad se haya transformado en su totalidad o que una ciudad emergente como Bogotá se presente ahora como un lugar idóneo para la convivencia. La diferencia radica en que muchos de los ciudadanos son consientes de la influencia que pueden ejercer sobre su entorno para mejorar las condiciones de vida y reconocen algunos espacios públicos que antes parecían terrenos baldíos como propios. Si la construcción social de lo público “requiere pasar del lenguaje privado al lenguaje colectivo, de los bienes privados a los bienes colectivos” (Toro, 2000: 27), la propuesta que contiene el Plan ‘Formar Ciudad’ es coherente con este supuesto. A la intencionalidad de generar una cultura ciudadana donde la congruencia entre los sistemas legal, cultural y moral deberían dar paso a un orden sociocultural en el cual el bienestar colectivo prevalece sobre el individual, subyace una concepción que atiende más a la dimensión política que comunicativa de la cultura. Por esto las redes de significados que conforman las creencias, las identidades y las memorias colectivas e individuales ejercieron una influencia que no fue prevista por quienes formulan la política: donde se buscó propiciar autorregulación de los comportamientos se transformó el sentido de pertenencia y la percepción que los ciudadanos tenían de la ciudad.

En términos administrativos incluir la prioridad de cultura ciudadana dentro del Instituto Distrital de Cultura y Turismo, que se dedicaba hasta ese momento al fomento de las bellas artes sin el esclarecimiento de una política cultural, significó también un viraje global en la institución y en la comprensión que de la cultura tenían tanto los funcionarios como los ciudadanos. La incorporación del Programa de Cultura Ciudadana dentro del IDCT y la reestructuración administrativa de esta entidad a la que se le multiplicaron por cinco los recursos totales de inversión –de 10 millones de dólares que ejecutó entre 1992 y 1994, pasó a 51 millones entre 1995 y 1997- indican la decisión deliberada de los actores políticos y ejecutivos de intervenir decisivamente en el sector cultural. Sin embargo, la prioridad no se integra a los procesos de la entidad y una vez termina el periodo de gobierno la

continuidad de los proyectos de Cultura Ciudadana se ve resquebrajada. Esta institucionalización provisional se solventa en especial pero no únicamente por la reelección de Mockus para el periodo 2001–2003.

La estrategia global de intervención del Programa se define como una estrategia emergente que basó sus modos de operación en los mecanismos de la ingeniería de transportes a partir de las 3E: *Engineering, Education y Enforce*. La traducción de esta estrategia dentro del Programa se resumió en las 3A: Adecuación de contextos físicos, Autorregulación y ejercicio de la Autoridad. El componente de autorregulación es el que le da sentido a la estrategia por cuanto una vez el Programa ha trabajado sobre la transformación de un comportamiento en el espacio público urbano, se espera que éste se incorpore dentro del sistema de regulación cultural. Un asunto que no es menor dentro de la formulación de la estrategia es que aquellos proyectos que se emprendieron en el marco de Tránsito y Transporte son los que generaron mayores logros, mientras que trasladar la estrategia a los demás campos de acción presentó serias dificultades. A su vez esta forma de intervención muestra la intencionalidad de asimilar la gestión cultural urbana a los procesos que son propios de la ingeniería, objetivo que fue explícito por parte de Mockus.

En este contexto las comunicaciones públicas urbanas, comprendidas como el conjunto de procesos de mediación que pueden contribuir con el orden y el control sociales, se organizaron en un marco estratégico de acción que para efectos de la evaluación se abordaron como el conjunto de circuitos culturales en los que intervino el Programa. Comprender los procesos de comunicación como una intervención deliberada sobre los circuitos culturales atiende a la dimensión comunicativa de la cultura y a las dinámicas mediante las cuales se producen los significados sociales. Al trazar una coordenada transversal entre la generación de procesos de comunicación y la intervención estratégica en el terreno de los circuitos culturales, la comunicación se convierte en un asunto de políticas culturales. Esta visión sociocultural de la comunicación permitió estructurar la hipótesis reconociendo que la comunicación entre extraños es constitutiva de la interacción urbana y por tanto se convierte en el objetivo central de la acción pública. En este orden de ideas el uso y disfrute adecuados del espacio público urbano y la construcción colectiva de una imagen de ciudad compartida son propósitos alcanzables siempre y cuando la comunicación genere las mediaciones –cognoscitivas, institucionales y de entorno– necesarias para facilitar dicha interacción.

De esta forma la evaluación se organizó acudiendo en primera instancia a los factores que fueron decisivos para los procesos de emisión. La carencia de canales locales dificultó este proceso que se solventó parcialmente con las acciones que emprendió la Administración para ampliar y crear canales de comunicación. Aunque la cantidad de canales no sea un indicador idóneo para evaluar una transformación urbana es plausible apostar que una ciudad que carece de espacios para que se delibere sobre ella misma, es un territorio simbólico débil. Con respecto a las directrices sobre la relación Administración-medios de comunicación, que hasta 1995 se había ordenado a partir de la fragmentación entre las diversas entidades distritales y de contenidos que buscaban proteger la imagen pública de los directivos de turno, se le dio coherencia interinstitucional pública a las oficinas de prensa para mostrar resultados como Administración, dándole prioridad al 'qué' y 'cómo' se lograron resultados para la ciudad, restando importancia al 'quién' realiza una obra pública. Otro de los factores que influyó decisivamente en los procesos de emisión fue la visión que de la comunicación tuvieron los directivos del Programa. Si bien la comunicación estaba basada en la transparencia y la fluidez de los procesos hubo permanente resistencia a invertir en publicidad a través de medios masivos y el éxito de la intervención de los mimos en la Calle 19 le otorgó demasiada confianza a las acciones lúdico-pedagógicas en detrimento de otras formas de comunicación. Finalmente, el carácter emergente de la estrategia general y la institucionalización provisional del Programa dificultaron la consolidación de un universo simbólico único que facilitara los procesos de comunicación con la ciudadanía.

La intervención en la vida cotidiana se define por los circuitos de comunicación a través de los cuales se movilizan contenidos y se median las interacciones entre los ciudadanos. Para efectos de la evaluación se determinaron tres tipos de circuitos que traman la vida cultural urbana de Bogotá. Los primeros son circuitos de comunicación directa altamente localizados que organizan la vida cotidiana y que se reproducen por toda la ciudad. Son circuitos que no habían sido utilizados como canales públicos de manera formalizada (el taxi, el autobús, la cebra, los corredores urbanos, lugares de peregrinación, centros comerciales y lugares del ocio, entre otros). El segundo tipo se caracterizó por la construcción de territorios provisionales para el encuentro por el aumento de la oferta cultural en el espacio público urbano. El último tipo de circuitos que es propio de la ciudad mediaticada se refiere a los medios masivos de comunicación. Este circuito se trabajó a partir de la producción de imágenes y momentos urbanos que introdujeran como acontecimientos

los procesos de cultura ciudadana en los medios, más allá de si los temas formaban o no parte de la agenda mediática. De esta forma se generó un circuito que transitó de la calle a los medios.

Pero el hecho de intervenir en estos circuitos no significa que se estén orientando las políticas culturales al plano de la vida cotidiana. Brunner (1992) establece una diferencia entre dos modelos de políticas culturales a partir de la noción de conformismo: el modelo de mercado y el de competencia hegemónica, en donde este último se convierte en el objetivo de dichas políticas. Esta diferenciación permite definir estas políticas culturales como aquellas que permiten elevar los umbrales comunicativos de reconocimiento simbólico a partir de la competencia de proyectos hegemónicos. Competencia que conduce a una mayor elaboración comunicativa y por esta vía genera la adhesión racional de los ciudadanos a estos proyectos, a través del ejercicio de los comportamientos esperados. En este sentido la congruencia entre los sistemas moral, cultural y legal como una alternativa para construir una cultura ciudadana se estructuró aumentando el conjunto de condiciones (adecuación de contextos física y simbólica), conocimientos (autorregulación) y reglas (autorregulación/autoridad) que posibilitan la construcción de significados. En este marco es posible comprender las estrategias de comunicación como el conjunto de acciones para la puesta en horizonte de sentidos sociales enfatizando en las competencias comunicativas ejecutiva (acción), pragmática (uso) y sociocultural (reconocimiento) de los ciudadanos.

La puesta en horizonte de estas competencias dependió de la capacidad de los procesos de significación para realizar mediaciones cognoscitivas, institucionales y de entorno que facilitaran la interacción entre desconocidos y generaran las condiciones para que los ciudadanos acogieran los proyectos relacionados con el uso y disfrute adecuados del espacio público. Dado que las rutinas, los hábitos y las costumbres son las que permiten manejar las identidades y determinar la actuación de roles frente a los demás y que por las condiciones de inseguridad en Bogotá más que en la desatención cortés los encuentros entre desconocidos se basan en una especie de agresividad preventiva, transformar las prerrogativas de identidad se convirtió en una condición necesaria para generar dichas mediaciones.

En términos generales el uso adecuado del espacio público urbano se relacionó con tres factores centrales: el reconocimiento por parte de los actores sociales de una serie de normas asociadas a un contexto urbano específico; la regulación de los comportamientos

en cada contexto y la influencia que ejerce la pertenencia a una comunidad para el reconocimiento y ajuste de los comportamientos. Estos factores implicaron desde la perspectiva comunicativa la generación de una versión de la norma (el enunciado), una adecuación simbólica del espacio público urbano (la visibilidad) y la definición de grupos de población que deberían reconocer la norma y el contexto (los públicos). Propiciar la visibilidad de los contextos y los comportamientos asociados a cada contexto implicó la definición de microcircuitos culturales de intervención que se definieron tanto por el comportamiento que buscó transformar (cebras, paraderos u ordenamiento de ventas ambulantes) como por los temas que la agenda de la ciudad le imponía a la misma Administración (taxis y ahorro de agua).

Estos microcircuitos culturales estuvieron conformados por lugares altamente localizados pero densamente comunicados por el número de personas de confluencia, por su visibilidad en el entorno urbano como los vehículos del transporte público o porque tienen incorporado un sistema de comunicación como los radioteléfonos de los taxis. La adecuación simbólica del contexto se realizó a través de la marcación de los lugares con elementos comunicativos, objetos y señales identificables –e incluso convencionales– por los actores implicados en el proceso de interacción. Para enunciar los comportamientos se acudió a la primera persona del plural –nosotros– que lleva implícito que todo cambio no es sólo responsabilidad de un ciudadano abstracto –usted– sino de un todos que forma comunidad, apelando a la función de auto o heterorregulación (o control), cuyo propósito es el de conseguir un objetivo concreto. Las estrategias incorporaron aspectos constitutivos de las identidades que participan en la interacción y de los lugares donde la *experiencia del otro* funda comunidad: marcar los taxis, ubicar trovadores o contar historias en las terminales de autobuses, cafeterías y lavaderos de autos. Asimismo estructuraron la interacción difusa evidenciando guiones o repertorios que deberían incorporarse, actuando sobre las prerrogativas de identidad y convocando ciudadanos ejemplares, quienes se adherían rápidamente a las propuestas del Programa y que tenían la posibilidad de propiciar la vinculación de otros.

El segundo tipo de circuitos se definieron por la construcción provisional de territorios simbólicos para el disfrute adecuado del espacio público urbano en donde la oferta cultural convirtió a este espacio en lugares de reconocimiento e identificación de las colectividades. Lo que Maffesoli (1988) define como el ‘estar-juntos sin ocupaciones’ que es una de las posibilidades tradicionales desde donde se formulan las políticas culturales, se

transformó por el hecho de acudir a los parques, plazas y calles, y no a los lugares donde la cultura está institucionalizada: museos, auditorios, bibliotecas, etc. De esta forma la trama urbana se fue puntuando con serie de encuentros que sirvieron de argamasa para la configuración de un nosotros y en algunos casos se apeló a la memoria colectiva como una posibilidad de actualizarla. Estos territorios simbólicos se construyeron a partir de los elementos presentes en las estrategias dirigidas al uso adecuado del espacio público y de hecho se utilizaron como lugares para la puesta a prueba de la autorregulación. Al abrir el espectro de las políticas culturales públicas no ya al folclor sino a las culturas populares urbanas que se habían configurado como culturas subterráneas emergen nuevos tipos de socialidad y se hacen visibles procesos culturales que eran inéditos en la vida cultural urbana de Bogotá.

El aspecto central de las estrategias de comunicación fue el hecho de acudir a las esferas especializadas de la cultura para que realizaran propuestas y puestas en escena que generaran visibilidad sobre los comportamientos y los contextos urbanos donde esos comportamientos deberían operar. Este recurso permitió introducirse en las rutinas de quienes vivían directamente la experiencia y transformar la cotidianidad cruzando el umbral donde la intensa condición ordinaria de lo cotidiano se reemplaza por un tipo diferente de intensidad. Mimos, músicos, actores, narradores orales, aparecen en el espacio público urbano fuera de los escenarios donde el espectador está preparado para encontrarlos. La irrupción por esta vía de la cotidianidad apeló a otras dimensiones de la vida social donde se funda el estar-juntos y surge lo divino (Maffesoli, 1998). Aquí la estética desborda las pretensiones de la autorregulación e incluso de la misma comunicación porque a partir de ella emerge la posibilidad de revitalizar la *communitas*, brindando algunos elementos para generar una percepción renovada de la socialidad, la memoria colectiva y en último término tejiendo o restableciendo los lazos que unen a las colectividades con la ciudad. Estas puestas en escena se convirtieron también en acontecimientos para los medios de comunicación y a través de ellos en hechos para la mayoría de los habitantes de Bogotá.

En la relación con los medios de comunicación es posible establecer cuatro niveles. La ubicación de los periodistas como un público objetivo del Programa a través de quienes se podía transformar la imagen de la ciudad. La doble relación con la agenda de los medios donde ellos o bien introducían temas a Cultura Ciudadana y se desarrollaban como proyectos específicos o bien el Programa incorporaba nuevos temas en la agenda mediática.

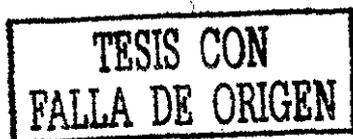
Un tercer nivel es el de la movilización de los contenidos del Programa dentro de los medios referidos a la información de proyectos, logros, requerimientos o críticas y cuestionamientos. Por último se encuentra el nivel donde el Programa pauta en los diferentes medios de comunicación, publicidad que se pagó principalmente en la radio y la prensa, incluyendo la prensa amarilla porque muchos de los públicos objetivos del Programa leen con tinta roja la ciudad y sus mitos. La ciudad del miedo, la del terror y la invivible se empieza a transformar por la conjunción de todos estos elementos. La ciudad que no se conoce se imagina a través de lo que de ella se lee, se escucha y se ve. Esta ciudad de papel, de palabras y de imágenes mediáticas se llenó de otros contenidos. Acontecimientos que le daban sentido a la colectividad y a la relación con el territorio en el que se vive, transformándolo en un lugar habitable. Aún cuando no es posible determinar cuál elemento influyó más que otros para que la imagen de la ciudad cambiara y no era posible trazar una política cultural que se orientara en esta dirección, desde la perspectiva cultural este es el logro representativo del Programa.

Cabe preguntarse si este tipo de políticas pueden aplicarse en otros entornos urbanos. Como se mencionó en el capítulo tres la formulación de las políticas culturales orientadas al plano de la vida cotidiana deben estar ubicadas en un espacio territorial local no sólo porque la planificación de estas políticas al nivel del Estado nación desbordaría las funciones que le son propias, sino porque las ciudades emergentes contienen esa multiplicidad de microcircuitos cotidianos que se reproducen casi de manera estandarizada por la urbe facilitando la intervención deliberada sobre ellos. Otro asunto que conduce a cuestionamientos es que el recurso lúdico y estético para transformar comportamientos, es un objetivo que dista mucho de la importancia de propiciar que los sectores artísticos reflexionen sobre la ciudad y enfoquen su producción cultural hacia el espacio público urbano. Hacer guiones sobre el orden sociocultural y utilizar a los artistas para que realicen una puesta en escena es posible que no genere las mismas posibilidades dentro de la trama cultural urbana. Asimismo queda la duda si en algún momento este recurso tiende a desgastarse como una alternativa de comunicación. Finalmente el hecho de haber acudido a una estrategia propia de la ingeniería para intervenir por medio de políticas culturales, produce la incertidumbre de si existen caminos más acordes con aquellos mecanismos que son propios de la gestión cultural y que a su vez posibiliten la construcción de una cultura ciudadana.

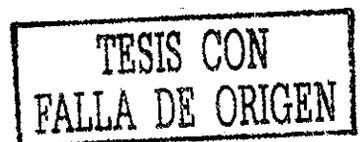
FUENTES

FUENTES CITADAS

- AGUILAR Miguel Angel (1998) Espacio público y prensa urbana, en: GARCIA CANCLINI, Néstor [Coord.] *Cultura y comunicación en la ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios* 2ª Parte. México Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. Grijalbo, pp 85-125
- ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D C (1998) *Cultura Ciudadana* Bogotá Alcaldía Mayor
- AUGÉ M (1993) *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobre-modernidad* Barcelona Gedisa
- BEHAR Olga (1985) *Las guerras de la paz* Bogotá Planeta 1985
- BERGER Peter y Thomas Luckman (1968) *La construcción social de la realidad* Buenos Aires Amorrortu
- BERMAN Marshall (1991) *Todo lo sólido se desvanece en el aire* Bogotá Siglo XXI
- BOBBIO Norberto (1991) *El tiempo de los derechos* Madrid Editorial Sistema
- BOLIVAR y Edgar REVEIS (1998) *Hacia una agenda para Santa Fe de Bogotá. Logros de la Administración Mockus - Bromberg y retos futuros* Bogotá Fundación Corona - PROCOMUN
- BOURDIEU Pierre (1988) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto* Madrid Taurus
- BRUNNER J. J. (1992) *América Latina: cultura y modernidad* México, Grijalbo.
____ (1988) *Un espejo trizado. -Ensayos sobre cultura y políticas culturales-* Santiago de Chile, FLACSO
____ (1987) Políticas culturales y Democracia: hacia una teoría de las oportunidades en: *Políticas Culturales en América Latina* Néstor García Canclini [comp.] México Grijalbo p 175-202
- CASTELLS Manuel (1999) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* La Sociedad Red Vol 1 Madrid Alianza
- CALVINO Italo (1999) *Las ciudades invisibles* Madrid Siruela
- CIMA (1998) *Informe anual de Opinión Iberoamericana* España CIMA No 5 enero-marzo de 1998
- COMISION MUNDIAL DE CULTURA Y DESARROLLO (1996) *Nuestra diversidad creativa* México UNESCO / Correo de la UNESCO
- CRUCES Francisco (1998) El ritual de la protesta en las marchas urbanas, en: *Cultura y comunicación en la Ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios* 2ª parte México Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa Grijalbo pp 26-83
- DAVILA Andrés (1999) Ejército regular conflictos irregulares: la institución militar en los 15 años, en: Deas Malcom y Llorente María Victoria [Comp.] *Reconocer la guerra para construir la paz* Bogotá Universidad de los Andes CEREC Norma pp 283 - 346
- DE CERTEAU, Michel (2000) *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer* México Universidad Iberoamericana Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente -ITESO-
- DELGADO Manuel (1992) La ciudad mentirosa Barcelona en: *El Basílico*. 2ª época No 12 Oviedo España pp 16 - 23
- DEBRAY Régis (2001) *Introducción a la mediología* Barcelona Paidós
- DECLARACIÓN DE ROSARIO POR EL DERECHO A LA CIUDAD (1992), en: Revista *Signo y pensamiento* No 22 agosto Bogotá Universidad Iberoamericana Facultad de Comunicación 1993 pp 75-77
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DISTRICTAL -DAPD- (1997) *Estadísticas Santa Fe de Bogotá D C* Bogotá DAPD
- ECHANDÍA Camilo (1999) Expansión territorial de las guerrillas colombianas: geografía, economía y violencia, en: *Reconocer la guerra para construir la paz* Bogotá Universidad de los Andes CEREC Norma pp 99-159



- ECO Umberto (1999) *La estructura ausente* Barcelona Lumen
- ELSTER Jon (1998) *Justicia local* Barcelona Gedisa
- ESPINEL VALLEJO M (1998a) ¿Y la cultura ciudadana qué? en: *La ciudad observada Violencia cultural y política* Bogotá Tercer Mundo p 155-175
- ESTEINOU MADRID J. (1996) La ciudad como proceso de comunicación en *Anuario de investigación de la comunicación*. Conceic III México Conceic y Universidad de Guadalajara p 113-124
- FEIXA PAMPOIS, Carles (1998) La ciudad invisible. Territorios de las culturas juveniles en *Viviendo a toda. Jóvenes territorios culturales y nuevas sensibilidades* Bogotá Siglo del Hombre Editores Universidad Central DIUC pp 83-109
- FORD Anibal (1994) *Navegaciones Comunicación cultural y crisis* Buenos Aires Amorrortu
- GARCIA CANCLINI Néstor (2000) *La globalización imaginada*, México, Paidós
- _____ (1999a) Sobre estudios insuficientes y debates abiertos. en: GARCIA CANCLINI Néstor y Carlos Juan Monta [Coord.] *Las industrias culturales en la integración Latinoamericana* México - Caracas UNESCO SELA y Grijalbo pp 11-20
- _____ (1998a) Las cuatro ciudades de México en: GARCÍA CANCLINI [Coord.] *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Modernidad y multiculturalidad. la ciudad de México a fin de siglo* 1ª parte México Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa Grijalbo, pp. 19-39
- _____ (1998b) La ciudad y los medios Imaginarios del espectáculo y la participación en: GARCÍA CANCLINI [Coord.] *Cultura y comunicación en la ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios* 2ª parte, México Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, Grijalbo, pp 19-25
- _____ (1995) *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*, México Grijalbo.
- _____ (1994) Una modernización que atrasa La cultura bajo la regresión neoconservadora en: *Estudios sobre las culturas contemporáneas* pp 17-32
- _____ y Marcela Piccini (1993) Culturas de la Ciudad de México. símbolos colectivos y usos del espacio urbano en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México, Grijalbo.
- _____ (1990) *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* México Grijalbo
- _____ [comp.] (1987) *Políticas culturales en América Latina* México Grijalbo
- GIDDENS Anthony (1994) *La constitución de la sociedad Bases para la teoría de la estructuración* Buenos Aires Amorrortu
- GIGLIA Angela (1998) Vecinos e instituciones Cultura ciudadana y gestión del espacio compartido. en: GARCIA CANCLINI N [Coord.] *Cultura y comunicación en la Ciudad de México, primera parte. Modernidad y Multiculturalidad la Ciudad de México a fin de siglo* México Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa Grijalbo pp 132-179
- GILBERTI Alan (1997) *La ciudad latinoamericana* México Siglo XXI
- GIMENEZ Gilberto (1994) La teoría y el análisis de la cultura Problemas teóricos y metodológicos. en: GONZALEZ Jorge A y Jesús Galindo Cáceres [Coord.] *Metadología y cultura* México CONACULTA pp 33 - 65
- GIRALDO Fernando y VIVIESCAS [comp.] (1996) *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo
- GOFFMAN Erwin (1984) *Comportamiento en lugares públicos*. Madrid Alianza
- _____ (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana* Amorrortu
- GOMEZ G (1998) Comunicación entre extraños en *La ciudad observada Violencia cultural y política* Bogotá Tercer Mundo p 131 - 153
- GONZALEZ MATEOS Adriana (1998) *Borges y Escher. Un doble recorrido por el laberinto* México Aldus
- HABERMAS Jürgen (1989) *El discurso filosófico de la modernidad* Madrid Taurus
- HAI BWACHS, Maurice (1990) Espacio y memoria colectiva en: *Estudios sobre culturas contemporáneas* Vol III no 8-9 Universidad de Colima pp 11-40
- HOFSTADTER Douglas (1987) *Gödel Escher Bach un Eterno y Grácil Bucle* Barcelona Tusquets
- HU IZINGA J (1943) *Homo ludens* México Fondo de Cultura Económica
- HOAS Hans (1991) Interaccionismo simbólico en: GIDDENS A y j Turner [Comp.] *Teoría social hoy* Madrid Alianza Universidad pp 112-148

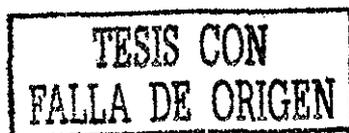


- KAPLUN Guillermo (1998) Comunicación y ciudadanía del barrio a la ciudad en: *Revista Nómadas* No 9 septiembre de 1998 Bogotá Fundación Universidad Central pp 115-120
- KLIKSBERG, Bernardo y Luciano Tomassini [Comp.] (2000) *Capital social y cultura. claves estratégicas para el desarrollo*, México, Banco Interamericano de Desarrollo Fundación Felipe Herrera Universidad de Maryland Fondo de Cultura Económica
- KOTLER y ROBERTO (1992) *Merchandotecnia social Estrategias para cambiar el comportamiento público* México Diana
- LECHNER Norbert (2000) Desafíos de un desarrollo humano individualización y capital social, en: KLIKSBERG Bernardo y Luciano Tomassini [Comp.] *Capital social y cultura. claves estratégicas para el desarrollo*, México Banco Interamericano de Desarrollo Fundación Felipe Herrera Universidad de Maryland Fondo de Cultura Económica pp 101-127
- LEZAMA José Luis (1998) *Teoría social espacio y ciudad* México Colegio de México
- LIPOVETSKY Guilles (1986) *La era del vacío* Barcelona Anagrama
- LOPEZ Walter (2000) *Origen de la informalidad urbana en Bogotá, años cincuenta* Bogotá Tesis de Maestría Facultad de Artes Universidad Nacional de Colombia (en prensa)
- LOMNIZ Claudio (2000) La Construcción de la ciudadanía en México, en: *Metapolítica* Vol 4 julio/septiembre Centro de Estudios de Política Comparada México D F pp 128 - 149
- LOZANO Elizabeth (1998) La ciudad: ¿Un mapa nocturno para la comunicación? en: *Mapas nocturnos Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero* Bogotá Universidad Central DIUC pp 167-179
- MAFFESOLI Michel (1988) *El tiempo de las tribus El declive del individualismo en las sociedades de masas* Barcelona Icaria
- MARTIN BARBERO Jesús (2001) Transformaciones comunicativas y tecnologías de lo público en: *Metapolítica* No 17 enero - marzo México, pp 46-55.
- _____ (1998a) Un nuevo mapa cultural en: *La ciudad observada Violencia cultural y política* Bogotá Icreer Mundo, pp. 3-13.
- _____ (1998b) Jóvenes: desorden cultural y palimpsestos de identidad, en: *Viviendo a toda . Jóvenes territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Bogotá, Siglo del Hombre Editores, Universidad Central DIUC pp 22-45.
- _____ (1998c) De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos en: *Mapas nocturnos Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*, Bogotá Universidad Central DIUC, pp. 201-221.
- _____ (1998d) Pistas para entre-ver medios y mediaciones, en: *De los medios a las mediaciones: comunicación cultura y hegemonía. Prefacio a la quinta edición*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp xi - xxii
- _____ (1997) Investigar la ciudad: una propuesta de agenda, en: *Red de investigadores en cultura urbana sobre Bogotá Perspectivas desde un encuentro* Bogotá Alcaldía Mayor de Bogotá Instituto Distrital de Cultura y Turismo Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes de Santa Fe de Bogotá, pp. 113-124.
- _____ (1996a) Comunicación y ciudad sensibilidades paradigmas escenarios en: *Pensar la ciudad* Bogotá Icreer mundo p. 45-68
- _____ (1996b) De la ciudad mediada a la ciudad virtual, en: *Revista Telos* Madrid, No 44
- _____ (1995a) Dinámicas urbanas de la cultura, en: *Comunicación y espacios culturales en América Latina* Cátedra UNESCO de Comunicación Social - Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, 1995
- _____ (1995b) Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación en: *Comunicación y espacios culturales en América Latina*, Cátedra UNESCO de Comunicación Social - Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá
- _____ (1987a) *De los medios a las mediaciones. comunicación cultura y hegemonía* México, Gustavo Gili
- _____ (1987b) *Procesos de comunicación y matrices de cultura Itinerario para salir de la razón dualista* Cali FLACSO
- MARTIN SERRANO M (1986) *La producción social de la comunicación* Madrid Alianza
- MELO Vladimir (1998) *La Calle. Espacio geográfico y vivencia urbana en Santa Fe de Bogotá* Bogotá Alcaldía Mayor de Bogotá
- McQUAIL Denis (2000) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* 3ª edición revisada y ampliada Barcelona Paidós
- MINZBERG, Henry y Jan Jørgensen (1995) Una estrategia emergente para la política pública en *Gestión y política pública* Vol 4 primer semestre México CIDE pp 25-46
- MOCKUS Antanas (1999) Armonizar ley moral y cultura Cultura ciudadana, prioridad de gobierno con resultados en prevención y control de violencia en Bogotá 1995-1997 Biblioteca Felipe Herrera



<http://www.iadb.org/sds/doc/2104spa.pdf>, Banco Interamericano de Desarrollo.

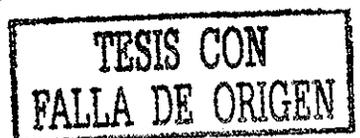
- _____ (1998a) Cultura, ciudad y política en: *La ciudad observada Violencia cultural y política* Bogotá Tercer Mundo p 15-28.
- _____ (1997) *Balance de la administración Distrital 1995 - 1996*. Bogotá. Alcaldía Mayor.
- _____ (1996a) Bogotá ¿Indicios de una ciudad con vocación posmoderna o síntomas de una ciudad que descuida su función recontextualizadora?, en: *Pensar la ciudad*. Bogotá, Tercer mundo, p. 383-390
- _____ (1996b) Cinismo contra civismo, en: *Revista Cambio* 16, No. 176, 28 de octubre. Bogotá, pp 42-44.
- _____ et. al. (1996c) La educación frente a la realidad nacional en: *Presente y futuro de la política social* Bogotá Confecoop
- _____ (1989) Educación y cultura en: *Revista Gaceta* No 4 octubre-noviembre Bogotá Colcultura pp 3-4
- MORIN E (1994b) Epistemología de la complejidad en: *Nuevos paradigmas Cultura y Subjetividad* Buenos Aires Paidós p 421 - 442
- MOUFFE Chantal (1992) Ciudadanía, democracia y comunidad política en: MOUFFE Chantal [ed.] *El retorno de lo político* pp 89 -105
- NACIONES UNIDAS (1996) *Hábitat un mundo en proceso de urbanización. Informe mundial sobre los asentamientos humanos 1996*. Tomo 1. Santa Fe de Bogotá. Tercer Mundo Ed. INURBE Fondo Nacional del Ahorro 1996
- NIVON BOLAN, Eduardo (2000) Política cultural en el Distrito Federal ante el nuevo gobierno, en: *Revista Mexicana de Sociología* No 2 abril-junio México Instituto de Investigaciones Sociales pp 193-213
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo y Mercedes CHARLES CREEL (1996) El proceso de recepción y la educación para los medios en: APARICI Roberto [Comp.] *La educación para los medios de comunicación* SEP México pp 160-180
- _____ (1991) *Recepción televisiva y una razón para su estudio*. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales No. 2, México, Universidad Iberoamericana-Programa institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales
- ORTIZ Renato (2000) *Modernidad y espacio. Benjamin en París*, Bogotá. Norma
- _____ (1998) *Otro territorio Ensayos sobre el mundo contemporáneo* Santafé de Bogotá. Convenio Andrés Bello
- PERGOLIS Juan Carlos (1997) El viento en el bosque Una observación a partir del Plan Formar Ciudad en *Cuadernos de la capital* No 1 enero - marzo Bogotá ESAP Unidad de Atención al Distrito Capital pp 21-38
- PEARCE Jenny (1992) *Colombia dentro del laberinto* Bogotá Altamir 1992
- PORTAL ARIOSA, María Ana (2000) Políticas culturales y participación ciudadana en el Distrito Federal, en: *Revista Mexicana de Sociología* No 2 abril-junio México Instituto de Investigaciones Sociales pp 177-192
- POSANI Miguel (1993) Los laberintos de la razón observante son los laberintos del imaginario observado en: *Primer Encuentro Interamericano de Estudios Culturales* México D.F. CUNY GLACSO UAM Iztapalapa 3 al 5 de mayo
- RESTREPO Laura (1992) *Historia de una traición*. México Claves Latinoamericanas
- RICCI BHTI Pío y Bruno Zani (1990) *La comunicación como proceso social* México CONACULTA Grijalbo
- RICE Roland y Charles Atkin (1996) Principios de las campañas de comunicación pública de éxito en: BRIYANI, Jennigs y Dolf Zillman [Comp.] *Los efectos de los medios de comunicación* Barcelona Paidós pp 487-513
- RINCON Omar (1996) Antanas viaje al interior del símbolo en: *Diario El Tiempo* Bogotá 13 de mayo pp 1F y 2F
- RISI Gilbert (2000) La cultura y el capital social: cómplices o víctimas del desarrollo?, en: KLKSBERG, Bernardo y Luciano Tomassini [Comp.] *Capital social y cultura. claves estratégicas para el desarrollo*, México Banco Interamericano de Desarrollo Fundación Felipe Herrera Universidad de Maryland Fondo de Cultura Económica pp 129-150
- SALDARRIAGA, Alberto (1996a) Memoria, movilización y comunicaciones: entre la megalópolis y las redes urbanas en: *Pensar la ciudad*. Bogotá Tercer mundo p 225-236
- SANCHEZ Consuelo (1998) *De la aldea a la metrópoli. Seis décadas de vida cotidiana en Bogotá 1900 - 1959* Bogotá Tercer Mundo Instituto Distrital de Cultura y Turismo
- SILVA Armando (2000) *Imaginario urbano, cuarta edición aumentada*. Bogotá Tercer Mundo
- _____ (1992) *Imaginario urbano Bogotá y São Paulo. Cultura y Comunicación urbana en América Latina* Bogotá Tercer Mundo



- SILVERSTONE R (1994) *Televisión y vida cotidiana* Buenos Aires Amorrortu
- THOMPSON J (1996) *Ideología y cultura moderna* México UAM
- TORO José Bernardo (2000) *El ciudadano y su papel en la construcción de lo social* Bogotá Alcaldía Mayor Pontificia Universidad Javeriana Pensar
- VERÓN Eliseo (1987) *La construcción del acontecimiento* Buenos Aires Gedisa
- VILLASANIE, Tomás (1998) Cuatro redes para mejor-vivir 2 en: *Del desarrollo local a las redes para mejor-vivir* Buenos Aires Lumen
- VIVIESCAS Fernando (2001) La planeación urbana y el estado. Entre la convivencia y la complicidad (Bogotá entre el siglo XX y el XXI. la orgía del caudillismo ilustrado), en: BRAUD, Peter [Ed y Coord.] *Trayectorias urbanas en la modernización del Estado en Colombia* Bogotá Tercer mundo Universidad Nacional de Medellín pp 307 - 353
- _____ (1998) El Programa Cultura Ciudadana en las encrucijadas del futuro de la capital. (Una mirada prospectiva al Plan de Desarrollo "Formar Ciudad": Santafé de Bogotá 1995-1997) Bogotá Observatorio de Cultura Urbana soporte electrónico
- _____ (1996) La ciudad: La calidad del espacio para la vivencia en: *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo pp 143-170
- YÚDIGE George (1999) La industria de la música en la integración América Latina-Estados Unidos, en: GARCIA CANCLINI Néstor y Carlos Juan Moneta [Coord.] *Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana* México Grijalbo pp 181-244
- WINOCUR Rosalía (1998) Radio y ciudadanos, en: GARCIA CANCLINI, Néstor [Coord.] *Cultura y comunicación en la ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios* 2ª parte México Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa Grijalbo pp 126-155
- ZICCARDI Alicia (1995) De la reforma urbana a la democratización de los gobiernos locales en: SANCHEZ Lucía [ed.] *Procesos urbanos contemporáneos* Bogotá Tercer Mundo pp 6-22
- LEK Slavoj (2000) Más allá del análisis del discurso, en: ARDHI Benjamín [Ed.] *El reverso de la diferencia Identidad y política* Caracas Nueva Sociedad pp 169-179

Documentos Públicos

- ALCALDIA MAYOR DE SANTA FE DE BOGOTA (2001) *Plan de ordenamiento territorial -POT-* Documento Resumen Bogotá Departamento Administrativo de Planeación Distrital
- BOCAREJO Juan Pablo (1995) *Resumen Ejecutivo del campo de acción de Tránsito y Transporte Masivo* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - IDCT (mimeo)
- CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA (1998) *Conocimiento y evaluación del Programa de Cultura Ciudadana* Bogotá Oficina Asesora de Investigación de Ciudad - IDCT (mimeo)
- _____ (1998) *Consumo cultural en Bogotá*. Bogotá, Oficina Asesora de Investigación de Ciudad - IDCT (mimeo)
- _____ (1997) *Evaluación de la página DC Cuenta* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT (mimeo)
- CONSEJO DISTRICTAL DE CULTURA (2001) Bogotá para vivir políticas culturales para Bogotá 2001 - 2004 Bogotá IDCT
- CONTRALORIA DE SANTA FE DE BOGOTÁ (1997) Evaluación del Plan de desarrollo económico, social y de obras públicas de Santa Fe de Bogotá D.C. "Formar Ciudad" Periodo junio 1995 - junio 1997 Bogotá Contraloría Distrital.
- _____ (1996) Evaluación del Plan de desarrollo económico, social y de obras públicas de Santa Fe de Bogotá D.C. "Formar Ciudad" Periodo junio 1995 - junio 1996 Bogotá Contraloría Distrital
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DISTRICTAL -DAPD- (1998) *Formar ciudad, Plan de desarrollo económico social y de obras públicas para Santa Fe de Bogotá D.C. 1995-1998* Decreto No 295 de junio 1 de 1995 Bogotá DAPD
- ESAP (1992) *Constitución política de Colombia 1991*, Bogotá Departamento Administrativo del Servicio Civil de la República Escuela de Administración Pública

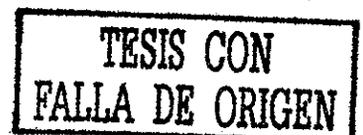


- ESPINEL VALLEJO M (1998b) *Logros del Programa de Cultura Ciudadana* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – IDCT.
- _____ (1996a) *Comportamientos y cultura ciudadana. notas para la discusión* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – IDCT
- _____ (1996b) *La puesta en escena de la Cultura Ciudadana* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana. Observatorio de Cultura Urbana, IDCT.
- _____ (1996c) *Representación política y cultura ciudadana. El caso de la Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá* Bogotá, Programa de Cultura Ciudadana. Observatorio de Cultura Urbana, IDCT.
- _____ (1996d) *La Prioridad de Cultura Ciudadana* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana. Observatorio de Cultura Urbana, IDCT.
- _____ (1995) *Marco general para la reflexión* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana. IDCT
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA (1997) *Ley general de cultura* Bogotá. Fondo Mixto para la promoción de la cultura y las artes
- GOMEZ G (1996) *Apuntes acerca de la comunicación en la Administración Distrital* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – IDCT
- _____ (1995a) *Plan de comunicaciones del Programa de Cultura Ciudadana* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – IDCT
- _____ (1995b) *Estrategia Global de Comunicación*, Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – IDCT. (mimeo)
- _____ (1995c) *El tratamiento de la comunicación y la información y las oficinas de prensa Distritales* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – IDCT
- INSTITUTO DISTRITAL DE CULTURA Y TURISMO –IDCT- (1999) *Opinión de los asistentes al V Festival de Rock al Parque sobre la calidad del evento*, Bogotá, IDCT, Unidad Asesora de Planeación.
- _____ (1998) *Informe de gestión. proyectos de inversión 1997* Bogotá. IDCT, Unidad Asesora de Planeación.
- _____ (1997) *Informe de gestión. proyectos de inversión 1996*, Bogotá, IDCT, Unidad Asesora de Planeación.
- _____ (1996a) *Informe de gestión. proyectos de inversión 1995*, Bogotá, IDCT, Unidad Asesora de Planeación.
- _____ (1996b) *Plegable informativo del Programa de Cultura Ciudadana* Bogotá. IDCT. Dirección de Comunicaciones
- LOPEZ BORBON, Lihana (1998) *Perfil del público que asiste a los eventos programados por la Subdirección de Fomento y Desarrollo cultural del IDCT* Bogotá. IDCT – Observatorio de Cultura Urbana www.idct.gov.co
- MOCKUS Antanas (1998b) *Cultura ciudadana. Un programa con buenos resultados en seguridad ciudadana adelantado en Bogotá de 1995 a 1997* en: *Participación ciudadana, gobernabilidad y cultura de paz*. Seminario internacional. Gobierno Federal de México – UNESCO. México D.F. Julio 27 y 28 de 1998 (mimeo)
- MUSEO DE DESARROLLO URBANO (2001) *Exposición espacio público por la ciudad* Bogotá. Defensoría del Espacio Público
- SALDARRIAGA, Alberto [CEAM] (1997) *Bogotá 1538 – 1997. la construcción de una ciudad* Bogotá. Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- _____, SALCEDO y LLANO (1996b) *Cultura Ciudadana y vida urbana en Bogotá. observaciones* Bogotá. Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- RUEDA Z (1997) *Influencia de la prensa escrita en la formación de imagen de ciudad* Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)



FUENTES DE REFERENCIA

- ACEBILO J A. (1995) La intervención sobre los sistemas generales, en: *Barcelona un modelo de transformación urbana* Quito Programa de Gestión urbana – Banco Mundial
- ACOSTA J.L. (1998) Análisis de las acciones en seguridad, cultura y convivencia ciudadanas desarrolladas por la Alcaldía Mayor de Santa Fe de Bogotá 1995-1998 Bogotá. Oficina Asesora de Investigación de Ciudad – IDCT (mimeo)
- ACHUGAR Hugo (1999) La incomprensible invisibilidad del ser económico, o acerca de cultura, valor y trabajo en América Latina, en: *Las industrias culturales en la integración Latinoamericana* García Canclini y Moneta (coord.) México, Grijalbo, p. 357 – 374.
- _____ (1994) *Fin de siglo Reflexiones desde la periferia En: H Herlinghaus y M Walter [eds] *Posmodernidad en la periferia* Berlín Langer Verlag
- ADORNO Th (1992) *Teoría estética* Madrid Iaurus
- ALCALDIA MAYOR DE SANTA FE DE BOGOTA D.C. (2001) Bogotá culta y productiva con justicia social Programa de Gobierno Visionario 2001 – 2003 Bogotá Alcaldía Mayor (mimeo)
- ALEMANY J. y BORJA J. (1986) *Formas de organización institucional y sistemas de competencias en áreas metropolitanas* Madrid Instituto del Territorio y Urbanismo
- ALVAREZ A. et al (1993) *Cultura urbana en Colombia* Bogotá Editorial Etcétera
- ANDERSON B. (1993) *Comunidades imaginadas reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo* México Fondo de Cultura Económica
- ANTIQUI Iqram (2000) *Manual del ciudadano contemporáneo* México. Ariel
- ANVERRE A. et al. (1996) *Industrias culturales. el futuro de la cultura en juego* México UNESCO – Fondo de Cultura Económica
- APPUDURAI A y HOLSTON J. (1996a) Critics and citizenship, en: *Public culture*, No. 8, p. 187-204.
- _____ (1996b) *Modernity at large. Cultural Dimensions of Globalization* Minneapolis / Londres University of Minnesota Press
- APULEYO MENDOZA P. (1997) La ciudad en los años 40 Lo que el viento de abril se llevó, en: *Bogotá la ciudad* Bogotá Consuelo Mendoza Ediciones pp 23 – 36
- ARANGO JARAMILLO Y RESTREPO [eds] (1998) *Cultura política y modernidad* Bogotá Universidad Nacional de Colombia
- ARCILA CA. (1999) Sin memoria no hay paisaje Entrevista a Rogelio Salmons en: *Revista Número* Número 21 (marzo – mayo) Bogotá pp 66 – 73
- ARDITI B. [ed] (2000) *El reverso de la diferencia*. Caracas, Nueva Sociedad.
- _____ (1997) La impureza de los universales en: *Revista Internacional de Filosofía Política* No 10 Madrid diciembre pp 46 – 69
- ARIZA E y CALVEITE, H. (1985) *Espacio Público y Vida Cotidiana en Santa Fe de Bogotá* Tesis de grado Bogotá Universidad Nacional
- AUGÉ M. (1996) *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos* Barcelona Gedisa
- BACHELARD G. (1965) *La poética del espacio* México Fondo de Cultura Económica
- BADRAN P. (1994) *Lecciones de vértigo* Bogotá Planeta
- BALANDIER G. (1990) *El desorden La teoría del caos y las ciencias sociales* Barcelona Gedisa
- BALIBAR E. (2000) Sujeción y subjetivación en: Benjamín Arditi [ed] *El reverso de la diferencia Identidad y política* Caracas Nueva Sociedad pp 181 – 196
- BASSOLS M. [comp] (1988) *Antología de sociología urbana* México UNAM



- BATTIE J (1972) *Otras culturas* México Fondo de Cultura Económica
- BAUDRILLARD, J. y Marc GUILLAUME (2000) *Figuras de la alteridad* México Taurus
 _____ (1997) *América*, Barcelona, Anagrama
 _____ (1995) *El sistema de los objetos* México, Siglo XXI.
 _____ (1991) *La transparencia del mal*, Barcelona, Anagrama
 _____ (1985) *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama
 _____ (1984) *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairós.
 _____ (1978) *A la sombra de las mayorías silenciosas* Barcelona Kairós
- BAUMAN Z (1999) *La globalización. consecuencias humanas* Buenos Aires / México D F Fondo de Cultura Económica
- BELI D (1992) *Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales en: Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas, Monte Avila.
 _____ (1977) *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, Alianza
 _____ (1976) *El advenimiento de la sociedad posindustrial* Madrid Alianza
- BELIO M (1996) *Percepción de la ciudad* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT (mimeo)
- BENHMOU F (1997) *La economía de la cultura* Montevideo Trilce
- BENJAMIN W (1982) *Discursos interrumpidos*, vol. 1, Madrid, Taurus.
 _____ (1980) *Iluminaciones I: Imaginación y sociedad*, Madrid, Taurus
 _____ (1980) *Iluminaciones II: poesía y capitalismo* Madrid Taurus
- BERMAN MORRIS (1987) *El reencantamiento del mundo* Santiago de Chile Cuatro Vientos
- BETTIN G (1982) *Los sociólogos de la ciudad* Barcelona Gustavo Gili
- BLUMMER H (1982) *Interaccionismo simbólico* Madrid Editorial Hora
- BOBBIO N (1989) *Liberalismo y democracia* México. Fondo de Cultura Económica
 _____ (1986) *El futuro de la democracia* México Fondo de Cultura Económica
- BONET I. DUEÑAS y PORIELI. [coord] (1993) *El sector cultural en España ante el proceso de integración europea* Madrid Centro d' Estudis de Planificació
- BORJA JORDI Y CASTELLS (1997) *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid United Nations of Human Settlements (Habitat), Taurus.
 _____ (1996a) *Cities: New Roles and Forms of Governing en: Preparing for the Urban Future* Washington Wilson Center - Smithsonian Institute
 _____ (1996b) *The City Democracy and Governability: the Case of Barcelona en: International Social Science Journal*, No 147, UNESCO
 _____ et al. [eds] (1990) *Las grandes ciudades en la década de los noventa* Madrid Editorial Sistema
 _____ (1988) *Estado y ciudad*, Barcelona, PPU
 _____ (1987) *Descentralización y participación ciudadana* Madrid Instituto Nacional de la Administración Pública
- BOURDIEU Pierre (2000) *Cuestiones de sociología*. Madrid Península
 _____ (1996) *Cosas dichas*, Barcelona. Gedisa.
 _____ (1990) *Sociología y cultura* México, Grijalbo.
 _____ y PASSERON J (1977) *La reproducción* Barcelona Laia
- BRAUDEL F (1986) *La historia y las ciencias sociales* Madrid Alianza
- BRETON P y PROULX S (1990) *La explosión de la comunicación* Barcelona Ediciones Civilización
- BRITO GARCÍA I. (1991) *El imperio contracultural: del rock a la posmodernidad* Caracas Nueva Sociedad
- BRUNNER J. J (1998) *Globalización cultural y posmodernidad*, México / Santiago de Chile Fondo de Cultura Económica
 _____ (1995a) *Cartografías de la modernidad* Santiago de Chile, Dolmen.
 _____ (1995b) *Las ciencias sociales y el tema de la cultura: notas para una agenda de investigación en: Cultura y pospolítica*, México, Ed. CNCA.
 _____ (1985) *Políticas culturales para la democracia* Santiago de Chile, CENECA
 _____ (1981) *La cultura autoritaria en Chile* FLACSO y Universidad de Minnesota
- BRIYANT J y ZILLMAN [Comp] (1996) *Los efectos de los medios de comunicación* Barcelona Paidós

- BURKE P (1997) *Historia y teoría social* México Instituto Mora
- BUSQUETS J (1989) La calle en el proyecto de ciudad en: *Casabella* No 553-554 Milán
- CALABRESE O (1989) *La era neobarroca* Madrid Cátedra
- CALDERON F HOPENHAYN y OTTONE (1996) *Esa esquivia modernidad Desarrollo ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe* Caracas UNESCO - Nueva Sociedad
- CALHOUN C [ed] (1994) *Social Theory and the Politics of Identity* Oxford Blackwell Publishers
- CAMPOS Y [comp] (1998) *La ciudad observada Violencia cultura y política* Bogotá Tercer Mundo
- CARRIÓN F (1994) *En busca de la ciudad perdida* Quito Codel
- CASAS HERRERA M. I [coord.] (1998) El Laberinto Sistematización y análisis cualitativo de las opiniones de los ciudadanos contenidas en las fichas de trabajo de los 'Semilleros de Convivencia' Bogotá Instituto Distrital de Cultura y Turismo (mimeo)
- CASSIERER E (1975) *Filosofía de las formas simbólicas* México Fondo de Cultura Económica
- CASSELLS M. (1995) *La ciudad informacional. Tecnologías de la información reestructuración económica y desarrollo urbano - regional* Madrid Alianza Editorial
- _____ y HALL P (1994) *Las tecnópolis del mundo*, Madrid Alianza Editorial
- _____ (1974) *La cuestión urbana* México Siglo XXI
- CASTORIADIS, C. (2000) *Ciudadanos sin brújula*, México, Ediciones Coyoacán
- _____ (1999) *La institución imaginaria de la sociedad*, vol 2. Buenos Aires. Tusquets.
- _____ (1988) *Los dominios del hombre. las encrucijadas del laberinto* Barcelona Gedisa
- CAZÉS Daniel [Coord.] (2000) *La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*, México, CONAPO. Comisión Nacional de la Mujer
- _____ y Enrique CALDERON ALZATI (1994) *Tecnología ciudadana para la democracia Una guía de observación independiente*, México, CEIICH - UNAM.
- _____ (1993) *Crónica 1968* México. Plaza Valdez.
- _____ (1973) *Los revolucionarios* México Grijalbo
- CHANADY A [ed] (1994) *Latin America Identity and Constructions of Difference* Minneapolis University of Minnesota
- CHAPARRO Y NIÑO C. (1996) *Usos, costumbres e imaginarios en el espacio público* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT (mimeo)
- CLIFFORD J (1999) *Itinerarios transculturales*, Barcelona, Gedisa
- _____ (1995) Las culturas del viaje. en: *Cultura y comunicación. prácticas y estilos. Revista de Occidente* (Madrid) No 170 - 171 (julio - agosto)
- CONCHA A, CARRIÓN, F. y COBO G (1994) *Ciudad y violencias en América Latina* Quito Programa de Gestión Urbana - Banco Mundial
- CONSEJO DE EUROPA (1997) *In from the Margins: A Contribution to the Debate on Culture and Development in Europe* Estrasburgo Council of Europe Publishing
- CONSEJO TERRITORIAL DE PLANEACIÓN DE SANTA FE DE BOGOTÁ [ed] (1995) 'Transformar la ciudad con la ciudadanía' Santa Fe de Bogotá
- CONVENIO ANDRES BELLO (2000a) *Gestión cultural conceptos* Bogotá Convenio Andrés Bello Universidad del Valle Grupo de Educadores Populares
- _____ (2000b) *Gestión cultural. prácticas* Bogotá Convenio Andrés Bello Universidad del Valle Grupo de Educadores Populares
- COPPOLA P (1980) *Análisis y diseño de los espacios que habitamos* México Editorial Concepto
- COSTA B (1997) *Comunicación para la ciudadanía: en el Brasil un sistema en construcción en Latinoamérica* Quito Friedrich Ebert Stiftung
- CORREDOR C (1992) *Los límites de la modernización* Bogotá CINEP



- CRUZ CONFLY, F. (1996) Las ciudades literarias, en: *Pensar la ciudad*, Bogotá, Tercer mundo, p. 191-214.
- _____ (1994) La sombrilla planetaria. ensayos sobre la modernidad y la posmodernidad en la cultura Bogotá Editorial Planeta
- CUBIDES H., LAVERDE, M. C. y VALDERRAMA C.E. [eds.] (1998) *Viviendo a toda Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá Universidad central - DIUC Siglo del Hombre Editores
- CUERVO I. M. (1996) Ciudad y Complejidad. la magnitud del reto en: *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo p 21-44.
- _____ (1995) *Génesis histórica y constitución de Bogotá como ciudad moderna* Bogotá Corporación SOS Colombia - Viva la Ciudadanía
- CURRAN MORLEY y WALKERDINE (1986) *Estudios culturales y comunicación* México Fondo de Cultura Económica
- DA MATTA Roberto (1978) Você sabe con quem está falando?: um ensaio sobre a distinção entre indivíduo e pessoa no Brasil en *Carnavais malandros e heróis* Rio de Janeiro Zahar
- DE CARVALHO, J. J. (1991) Las dos caras de la tradición: lo clásico y lo popular en la modernidad latinoamericana en: *Cultura y pospolítica*, México, CONACULTA.
- _____ (1993) Políticas culturales y heterogeneidad radical en América Latina en: *I Encuentro de Gestión Cultural* Bogotá. Convencio Andrés Bello - COLCULTURA
- DE LA CAMPA, R. (1993) Transculturación y posmodernidad: ¿destinos de la producción cultural latinoamericana?, en: *Memorias: Jornadas Andinas de Literatura Latinoamericana* Jalla La Paz Plural Editores pp 133 -150
- DE MORAGAS M. [ed.] (1982) *Sociología de la comunicación de masas* Barcelona Gustavo Gili
- DEAR y FLUSTY (1999) The posmodern urban condition en. *Spaces of culture City - Nation - World* London SAGE
- DELEUZE G. (1989) *Lógica del sentido*, Barcelona, Paidós
- _____ y GUATTARI F. (1988) *Mil mesetas Capitalismo y esquizofrenia* Valencia Pre-textos
- DERRIDA J. (1989) *Márgenes de la filosofía* Madrid Cátedra
- DILTHEY W. (1990) *Teoría de las concepciones de mundo* México CNCA
- DREYFUS H. y RABINOW P. (1988) *Michel Foucault más allá del estructuralismo y la hermenéutica* México UNAM
- DU MONI I. (1987) *Ensayos sobre el individualismo* Madrid Alianza
- ECEHVERRIA Bolívar (2001) *Definición de la cultura* México Itaca UNAM
- ELIAS N. (1989) *El proceso de la civilización Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas* México Fondo de Cultura Económica
- ESCUOLA SUPERIOR DE ADMINISTRACION PUBLICA -ESAP- (1991) *Constitución Política de Colombia 1991* Bogotá ESAP
- EUROCHIES (1994) *European Urban Management* Londres PGI
- EUROPEAN COMISION REPORT (1993) Europe 1990 - 2000: Multiculturalisms in the City the Integration of Immigrants en: *Studies and Texts* No 25 Estrasburgo Consejo de Europa
- EVERETT M. (1998) Memorias del futuro: la nostalgia y planeación urbana en: *La ciudad observada Violencia cultural y política* Bogotá Tercer Mundo p 439-461
- FEATHERSTON, M. [dir.] (1990) *Global culture Nationalism, Globalization and Modernity* Londres SAGE
- _____ LASH y ROBERSON [dirs.] (1995) *Global modernity* Londres SAGE
- FERRY J.M. et al (1992) *El nuevo espacio público* Barcelona Gedisa
- FIGEROA E., et al (1995) *El rol de las municipalidades en la gestión del transporte y del desarrollo metropolitano* Santiago de Chile Banco Mundial - CEPAL - Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas
- FONDO MIXTO PARA LA PROMOCION DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE SANTA FE DE BOGOTÁ D.C. (1997) *Ley General de Cultura* Bogotá Fondo mixto para la promoción de la cultura y las artes de Santa Fe de Bogotá D.C.
- FONTCUBERIA M. (1983) *Alternativas en comunicación* Barcelona Mitre

- FOUCAULT M. (1991) *Saber y verdad*. Madrid, Ed. La Piqueta.
- _____ (1988) 'El sujeto y el poder'. En: Dreyfus y Rabinow *Michel Foucault más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. México UNAM.
- _____ (1984) *Las palabras y las cosas*. Barcelona, Planeta.
- _____ (1980a) *La microfísica del poder*. Barcelona, Ed. La Piqueta
- _____ (1980b) *El orden del discurso*. Barcelona, Tusquets
- _____ (1976) *Vigilar y castigar*. México Siglo XXI
- _____ (1972) *La arqueología del saber*. México Siglo XXI
- FRIED D. (1994) *Nuevos paradigmas cultura y subjetividad*. Buenos Aires Paidós
- FUNDACION CORONA (1998) *Hacia una agenda para Santa Fe de Bogotá Logros de la administración Mockus-Bromberg y retos futuros*. Bogotá PROCOMUN
- GALINDO CASCERES, J. (1998) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México, Pearson
- _____ (1994) Desde la cultura y más allá de la cultura. Notas sobre algunas reflexiones metodológicas en GONZÁLEZ Jorge A y Jesús Galindo Cáceres [Coord.] *Metodología y cultura*. México CONACULTA pp 205-234
- GALINDO I. J. (1990) *La mirada al centro. Vida urbana en movimiento*. Guadalajara ITESO
- _____ (1987) *Movimiento social y cultura política: discurso, conciencia historia*. Colima Universidad de Colima
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999b) Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano en GARCÍA CANCLINI, Néstor y Carlos Juan Moneta [Coord.] *Las industrias culturales en la integración Latinoamericana*. México-Caracas UNESCO SELA y Grijalbo pp 35-63
- GARGARELLA, R. (1999) *Las teorías de la justicia después de Rawls. Un breve manual de filosofía política*. Barcelona Paidós
- GIDDENS Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época de la sociedad contemporánea*. Barcelona, Península.
- _____ (1994a) *Sociología*. México, Alianza.
- _____ (1994b) *Consecuencias de la modernidad*. Madrid Alianza
- _____ y otros (1991) *Teoría social hoy*. México Alianza
- GIL CLAVO E. (1988) *Los depredadores audiovisuales. Juventud urbana y cultura de masas*. Madrid Tecnos
- GILBERT A. (1996) *The mega-city in Latin America*. New York UNY
- GIMENEZ G. (1981) *Poder Estado discurso*. México UNAM
- GIRALDO F. (1999) *Ciudad y crisis ¿Hacia un nuevo paradigma?*. Bogotá Tercer Mundo
- _____ (1997) *La política y la ciudad*. Bogotá, ESAP
- _____ (1996) La ciudad: La política del ser en: *Pensar la ciudad*, Bogotá, Tercer mundo p 3-20
- _____ y VIVIESCAS [comp.] (1996) *Pensar la ciudad*, Bogotá, Tercer mundo
- _____ y VIVIESCAS [comp.] (1991) *Colombia: el despertar de la modernidad*. Bogotá Foro
- GIRALDO I. M. (2001) *Ciudades escritas*. Bogotá Convenio Andrés Bello
- GIRARD A. (1982) Cultural Industries, a Handicap or a New Opportunity for Cultural Development? En *Cultural Industries*. París UNESCO
- GILIN I. (2000) El auge de la política de la identidad. Un examen y una crítica, en: Benjamín Arditi [ed.] *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. Caracas Nueva Sociedad pp 37-46
- GOFFMAN E. (1991) *Los momentos y sus hombres*. Barcelona, Paidós
- _____ (1979) *Relaciones en público. microestudios del orden público*. Madrid Alianza
- GOLDBERG D. I. [ed.] (1994) *Multiculturalisms. A critical reader*. Cambridge Mass & Oxford Basil Blackwell
- GONZÁLEZ, J. A. (1994) *Más (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México, CONACULTA
- _____ y J. GALINDO CASCERES [Coord.] (1994) *Metodología y cultura*. México CONACULTA
- GONZÁLEZ REQUENA Juan (1995) *El discurso televisivo espectáculo de la posmodernidad*. Madrid Cátedra
- GRAHAM S. y MARVIN S. (1996) *Telecommunications and the city*. Londres Routledge

- GRAMSCI A (1999) *Cuadernos de la cárcel*. México Diana
- GUERRERO, Juan Pablo (1995) La evaluación de políticas públicas: enfoques teóricos y realidades en nueve países desarrollados en. *Gestión y política pública* Vol 4 primer semestre México CIDE pp 47-115
- GUZMAN I. (1997) Componentes actitudinales de autoritarismo, intolerancia y conservadurismo en ciudadanos de Santa Fe de Bogotá Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- _____ (1997) Encuesta de salida sobre los semilleros de convivencia llevados por 10 ONG en 10 localidades de la ciudad de Santa Fe de Bogotá Bogotá. Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- HABERMAS J (1999) *La inclusión del otro*, Barcelona, Paidós
- _____ (1989) *Problemas de legitimidad en el capitalismo tardío* Buenos Aires Amorrortu
- _____ (1989) *El discurso filosófico de la modernidad*, Buenos Aires Taurus
- _____ (1987) *La teoría de la acción comunicativa*. Madrid, Taurus
- _____ (1981) *Historia y crítica de la opinión pública* Barcelona Gustavo Gili
- HAIDAR J (1998) Análisis del Discurso. en: *Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación* México Pearson p 117 - 164
- HALL, E I (1973) *La dimensión oculta* México. Siglo XXI
- HAMELINK C (1983) *Cultural Autonomy in Global Communications* New York Longman
- HANNERZ U (1998) *Conexiones transnacionales: cultura, gente, lugares*, Madrid, Cátedra
- _____ (1986) *Exploración de la ciudad* México Fondo de Cultura Económica
- HARVEY D (1973) *Urbanismo y desigualdad social* Madrid Siglo XXI
- HARVEY Edwin (1990) *Derechos culturales en Iberoamérica y el mundo* Madrid Quinto Centenario
- HAWLEY A H (1975) *Ecología humana* Madrid Tecnos
- HEDERLINGHAUS, H. (1998a) La modernidad ha comenzado a hablarnos desde donde jamás lo esperábamos En: *Mapas nocturnos Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*, Bogotá DIUC – Siglo del Hombre
- _____ (1998b) 'La otra trama de la modernidad o ¿para qué sirve pensar posmodernamente desde la periferia?' En: *Revista Nómadas* Bogotá, No. 8 (marzo – septiembre), pp 89 – 101
- _____ y WALTER, M [eds] (1994) Posmodernidad en la periferia Enfoques latinoamericanos de la nueva teoría cultural Berlín
- HIRSCHMAN, A. (1986) *Interés privado y acción pública*, México, Fondo de Cultura Económica
- _____ (1972) *Las pasiones y los intereses Argumento político del capitalismo antes del triunfo* México Fondo de Cultura Económica
- HOBERMAN Y MILES (1994) *Qualitative data analysis* California SAGE
- HOFMEISTER W y THIESING J [eds] (1995) *Medios de comunicación democracia y poder* Buenos Aires Ciedla
- HOLSTON J y APPUDURAI A (1996) Cities and citizenship en: *Public culture* No 8 p 187-204
- HOPENHAYN, Martín (2000) Cultura y participación. entradas para el debate, en. KLIKSBURG, Bernardo y Luciano Tomassini [Comp.] *Capital social y cultura. claves estratégicas para el desarrollo*, México, Banco Interamericano de Desarrollo Fundación Felipe Herrera Universidad de Maryland Fondo de Cultura Económica pp 231-244.
- _____ (1999) Nuevas relaciones entre cultura, política y desarrollo en América latina, en: *Las dimensiones sociales de la integración regional en América Latina* Libros CEPAL 48 Santiago de Chile CEPAL – ONU
- HOYOS VASQUEZ G (1996) Ética para ciudadanos en. *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo p 287-310
- <http://inforegio.ccc.eu.int/urban.audit/src/links> (Auditoria de ciudades de la Unión Europea)
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co> (Sitio oficial de la Alcaldía de Bogotá)
- <http://www.banrep.gov.co/blaavirtual/home.htm> (Biblioteca Luis Ángel Arango – Banco de la República Bogotá Colombia)
- <http://www.cab.int.co/secab.htm> (Sitio oficial de la Secretaría del Convenio Andrés Bello)

- <http://www.cambio16.com.co> (revista Cambio 16 Bogotá Colombia)
- <http://www.cepal.org> (Comisión Económica para América Latina)
- <http://www.cibc.org> (Comisión Iberoamericana de Ciudades)
- <http://www.civitas.es.barcelona2004.org> (proyecto Barcelona 2004)
- <http://www.claeso.org> (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales)
- <http://www.dane.gov.co> (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas – Colombia)
- <http://www.demueca.or.cr/sim/centros.shtml> (Sistema de Información Municipal)
- <http://www.elspectador.com> (diario El Espectador Bogotá Colombia)
- <http://www.alexpreso.com/default.htm> (Sistema de información sobre ciudades colombianas)
- <http://www.eltiempo.com> (diario El Tiempo Bogotá Colombia)
- <http://www.eurosur.org/ceinci/ceinci0.htm> (Centro de estudios municipales y cooperación internacional)
- <http://www.idct.gov.co> (Sitio oficial del Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá)
- <http://www.iigov.org> (PNUI – Gobierno de Barcelona)
- <http://www.istanbul5.org/spanish> (Encuentro HABITAT Estambul 5)
- <http://www.lorelatos.com> (Historias urbanas de la Bogotá contemporánea)
- <http://www.mincultura.gov.co> (Ministerio de Cultura de Colombia)
- <http://www.oei.es> (Organización de Estados Iberoamericanos)
- <http://www.onu.org> (Sitio oficial de Naciones Unidas)
- <http://www.semana.com.co> (Revista Semana Bogotá Colombia)
- <http://www.sinpro.gov.co/idu> (Instituto de Desarrollo urbano – Colombia)
- <http://www.unehc.org> (Centro de las Naciones Unidas para las Poblaciones Humanas – HABITAT)
- <http://www.unesco.org> (Sitio oficial de la UNESCO)
- <http://www.urbanobservatory.org> (Observatorio urbano Europeo)
- <http://www.uv.es/cole/evinternet> (Unión Europea)
- <http://www.ziplink.net/p/politics.html> (Politics and culture publications links)
- FRIARTE Y SANCHEZ (1997) *El centro comercial como espacio de consumo cultural* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- JANKOWSKY y JENSEN. (1993) *Metodologías cualitativas en comunicación de masas* Barcelona Iesys
- JAMENSON F. (1993) Conflictos interdisciplinarios en la investigación sobre cultura en: *Alteridades* No 5 México p 93-117
- JARAMILLO, S. (1997) *Bogotá a través de las palabras* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- JARAMILLO PINZON, J. (1997) *Cultura espacio público y tiempo libre* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- JELIN E. (1998) Cities culture and globalization en: UNESCO *World Culture Report* p 105-124
- JOSEPH Isaac (1988) *El transeúnte y el espacio urbano* Barcelona. Gedisa

- KEANE J (1995) Structural Transformations of the Public Sphere en: *The Communication Review* vol 1 No 1 San Diego
- KERENYI K et al (1994) *Arquetipos y símbolos colectivos* Barcelona Anthropos
- KING KEOHANE Y VERBA, S. (2000) *El diseño de la investigación social La inferencia científica en los estudios cualitativos* Madrid Alianza
- KLIKSBERG, Bernardo (2000) Seis tesis no convencionales sobre participación en: KLIKSBERG, Bernardo y Luciano Tomassini [Comp.] *Capital social y cultura. claves estratégicas para el desarrollo*, México, Banco Interamericano de Desarrollo Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland Fondo de Cultura Económica pp 167-195.
- _____ (1999) Desigualdad y desarrollo en América Latina: el debate postergado. en: *Revista del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo Reforma y Democracia* México CLAD p 7-58
- KNOX P J y TAYLOR P J (1995) *World Cities in a World-System* Cambridge Cambridge University Press
- KOOLHASS R (1995) Más que nunca la ciudad es todo lo que tenemos en: *Arquis* No 6 Buenos Aires
- KROTZ Esteban (1997) La dimensión utópica de la cultura política. Perspectivas antropológicas. en: WINOCUR Rosalía [Comp.] *Culturas políticas a fin de siglo* México FLACSO/Juan Palos Editores
- KYMLICKA W (1996) *Ciudadanía multicultural: una teoría liberal de los derechos de las minorías* Barcelona Paidós
- LACARRIÉL, M. y RAGGIO, L. (1995) La ciudadanía simbólica en el marco de la globalización, en: *Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano* No 16 Buenos Aires
- LACLAU E (1996) Universalismo particularismo y la cuestión de la identidad en: *Emancipación y diferencia* Buenos Aires, Ariel
- _____ y MOUFFE, Ch (1987) *Posición de sujeto y antagonismo la plenitud imposible* Madrid Siglo XXI
- _____ (1979) *Política e ideología en la teoría marxista*, Madrid Siglo XXI
- LAKOFF G y JOHNSON M (1986) *Metáforas de la vida cotidiana* Madrid Cátedra
- LE GOFF (1994) *Lo maravilloso y los cotidianos en el occidente medieval* Barcelona Gedisa
- LE PETIT B (1998) La larga duración en la actualidad en: *Segundas jornadas braudelianas Historia y ciencias sociales* México Instituto Mora - UAM p 15-29
- LEAL J y CORIÉS I. (1995) *La dimensión de la ciudad* Madrid Centro de Investigaciones Sociológicas
- LECHNER N (1998) Nuestros miedos, en: *Perfiles latinoamericanos* No 13, México, diciembre, pp 179 - 198.
- _____ (1995) ¿Por qué la política ya no es lo que fue?, en: *Nexos*, México, No. 216, diciembre de 1995 Pp. 63-73.
- _____ (1987) La democracia en el contexto de una cultura posmoderna en: *Cultura política y democratización* Buenos Aires. FLACSO
- _____ (1982) *Notas sobre la vida cotidiana. habitar trabajar consumir* Santiago de Chile. FLACSO
- LEFEVRE Henri (1978) *El derecho a la ciudad*, Barcelona. Península
- _____ (1970) *La vida cotidiana en el mundo moderno* Madrid Alianza
- LÉVI-STRAUSS C (1983) *La identidad* Barcelona Argot
- LICONA Wiston (1999) El profesional de la gestión cultural en Iberoamérica en los ámbitos público y privado, conferencia presentada en el marco del *Congreso Iberoamericano de Gestión y Políticas Culturales. El profesional y la cooperación cultural hacia el III milenio* Bilbao Universidad de Deusto 23 al 24 de septiembre (mimeo)
- LIPOVETSKY, Guilles. (2000) Espacio privado y espacio público en la era posmoderna en: Benjamín Arditi [ed.] *El reverso de la diferencia Identidad y política* Caracas Nueva Sociedad pp 23-36
- LOPEZ MICHELSEN, A. (1997) La ciudad en los años 20 Un tranvía llamado ciudad en: *Bogotá la ciudad* Bogotá Consuelo Mendoza Ediciones pp 11 - 22
- LULLÉ J (1998) Prácticas y representaciones en torno a la vivienda y a la ciudad en: *La ciudad observada Violencia cultura y política* Bogotá Tercer Mundo p 463- 490
- LYNCH K (1984) *La imagen de la ciudad* Barcelona Gustavo Gili
- LYOTARD J F (1998) *La posmodernidad (explicada a los niños)* Barcelona Gedisa

- _____ (1987) *La condición posmoderna*, Madrid Cátedra.
 _____ (1983) *La diferencia* Barcelona Gedisa
- MAFFESOLI, M. (2000) Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas en Benjamín Arditi [ed.] *El reverso de la diferencia Identidad y política* Caracas Nueva Sociedad pp 37-46
- MARSHALL, T. H. (1997) Ciudadanía y clase social en: Revista Española de Investigaciones Sociales No 79 julio - septiembre, pp. 297-341.
 _____ (1964) *Class, Citizenship and Social Development*. New York Doubleday & Company Inc. - Garden City
- MALAVIER J.A. (1996) La ciudad son los hombres los hombres son la ciudad en: *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo pp 239-264.
- MARIÑO C. (1998) La construcción de una ciudad a partir de la dinámica urbana representaciones e imaginarios Bogotá Oficina Asesora de Investigación de Ciudad - IDCT (mimeo)
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1999) Retos culturales de la comunicación a la educación, en MORENO Marisol y Esméralda Villegas [Comp.] *Relaciones, aproximaciones y nuevos retos Comunicación educación y cultura* Bogotá Cátedra UNESCO de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana
- MARTÍN SERRANO, M. et al (1982) *Teoría de la comunicación Epistemología y análisis de la referencia* Madrid A Corazón
 _____ (1977) *La mediación social* Madrid Akal
- MAIO D. (1995) *Crítica de la modernidad globalización y construcción de identidades* Caracas Universidad Central de Venezuela
 _____ [coord.] (1994) *Teoría política de la construcción de identidades y diferencias* Caracas UNESCO - Nueva Sociedad
- McQUAIL D. (1972) *Sociología de los medios masivos de comunicación* Buenos Aires Paidós
- MICHAELSEN, SCOTT y JOHNSON [eds.] (1997) *Border theory: The limits of cultural politics* Minneapolis MN University of Minnesota Press
- MICELI S. (1984) *Estado y cultura en Brasil* San Pablo DIFEL
- MIGNAQUI I. (1995) Buenos Aires Ciudad Metropolitana. Intervenciones urbanas y políticas de ajustes ¿Modernismos sin modernización? en: *Arquís* No 6 Buenos Aires
- MILUNAS A. y ROTA, J. (1998) *Technocracy and Democracy. Issues in teh politics of Communication*. New Jersey Hampton Press
- MOLLENKOPF J. [ed.] (1989) *Power Culture and Place. Enssays on New York City* New York Russell Sage Foundation
- MONETA Carlos Juan (1999) Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e integración regional, en GARCIA CANCLINI, Néstor y Carlos Juan Moneta [Coord.] *Las industrias culturales en la integración Latinoamericana* México-Caracas UNESCO SELA y Grijalbo pp 21-34
- MONS A. (1994) *La metáfora social imagen territorio comunicación* Buenos Aires Nueva Visión
- MONTOYA J. (1996) Entre un desorden de lo real y un nuevo orden de los imaginarios: la ciudad como conflicto de memorias en: *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo p 69-80
- MORIN E. (1994a) La noción de sujeto en: *Nuevos paradigmas Cultura y Subjetividad* Buenos Aires Paidós pp 67 - 85
- MORLEY D. (1992) *Televisión, audiencias y estudios culturales* Buenos Aires Amorrortu
- MORSE R. y HARDOY [Comps.] (1985) *Cultura urbana latinoamericana* Buenos Aires CLACSO
- MUÑOZ J. (1996) *Investigación para orientar las políticas de recuperación y manejo del espacio público bogotano* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT (mimeo)
- MUÑOZ S. (1998) Visiones de una joven en la urbe en: *Viviendo a toda Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades* Bogotá Universidad central - DIUC Siglo del Hombre Editores p 22 - 37
- NACIONES UNIDAS (1968) *Pactos Internacionales de Derechos Humanos* Nueva York ONU

- NOYA MIRANDA, F (1997) Ciudadanía y capital social Estudio preliminar en torno a ciudadanía y clase social de F. H Marshall en: *Revista Española de Investigaciones Sociales*. No 79, julio - septiembre pp 267-296
- OAKESHOTT, Michael (1975) *On Human Conduct*. Oxford
- ORIZ S (1997) Encuesta sobre la percepción y el sentido de pertenencia de los ciudadanos de Santa Fe de Bogotá con respecto a su barrio y a su localidad Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - IDCT (mimeo)
- ORIZ, R (1997) *Mundialización y cultura*. Buenos Aires, Alianza.
 _____ et al (1995) *Los medios. nuevas plazas en la democracia*. Lima, Calandria
- PASQUALI, A (1998) *Bienvenido global village*. Caracas Monte Avila
- PEREA C.M. (1999) *Juventud, identidad y espacio público*. Bogotá Oficina Asesora de Investigación de Ciudad - IDCT (mimeo)
 _____ (1998) Somos expresión, no subversión. Juventud, identidades y esfera pública en el suroriente bogotano en: "Viviendo a toda" *Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá Universidad central - DIUC Siglo del Hombre Editores pp 129 - 150
- PEREC Georges (1999) *Especies de espacios*. Barcelona Montesinos
- PÉREZ TORNERO J.M. et al (1996) *Tribus urbanas*. Barcelona. Gedisa
- PERGOLIS Juan Carlos (1999) Las plazas de Bolívar, en: *Revista Número* No. 21 (marzo - mayo) Bogotá, pp 32 -37
 _____ (1998) La ciudad de los milagros y las fiestas. Redes y nodos en las creencias de la rumba en Bogotá Bogotá Tercer Mundo Editores - Observatorio de Cultura Urbana
 _____ (1995) La poética del fragmento. La ciudad actual como red de comunicación, en: *Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Bogotá Cátedra UNESCO de Comunicación Social - Pontificia Universidad Javeriana
 _____ (1996) *Redes y fragmentos en la cultura y el espacio en Santa Fe de Bogotá*. Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT. (mimeo)
 _____ (1985) Lo clásico, lo popular y el gusto en la arquitectura de las ciudades latinoamericanas, en: PINI I [comp] *Arte y arquitectura latinoamericana*. Bogotá Universidad Nacional de Colombia pp 175-187
- PERULLI P (1995) *Atlas metropolitano. el cambio social en las grandes ciudades*. Madrid Alianza Universidad
- POSTMAN N. (1991) *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show-business*. Barcelona Ediciones de la Tempestad
- PRIGOGINE, Ilya (1994) ¿El fin de la ciencia? en: *Nuevos paradigmas. Cultura y Subjetividad*. Buenos Aires Paidós pp 37 - 60
- PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (1995) *Bogotá 2000. Síntesis de diagnóstico, temas críticos líneas estratégicas, objetivos y subobjetivos*. Comité técnico del Plan Estratégico Bogotá PNUD
- PUTMAN R. D. (1993) *Making democracy work. Civic traditions in modern Italy*. Princeton Princeton University Press
- RAMA A. (1985) *La crítica de la cultura en América Latina*. Caracas Biblioteca de Ayacucho
- RECONDO G. [comp] (1997) *Mercosur. la dimensión cultural de la integración*. Buenos Aires Ciccus
- REGUILLO Rossana (2000) La clandestina centralidad de la vida cotidiana en: LINDON Alicia [Coord] *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. México Anthropos El Colegio Mexiquense Universidad Nacional Autónoma de México pp. 77-93.
 _____ (1998a) El año dos mil. ética, política y estéticas. imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano, en: "Viviendo a toda" *Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá Universidad central - DIUC, Siglo del Hombre Editores p. 57 - 82
 _____ (1998b) Rompecabezas de una escritura: Jesús Martín Barbero y la cultura en América Latina en: *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*. Bogotá, DIUC - Siglo del Hombre
 _____ (1996) Juventud y exclusión o de la pobreza de la política social, en: VALENCIA Enrique [Coord] *¿Devaluación de la política social?*. Guadalajara Red Observatorio Social
- RENAUD A. (1989) *Videoculturas del fin de siglo*. Madrid Cátedra
- RESTREPO S. (1997) *Bogotá al final del siglo XX*. Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT (mimeo)

- REVEL J (1995) La historia y las ciencias sociales una confrontación inestable en: *Segundas jornadas braudtelianas Historia y ciencias sociales* México Instituto Mora – UAM pp 79-92
- RICOEUR Paul (2000) *De texto a la acción Ensayos de hermenéutica II* Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica
- _____ (1989) Para una teoría del discurso narrativo en: *Semiosis*, No. 22 –23, Xalapa Veracruz.
- _____ (1987) *Tiempo y narración La configuración del tiempo histórico* Madrid Ed Cristiandad Tomo I
- _____ (1977) *La metáforaética* Buenos Aires. Megalópolis
- REY Germán (1999) Integración y reacomodamientos de las industrias culturales en: GARCIA CANCLINI Néstor y Carlos Juan Moneta [Coord.] *Las industrias culturales en la integración Latinoamericana* México – Caracas UNESCO SELA y Grijalbo pp 375–398
- RIZAR G (1996) *La McDonalización de la sociedad un análisis de la racionalización de la vida cotidiana* Barcelona Ariel
- RODRÍGUEZ A y WINCHESTER L. (1996) Cities Democracy and Governance in Latin America en: *International Social Science Journal* No 147 UNESCO
- RODRÍGUEZ J.A. (1997) *Jóvenes, cultura y ciudad* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana – Observatorio de Cultura Urbana – IDCT (mimeo)
- RONCANGHILOLO, R. (1998) ¿Integración cultural versus globalización?, en. *Cultura* No 21 abril Santiago de Chile
- _____ (1997) Los espacios culturales y su onomástica en: *Diálogos de la comunicación* No 50 Lima FELAFACS
- RONCAYOLO M (1988) *La ciudad* Barcelona Paidós
- ROSALDO R (1991) *Cultura y verdad nueva propuesta de análisis social* México Grijalbo
- ROZSAK I (1970) *El nacimiento de una contracultura* Barcelona Kairós
- RUBERT DE VENTÓS X (1994) *Nacionalismos El laberinto de la identidad* Madrid Espasa Calpe
- RUBIO ANGULO, J (1993) La ciudad: lugar y símbolo de la comunicación. en. *Signo y Pensamiento* No 22 Santa Fe de Bogotá Colombia Facultad de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana
- SAADE CALVO JMENEZ Y FIGUEROA (1998) *Bogotá en la trastienda, la ciudad y los espacios del licor prohibido* Bogotá Oficina Asesora de Investigación de Ciudad – IDCT (mimeo)
- SACHS C (1996) Humanizing the city en *International Social Science Journal* No 147 UNESCO
- SALAZAR A (1990) *No nacimos p a semilla* Bogotá CINEP
- SAI DARRIAGA Alberto (1986) *Arquitectura y cultura en Colombia* Bogotá Universidad Nacional
- SAMPER PIZANO, D (1997) La ciudad en los años 60. El amor en los tiempos del pelo largo en: *Bogotá la ciudad* Bogotá Consuelo Mendoza ediciones pp 37 – 46
- SANCHEZ A.I. (1995) *Procesos urbanos contemporáneos* Bogotá Fundación Alejandro Angel Escobar
- ŠANCHEZ Y PATIÑO (1998) *Artesanos y vendedores de artesanías de las calles de Bogotá. prácticas usos y estilos de vida* Bogotá Oficina Asesora de Investigación de Ciudad – IDCT (mimeo)
- SANTOS M (1996a) *Metamorfosis del espacio habitado* Barcelona, Oikos – Tau
- _____ (1996b) *De la totalidad del lugar* barcelona Oikos – Tau
- SARLO B (1996) *Instantáneas Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires Ariel
- _____ (1988) *Una modernidad periférica* Buenos Aires Ediciones nueva Visión
- SARTORI G (1997) *Homo videns, la sociedad teledirigida* México Taurus
- _____ (1988) *Teoría de la democracia* Madrid Alianza 2 volúmenes
- SASSEN S (1998) *Globalization and Its Discontents. Essays on the New Mobility of People and money* New York The New Press.
- _____ (1994) *Cities in a World Economy* Thousand Oaks California Pine Forge Press
- _____ (1991) *The Global City: New York London Tokyo* Princeton Princeton University Press
- SATTERTHWAITE D (1995) *Global Report on Human Settlements* UNCHS Habitat

- SCHTEINGARI M [ed] (1999) *Políticas sociales para los pobres en América Latina* México D F , Miguel Angel Porrúa
- SCHUTZ A (1974) *El problema de la realidad social*. Buenos aires Amorrortu
 _____ (1972) *Fenomenología del mundo social*. Buenos Aires, Paidós
 _____ y LUCKMANN T (1977) *Las estructuras del mundo de la vida* Buenos Aires Amorrortu
- SEN A (2000) La razón antes que la identidad. en: *Letras Libres*. No. 23 diciembre México. pp 14-19
- SENNETT R. (1996) *Uses of Disorder. Personal Identity and City Life* Londres. Faber & Faber
 _____ (1980) *Narcisismo y cultura moderna*, Barcelona, Kairós.
 _____ (1978) *El declive del hombre público* Barcelona. Península
- SERRES M (1995) *Atlas*. Madrid Cátedra
- SERVAES J y LIE, R. (1997) *Media and Politics in Transition. Cultural Identity in the Age of Globalization* Leuven - Amersfoort Acco
- SIERRA F (1998) Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social en: *Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación*, México. Pearson p 117 - 164
- SILVA A (1993) Ciudad imaginada. en: *Signo y Pensamiento* No 22 Bogotá Colombia Facultad de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana pp 19 - 27
- SILVA M (1997) La ciudad en los años 80 La estrategia del arrasamiento en: *Bogotá la ciudad* Bogotá Consuelo Mendoza Ediciones pp 47 - 56
- SIMMEL G (1986) Las grandes urbes y la vida del espíritu en: *El individuo y la libertad ensayos de critica de la cultura* Barcelona Península
- SOUSA SANTOS. B. (1999) Towards a multicultural conception of human rights en: *Spaces of culture City - Nation - World* London SAGE
- STAREZ G (1998) Cultura Ciudadana en el tránsito. Una visión pedagógica de la movilidad en: *La ciudad observada Violencia cultura y política* Bogotá Tercer Mundo p 259-268
- SUBIRATS J. (1995) Los instrumentos de las políticas, el debate público y el proceso de evaluación en: *Gestión y política pública* vol IV núm 1 México CIDE p 5 - 24
- TORO J B (2000) *El ciudadano y su papel en la construcción de lo social* Bogotá Alcaldía Mayor de Bogotá
- TOURAINÉ A (1997) *¿Podemos vivir juntos?* México. Fondo de Cultura Económica
- TUDOR A (1974) *Cine y comunicación social*. Barcelona. Gustavo Gili
- URIBE M V (1996) Bogotá en los noventa un escenario de intervención en: *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo p 391-408
- VALLEJO A (1999) Las calles de Bogotá en: *Revista Número* No 21 marzo-mayo Bogotá p 21
- VATTIMO G. (1990) *La sociedad transparente*, Barcelona. Paidós
 _____ (1986) *El fin de la modernidad* Barcelona Gedisa
- VIGNOLO P. (1997) *La ciudad y el deseo. lugares cotidianos, no lugares, imaginarios geográficos en Santa Fe de Bogotá* Bogotá Programa de Cultura Ciudadana - Observatorio de Cultura Urbana - IDCT (mimeo)
- VILIRIO P (1989) *La máquina de visión*, Madrid, Cátedra
 _____ (1988) *Estética de la desaparición* Barcelona Anagrama
- VILLASANTE. Tomás (1998a) Cuatro redes para mejor-vivir 1 en: *Del desarrollo local a las redes para mejor-vivir* Buenos Aires, Lumen
 _____ (1998b) Cuatro redes para mejor-vivir 2 en: *Del desarrollo local a las redes para mejor-vivir* Buenos Aires Lumen
- VIVIESCAS Fernando (2000) El transporte en Bogotá: el agresivo dominio de la simplicidad en: *Revista Número* núm 21 (marzo - mayo) Bogotá, pp. 74 - 77
 _____ (1996) La ciudad: La calidad del espacio para la vivencia en: *Pensar la ciudad* Bogotá Tercer mundo pp 143-170

- WARD P (1990) *México. una megaciudad Producción y reproducción de un medio ambiente urbano* México CNCA - Alianza
- WELSCH W. (1999) Transculturality: the puzzling form of cultures today en: *Spaces of culture City - Nation - World* London SAGE
- WERBNER P. y MODOOD, T [eds] (1997) *Debating Cultural Hybridity. Multicultural Identities and the Politics of Anti-Racism* Londres / Nueva Jersey Zed Books
- WILLIAMS R (1983) *Culture* Londres Fontana
- WINNICOTT D (1979) *Realidad y juego* Buenos Aires Gedisa
- WOLF M (1982) *Sociología de la vida cotidiana* Madrid Cátedra
- ZALLO R (1992) *El mercado de la cultura* San Sebastián Hirugarren Prenta
- ZARONE G (1993) *Metafísica de la ciudad Encanto utópico y desencanto metropolitano* Valencia Universidad de Murcia y Pre-textos
- ZERMENO Guillermo (1994) En busca del lugar de la historia en la modernidad, en: GONZÁLEZ, J y Jesús Galindo [Coord] *Metodología y cultura* México D F Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
- ZERMENO S (1996) *La sociedad derrotada* México Siglo XXI

ANEXOS

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 1. Presupuesto destinado al Instituto Distrital de Cultura y Turismo para el desarrollo de la prioridad de Cultura Ciudadana

Según cifras consolidadas por el Departamento de Planeación Distrital la Administración inmediatamente anterior que comprende el periodo de 1992 a 1995 realizó una inversión en el área de cultura a través del Instituto Distrital de Cultura y Turismo, de un poco más de 10 millones de dólares. Y que en cifras de inversión total corresponderían a menos del 0.04% del presupuesto total para la ciudad en esos tres años.

Por su parte la Administración Distrital de 1995-1997 destinó a la Prioridad de Cultura Ciudadana el 3% del 100% los recursos de inversión del Plan, suma que asciende a 161 486 millones de pesos de 1995, de los cuales el Instituto Distrital de Cultura y Turismo tendría a su cargo 51 900 millones de pesos, es decir más de 50 millones de dólares para la prioridad. Cifra a la cual se suman 17 700 millones de pesos para otros proyectos de la entidad para un total de inversión de 69 600 millones, casi 70 millones de dólares. De esta forma la inversión se multiplica casi 5 veces.

Cuadro 1. Inversión plurianual del IDCT entre 1992 y 1994

1992	1993	1994	TOTAL
2.7	2.6	4.9	10.2

Fuente: Departamento de Planeación Distrital, 2001

Cifras en millones de pesos de 1992 (Valor divisa promedio 1992 \$622)

Cuadro 2. Inversión plurianual del IDCT entre 1995 y 1998

1995	1996	1997	1998	1995 - 1998
22.281	14.998	26.106	6.220	69.605

Fuente: Departamento de Planeación Distrital, 2001

Cifras en millones de pesos de 1995 (Valor divisa promedio 1995 \$955)

Cuadro 3. Principales proyectos prioritarios del IDCT. Inversión 1995 - 1998

PRIORIDAD	SECTOR	PROYECTO	VALOR
Cultura Ciudadana	Cultura y recreación	Autorregulación ciudadana	20.7
		Adecuación de contextos, creación, animación y remodelación de contextos de socialización	21.1
Legitimidad institucional	Cultura y recreación	Animación institucional y capacitación funcionarios	10.1
		Total	51.9
		Porcentaje de inversión total de 2 123.4	2.44%

Fuente: cuadro 4 (DAPD 1995: 19-20)

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 2. Organización del Programa de Cultura Ciudadana

De acuerdo con la estrategia el Programa definió tres ámbitos de intervención, el contexto urbano los comportamientos ciudadanos y las instituciones distritales. A partir de estos ámbitos de intervención se formularon tres proyectos prioritarios, autorregulación ciudadana, adecuación de contextos y animación institucional (Espinel 1996d 6-8) los cuales se desarrollaron a partir de seis campos de acción y los proyectos correspondientes a cada uno de ellos.

Cuadro 4. Campos de acción del programa de Cultura Ciudadana

CAMPO DE ACCION	OBJETIVOS	PROYECTOS
Tránsito y transporte masivo	Promover entre conductores, pasajeros y peatones la comprensión, el respeto y el cumplimiento de las normas de tránsito	Cruces escolares; cruces peatonales; Uno a uno los Caballeros de la cebra (Taxis) Corredores de transporte
Seguridad y convivencia ciudadana	Generar condiciones para elevar la calidad de la convivencia ciudadana al mejorar las relaciones entre autoridades y ciudadanía; propiciar la construcción del conocimiento y el respeto de un sistema de normas para la convivencia, y promover la mediación y concertación ciudadanas en la resolución de conflictos.	Reglas para convivir; Formación de formadores de ciudad y Mediación de Conflictos
Espacio Público	Busca la generación, recuperación y mantenimiento del espacio público adelantando adecuaciones de espacios asociados a eventos de animación investigación y formación ciudadana	Recuperación y uso adecuado del espacio público; apropiación colectiva de bienes colectivos; Identificación y reconocimiento de la ciudad y Centros Culturales Locales.
Funcionarios y ciudadanía	Contribuir al mejoramiento de las relaciones entre los funcionarios de la administración distrital y los ciudadanos en los lugares de atención al público y de realización de obras civiles en el espacio público	Ventanillas; Cuadrillas; Barandas; Un alcalde en cada funcionario; Fortalecimiento de la gestión local y Guías locales y del distrito
Medio ambiente y servicios públicos	Se concentra en la búsqueda de hacer del espacio público urbano un lugar sin basuras y en el desencadenamiento de procesos de autorregulación para el uso racional de los servicios públicos (agua y energía principalmente) y del medio ambiente	Eseombros y plazas de mercado
Imagen de ciudad	Promover diferentes formas de comunicación masiva y de expresión estética para contribuir a la construcción de una imagen de ciudad compartida para la mayoría de los habitantes de Bogotá.	Reconocimiento urbano; Imagen compartida; Gocce zanahorio y Fiesta para Bogotá

Fuente: IDCT 1996

Cada campo de acción contó con tres grupos de apoyo o herramientas para su desarrollo: investigación, comunicación-animación y participación, que garantizaban la congruencia de las acciones con la estrategia general y los objetivos globales del Programa. El área de investigación brindó apoyo teórico y metodológico para la definición de los contextos y comportamientos a transformar y era responsable de construir los indicadores cuantitativos y cualitativos de seguimiento y logros de gestión. Participación se encargó de las relaciones interinstitucionales públicas y privadas necesarias para la gestión de los proyectos, con el fin de propiciar procesos de concertación para la consecución de metas. Por su parte, comunicación diseñó y ejecutó las estrategias necesarias para generar los procesos de reconocimiento de los comportamientos y los contextos por parte de los ciudadanos utilizando medios masivos de comunicación y construyendo sistemas de comunicación directa.

ANEXO 3. Componentes de las estrategias de comunicación

Cuadro 5 Desglose de las Estrategias de Comunicación

Componentes comunicativos	Tipo de comunicación	Grupos de Población	Mensajes	Medios
INTERPERSONALES Ponen en contacto directo al Programa con los actores a los cuales se les propone la autorregulación del comportamiento	Directa	Gremios Periodistas Asociaciones	Personalizados	Correo directo Vistas domiciliarias Publicidad Dossier para periodistas
	Júdica	Grupos de población involucrados en una situación	Adecuación del comportamiento a un contexto determinado	Representaciones teatrales Mimos Cuenteros Cantantes Juegos Happenings
	Plástica	Ciudadanos	Estéticos	Instalaciones Performances Pintura sobre el piso o en fachadas
	Otras	Actores públicos o privados	Regulación y concertación	Reuniones
MASIVOS Canalizan los propósitos globales del Programa por medios masivos de comunicación	Informativa	Periodistas Públicos de los medios (prensa radio, TV)	Comunicados de prensa Entrevistas en profundidad	Noticieros Programas de opinión
	Publicidad	Según segmentos o rating	Autorregulación Autoridad	Avisos de prensa Cuñas radiales Comerciales de TV

Fuente: Gómez marzo 1995

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 4. Entrevistas a profundidad

Entre mayo y junio del 2001 se realizaron un total de 11 entrevistas en profundidad, con el propósito de estructurar la fase de interpretación-reinterpretación propuesta en el marco metodológico de Thompson (1996) Inicialmente se habían planteado un total de 12 entrevistas seis con actores políticos y ejecutivos del Programa y seis con académicos. Sin embargo fue necesario replantear tanto el número de entrevistas como las personas consideradas en el proyecto. El cambio se debió a que Mockus había sido reelegido Alcalde Mayor de Bogotá para el periodo 2001-2003 lo que obligaba a incluir a Rocío Londoño -directora actual del IDCT- dentro del grupo de entrevistados con miras a evidenciar cómo se estaba configurando la nueva versión de Cultura Ciudadana. Un caso especial es el de Manuel Espinel quien fue encargado del área de investigaciones del Programa y creador del Observatorio de Cultura Urbana. Espinel radica actualmente en Madrid y el formulario de la entrevista le fue enviado por correo electrónico en junio del 2001. Hasta el momento no se ha tenido ninguna respuesta aunque Espinel ha escrito frecuentemente para acordar fechas límites del envío de su documento. Cabe destacar que la entrevista con Antanas Mockus fue realizada en dos partes. La primera se canceló cuando estaba en curso y la segunda fue realizada por Gabriel Gómez a finales de junio.

Otro aspecto que influyó en las decisiones sobre los entrevistados es que los documentos teóricos, de gestión y la correspondencia interna no aportaban la información requerida sobre la forma como se estructuraron las estrategias de comunicación a pesar de que en agosto del 2000 se había realizado una entrevista con Gabriel Gómez que aportaba datos cualitativos de segundo orden para canalizar la investigación. Por este motivo el número de entrevistados del área de comunicaciones se extendió a cinco personas cuando inicialmente sólo se había considerado uno y la finalidad no sólo fue evaluativa sino sobre todo de reconstrucción de las mismas estrategias. En este marco y como sugerencia de las personas que participaron en el trabajo de comunicación del Programa de Cultura Ciudadana se incluyó a Costanza Cubillos -ex directora de la Oficina de Prensa de la Alcaldía- y se buscó sin éxito la versión del encargado del área de Animación sociocultural Luigi Conversa. Los actores académicos que estaban previstos se redujeron notablemente por asuntos relacionados con su agenda (Armando Silva y Jesús Martín Barbero) y en particular con el conocimiento del tema que obligaba a generar un material previo que le diera bases a la entrevista y que demandaba un tiempo que los entrevistados no tenían (Néstor García Canclini, Javier Esteinou Madrid y Cesar Cansino). Los dos entrevistados académicos se enfocaron cada uno en su especialidad. Aunque los dos son arquitectos y planificadores urbanos, Juan Carlos Pergolis es un experto en temas de imagen de ciudad y percepción mientras que Fernando Viviescas ha centrado su discurso en el problema de la participación y la política.

A continuación se incluye un cuadro que resume las entrevistas realizadas. Los formularios planteados inicialmente con ex directivos y académicos se transformaron en el curso de las conversaciones para profundizar en los aspectos que cada entrevistado consideró centrales. Por este motivo se incluyen los formularios que efectivamente fueron aplicados y en seguida se muestran los ítems con los cuales se vació la información de las entrevistas.

Cuadro 6. Entrevistas realizadas en Bogotá, mayo - junio del 2001.

TIPO	NOMBRE	CARGO	FECHA ENTREVISTA
DIRECTIVOS	Antanas Mockus	Alcalde de Bogotá	Mayo 23 y junio 29 del 2001
	Paul Bromberg	Ex alcalde de Bogotá y ex director del IDCT	Mayo 4 del 2001
	Norma Costanza Muñoz	Ex directora del IDCT	
	Costanza Cubillos	Ex Directora de la Oficina de Prensa de la Alcaldía Mayor de Bogotá	Mayo 14 del 2001
	Rocío Londoño	Directora actual del IDCT	Mayo 11 del 2001
PLANIFICADORES URBANOS	Juan Carlos Pergolis	Investigador emérito Universidad Nacional de Colombia	Mayo 8 del 2001
	Fernando Viviescas	Investigador Universidad Nacional de Colombia	Mayo 10 del 2001



TIPO	NOMBRE	CARGO	FECHA ENTREVISTA
COMUNICACION	Gabriel Gómez Mejía	Ex director de la herramienta de Comunicaciones del Programa de Cultura Ciudadana y de la División de Proyectos Especiales del ID(C)I	Agosto 9 del 2000 Mayo 7 del 2001
	Harold Sarmiento	Comunicador y gerente del campo de acción de Tránsito y Transporte Masivo 1996 - 1997	Mayo 2 del 2001
	Juan Carlos Quintero	Comunicador en 1996 del campo de acción de Espacio público	Mayo 3 del 2001
	Jorge Camacho	Comunicador del campo de acción de Seguridad y convivencia 1995 - 1997	Mayo 16 del 2001

A4.1 FORMULARIOS APLICADOS

A4.1.1 Antanas Mockus - Alcalde Mayor de Santa Fe de Bogotá

- 1 Ley moral y cultura fueron los ejes unos de los ejes fuertes que usted planteó en la primera administración érealmente piensa usted que se logró articular el Programa de Cultura Ciudadana sobre esos tres ejes?
- 2 En una reflexión que hace Jesús Martín Barbero en un artículo que llama "Un nuevo mapa cultural en Colombia", él dice que el gran aporte del Programa de Cultura Ciudadana fue orientar las políticas culturales al plano de la vida cotidiana y hace una acentuación pequeña que se logró con el recurso a la comunicación directa y a todo el manejo de la lúdica como un recurso de esta comunicación ¿Cómo ve usted esta afirmación? En algún momento ese fue el balance final que se hizo?
- 3 Con respecto a la lúdica y a las estrategias de comunicación en general cómo las percibe ahora?
- 4 ¿Cómo se soñó usted el Programa y cómo terminó en últimas el Programa realizado?
- 5 El tema de cómo se apropió la gente digamos de la idea de cultura ciudadana se relaciona y además algunas evaluaciones lo muestran, un cambio muy fuerte en algo que es difícil de medir pero que se refiere a la imagen de ciudad. Es decir hay un cambio fuerte en la apropiación de ese espacio ¿Cómo funcionó eso? Al principio el énfasis estuvo puesto en otros temas y lo de imagen de ciudad no era tan claro. Al final resulta ser incluso hasta detonador de otras posibilidades de cambio?
- 6 Esa visión compartida no funcionó igual en los proyectos Los Caballeros de la Cebrá que ya usted lo menciona en general se reconoce como exitoso y aún se escuchan ecos porque transformó realmente el servicio de taxi. Pero cuando se ensayaba en entornos más pequeños como por ejemplo los semilleros de convivencia, en el semillero adentro se lograba un efecto fuerte sin embargo afuera eso no logró convertirse en un referente para el resto de la ciudad ¿qué podría explicar eso en opinión suya?
- 7 En ese tema de los taxistas al igual que en el tema del agua, hubo al comienzo una discusión interesante entre el saber técnico y nosotros (Cultura Ciudadana) digamos tradicional aun cuando suene contradictorio que decía no se puede. La opinión de los técnicos con lo del agua fue que no se podía con lo de los taxistas en la Secretaría de Tránsito daban por sentado que por los taxistas tienen que sobrevivir a partir del robo. Esa fue una discusión inicial que a mí me impresionó mucho. Daban por sentado que el taxista no puede sobrevivir cobrando la tarifa legal. Incluso con el respaldo de argumentos o de experiencia de muchos años frente a eso se discutieron distintas alternativas que terminaron siendo viables ¿Qué papel jugó la comunicación en la implementación de esas nuevas alternativas?
- 8 Con excepción de la pintada de las cebras, no es muy claro que el contexto físico jugaba un papel fundamental en el cambio de comportamiento pero es plausible pensar que ese espacio tiene que ser apropiado culturalmente y para eso tampoco basta el saber técnico. Cambiemos porque la ciudad y el contexto cambió. Las ciudades en general tienen experiencias de cambios de contextos que no se apropian culturalmente y entonces no producen ningún efecto ¿Qué podría usted comentar acerca de eso ya con la vista de la distancia?
- 9 Otro tema que no está directamente relacionado con el Programa de Cultura Ciudadana fueron los eventos al parque particularmente el de rock. Yo me atrevería a separar Rock al parque de los demás rock y opera. Rock al parque es un evento que pone y sigue poniendo la ciudad en el plano internacional de manera positiva por

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

semanas ¿Qué se ha pensado para Rock al parque hacia delante? ¿Qué se ha pensado para esos eventos en esta nueva administración?

- 10 ¿Qué cambios tiene la nueva versión de Cultura Ciudadana?
- 11 Finalmente hablemos de un tema al que usted le ha dedicado tiempo, los medios masivos la utilización de medios masivos y otras formas de comunicación ¿Qué opina del uso de medios masivos ahora? Y en ese contexto Canal Capital City TV ¿Cómo los ve?

A4 1 2 Paul Bromberg – Ex Alcalde y ex Director del IDCT

- 1 Jesús Martín Barbero afirma que el Programa orientó las políticas culturales al plano de la vida cotidiana ¿Qué es lo que hizo cultura ciudadana?
- 2 ¿Cómo se dio ese cambio de percepción de la ciudad? ¿Qué elementos se combinaron ahí? ¿Cuáles proyectos fueron los más apropiados para los objetivos Programa y los que no lo lograron? Ayer evaluando el tema de espacio público con Juan Carlos Quintero aparecía que no se había centrado construcción de espacios para la convivencia por ejemplo sino que le habían dado sesgo muy arquitectónico a los proyectos que formularon y que la adecuación de contextos que es importante no basta para aproximarse al ciudadano También está el caso de convivencia que era el proyecto más importante pero decir hoy en día que la carta de civildad tuvo un impacto sería muy difícil porque Viviescas en su evaluación menciona que tuvieron muchas dificultades de circulación y de conocimiento lo que aparece también en los datos de Napoleón Franco ¿Qué proyectos crees que posibilitaron o incluyeron ese sentido de cultura ciudadana expresado en el plan de gobierno?
- 3 ¿Cómo ves las labores de comunicación masiva? ¿Encuentras diferencias entre la etapa sin agencia de publicidad y en la etapa en la cual ya existe ese contrato? Revisando los diarios y los registros de medios la pauta del Programa se intensifica desde el momento en que se contrata a Walter Thompson y se le resta trabajo a la comunicación directa ¿Qué opinas sobre esto?
- 4 En el plano propositivo si te invitaran otra vez a participar en Cultura Ciudadana ¿Cómo lo harías?
- 5 ¿Por qué la comunicación local?
- 6 ¿Cómo ves la propuesta de Antanas?
- 7 ¿Por qué te parece vergonzoso el documento de Viviescas?

A4 1 3 Norma Costanza Muñoz – Ex directora del IDCT

- 1 En términos generales ¿Qué ventajas y desventajas tuvieron aquellas intenciones de construir una cultura ciudadana en Bogotá en términos de aciertos y desaciertos?
- 2 Tengo una pregunta sólo para ti con respecto a un viraje en el lenguaje y en la formulación de objetivos y metas en los informes de planeación particularmente en el último año con respecto a los anteriores que es justamente el periodo en el que estás a cargo del IDCT Tengo todos los informes de planeación de los tres años Y a cada uno le hice un cuadro Del año 95 y 96 uno encuentra coherencia entre los objetivos del Plan y los proyectos. Pero en 1997 aparece Por una ciudad al alcance de los niños que si bien es un proyecto muy interesante no tiene relación con el Plan de Gobierno y si bien es un proyecto importante para la ciudad no deja de estar separado de la intencionalidad inicial ¿Qué me puedes decir al respecto? ¿Por qué hablar de valores y no de comportamientos? La preocupación es encontrar las diferencias entre el comienzo y el final Si representa un viraje en la política pública
- 3 Retrospectivamente ¿sigue siendo vigente una visión de cultura ciudadana y las posibilidades de construirla o lo que se debe incorporar es esa visión de competitividad y productividad que menciona? Porque la cultura puede incluir la parte productiva y a su vez la productividad
- 4 Mirando el tema de comunicación hay dos momentos uno sin agencia y otro con agencia Creo que más que los dos directores pienso que es la agencia la que hace la diferencia porque la agencia si implica un aumento en la pauta del Programa. Si miro el periódico El Tiempo 95 – 96 y miro cuántas veces pautó el Programa de Cultura Ciudadana y miro el mismo periódico en el 97 la pauta es mayor desde que la agencia está allí Pero eso no es sólo un tema administrativo de que se más fácil pautar y demás sino que evidencia un cambio dentro de la comunicación Hubo muchas diferencias en este tema para Bromberg siempre hubo mucha comunicación y para los gerentes siempre hubo muy poca y para Gabriel el tema era vamos a hacer comunicación directa ¿Desde tu perspectiva qué cosas te parecieron oportunas y qué cosas consideras que deberían haber tenido otro manejo que hubieran podido ser mejor? Se que estuviste más cerca de la agencia Thompson y que manejar un contrato tan grande que tuvo tantos problemas pues debió ser muy difícil pero ¿cómo la ves?
- 5 ¿Crees que la interacción de los ciudadanos en lo cotidiano mejoró después de cultura ciudadana? No en todos los espacios por supuesto El único dato que tenemos es que la percepción de la ciudad global mejoró Y la evaluación del Programa que hace Viviescas que tiene todos los problemas que tu mencionas pero no tenemos más datos.

- 6 Si te dieran la oportunidad de volver a coordinar cultura ciudadana ¿qué harías y qué no volverías a hacer? Es un proceso único del cual se pueden aprender muchas cosas y el hecho de que ustedes lo hubieran coordinado es un argumento importante para que pensemos sobre esas posibilidades

A4 1 4 Costanza Cubillos – Ex Jefe de Prensa de la Alcaldía Mayor

- 1 ¿Cuál era la visión de comunicación que se estaba trabajando en la oficina de prensa de la alcaldía?
- 2 ¿Con qué criterios se elaboró el libro *Cultura Ciudadana* que editaste al final del proceso?
- 3 Menciona que lo que se hizo fue salvar vidas eso cabe en el esquema general del Plan de Gobierno 'Formar Ciudad' ¿pero qué pasa con el tema 'Por una ciudad al alcance de los niños'? Te pregunto porque Norma Costanza Muñoz dice que fue una orientación del Alcalde para toda las entidades
- 4 ¿En ese sentido es posible afirmar que 'Por una ciudad al alcance de los niños' no guarda relación con Cultura Ciudadana?
- 5 Ustedes en la oficina manejaron proyectos especiales en coordinación con Gabriel Gómez como las Jornadas de Vacunación Contra la Violencia y el ahorro del agua ¿Qué me puedes contar de esas experiencias?
- 6 ¿Cómo ves la propuesta actual de Mockus?

A4 1 5 Rocío Londoño – Actual Directora IDCT

- 1 ¿Qué diferencias existen entre la nueva propuesta y la anterior y qué papel va a cumplir el Instituto cuál es el viraje interno?
- 2 La medición arroja que uno de los cambios importantes es en imagen de ciudad Incluso Bromberg menciona que es el gran cambio y añade 'no sé por qué se dio' Aunque si uno habla con el equipo de comunicación ellos dicen 'nosotros sí sabemos por qué se dio' Aquí los eventos al parque jugaron un papel central en la percepción de la ciudad ¿Cómo se está pensando este trabajo de imagen de ciudad?

A4 1 6 Gabriel Gómez – Ex director de Comunicaciones Cultura Ciudadana

ABORDAJE CONCEPTUAL

- 1 Vamos a empezar por el tema de comunicación entre extraños tengo tu artículo y algunas críticas y comentarios que se le hicieron posteriormente la pregunta sería cuando hablamos de comunicación entre extraños y decimos que es la situación más difícil de resolver en la metrópoli ¿podríamos decir que este es un problema estratégico para la comunicación urbana?
- 2 ¿Desde qué perspectiva estratégico? ¿Por qué hablamos de que podíamos pensar la comunicación urbana como un problema estratégico?
- 3 A grandes rasgos ¿qué es una estrategia de comunicación?
- 4 En el artículo vos mencionas que hay una falsa dicotomía entre comunicación e información y entre lo masivo y lo interpersonal ¿cómo piensas que esto se puede resolver en la estrategia comunicativa?
- 5 ¿Cuál sería la diferencia entre una estrategia de comunicación y una campaña de cambio social?
- 6 Los referentes conceptuales del Plan de comunicaciones del programa son Martín Serrano, Kotler, Moles, Schramm y Festinger ¿por qué centrarse más en visiones sistémicas e informacionales con teorías más críticas propiamente latinoamericanas estoy pensando en Cachelini en Jesús Martín
- 7 ¿Y cómo fue ese paso a la comunicación entre extraños? Ese es un artículo 98 y casi es un documento resultado pues están todos los documentos previos ese paso de esa visión que está llena de intuiciones al momento en que empezamos a decir vamos a planear acciones de comunicación a armar las estrategias me imagino que hicieron un listado de comportamientos a cambiar de actitudes o formas de interactuar en la ciudad que se iban a cambiar y aparecen los campos de acción teníamos seis campos de acción pero cómo fue todo ese proceso

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- 1 ¿En qué casos piensas que lo masivo publicitario fue efectivo? ¿qué objetivos tuvo? ¿cómo funcionó? y ¿en cuáles no funcionó?
- 2 Un caso en el que no funcionaron que se haya hecho una inversión en publicidad que uno dijera esto fue un gasto inoficioso
- 3 Dijimos que se invirtió en radio porque tenía públicos más segmentados ¿cómo se dirigió esa pauta en radio? ¿cómo se puntó en radio para llegarle a esos públicos segmentados con esos criterios?
- 4 El Espacio hablamos de los grupos de poder y opinión que pueden mover los dos periódicos tradicionales el Tiempo y el Espectador pero también se puntó en El Espacio ¿cómo se decidieron esas pautas en El Espacio? ¿a qué público íbamos? ¿qué lenguaje se trabajó allí?

5. Se diseñaron una serie de piezas publicitarias para la calle afiches plegables pendedores etc. y para circuitos de comunicación que exigen un alto despliegue operativo ¿por qué apostar a este tipo de comunicación? ¿qué ventajas tuvo? ¿qué problemas tuvo?
6. Se construyeron algunos circuitos de comunicación, ¿cómo se construyeron?
7. Podríamos decir que casi que se cambia la comunicación masiva publicitaria por despliegues operativos, ¿los costos eran similares a una campaña masiva o disminuían notablemente cuando hablamos de estos trabajos operativos de comunicación directa?
8. La tarjeta manita para arriba y para abajo, la tarjeta ciudadana ¿fue una pieza publicitaria? ¿qué fue? ¿cómo se puede definir esta tarjeta? porque evidentemente no le voy a dedicar un capítulo de mi tesis ni es el eje de la comunicación pero se nos volvió un problema teníamos una tarjeta ciudadana teníamos que enseñársela a usar a los ciudadanos y no sabíamos cómo terminábamos repartiéndola y la gente no la usaba ¿qué pasa con la tarjeta?
9. Es decir que la tarjeta en todo caso se necesitaba, no hubiera bastado con enseñarle a la gente la manita para arriba y la manita para abajo como una forma de interactuar
10. ¿Y Bogotá Coqueta? esa campaña, ¿pegó o no pegó? ¿qué datos se tienen de esa campaña?
11. Ahí tocas el punto para el que justamente vamos, el tema de las noticias ¿qué proyectos eran más interesantes para los medios? ¿qué se logró introducir dentro de la agenda de los medios?, ¿cómo pasó que algunos proyectos se convirtieran en noticias y otros pasaran completamente desapercibidos? aún cuando se hizo un gran esfuerzo en términos lobby con los medios charlar con los periodistas pienso en el tema de seguridad y convivencia que se iba volviendo un tema grueso no lograba pegar no lograba introducirse a la agenda de los medios y proyectos de otro tipo y ahí sí lo voy a decir claramente el septimazo tuvo prensa siempre por ejemplo ¿Qué pasa ahí? ¿cómo es esa relación con los medios? con la noticia
12. En todo caso la imagen de Antanas hacía noticia y eso generó algunas cosas interesantes pero también dificultosas ese proyecto ¿cómo ves ese tema? recuerdo el lanzamiento de Navidad Zanañoria sin previo aviso a Cultura Ciudadana el día que se hicieron Supercívicos o lanzando a Bogotá coqueta y el alcalde hablando de otro tema
13. Vamos a concentrarnos en comunicación directa ¿cómo afectamos al ciudadano en su vida cotidiana? ¿cómo lo llegamos? ¿por dónde? por un lado creo que es importante mirar cómo se decidieron en esos temas de comunicación directa teníamos estos comportamientos eran así y deberían ser de X manera no estábamos pensando en valores
14. Teníamos la situación de la comunicación entre extraños y si la interacción entre esos ciudadanos mejoraba era posible que además se mejorara el comportamiento. Cómo se definieron los contextos por ejemplo cuando pensamos en tránsito y transporte ¿cuántos son pasajeros, cuántos son peatones cuántos son conductores? el escenario era demasiado grande pero se tomaron ciertas decisiones de contexto vamos a este punto Cómo se tomaron estas decisiones pienso en tránsito y transporte pero creo que pasó con casi todos los campos de acción, se decidieron ciertos contextos
15. La visibilidad recuerdo que era uno de nuestros caballos de batalla favoritos ¿tiene o no tiene visibilidad? ¿cómo definirías si algo tenía o no tenía visibilidad? ¿con qué criterios comunicativos más allá del centro comercial que sabemos que es un lugar de encuentro y la multiplicación de los centros cómo se decidía eso de la visibilidad?
16. Los mimos por qué tuvieron tanta visibilidad los mimos Fue lo primero que se hizo
17. Se trabajó con ciertos grupos de artistas al comienzo. Cuenteros músicos se acudió a las otras artes recuerdo el trabajo que hace Juan Pablo Salcedo en el Palacio de Justicia que fue una cosa bellísima cine por ejemplo en la ciudad etc pero parece que de alguna manera cultura ciudadana termina casándose con el grupo de lúdica que tuvo muchísimos inconvenientes para hacer propuestas porque les dábamos los comportamientos y ellos tenían que desarrollar libretos sobre ese tema con un escenario que es la ciudad ¿qué pasó ahí? nosotros como comunicadores teníamos que incluirlos dentro de nuestras propuestas, ¿por qué terminan siendo únicamente teatros y las otras propuestas artísticas se desplazan un poco? y ¿cuál es esa relación? ¿qué es lo que esperábamos de la lúdica que nunca pasaba y que ellos no podían darnos? o que si podían dar y nunca nos daban
18. Vamos a hablar del público ¿quién era público? ¿cualquier ciudadano era público? ¿cómo define uno los públicos? ¿con qué criterios se tomaron esas decisiones sobre el público? 8 millones de ciudadanos
19. ¿Y con los grupos de toma de decisiones? los mediadores como diría Barbero o los reeditores como diría Bernardo Toro ¿cómo se trabajó con ellos? párrocos o tenderos de acción comunal juntas de acción comunal no sé son líderes que aparecen y desaparecen en la ciudad recuerdo que el proyecto Tú Bogotá y yo' particularmente como un esfuerzo del sector empresarial pero no sé si se hicieron más procesos por lo menos yo trabajé con comerciantes por ejemplo
20. Podríamos decir entonces que una evaluación del modelo macrointencional hablamos de modelo macrointencional porque Bernardo Toro ha fundado una escuela de la que yo provenía cuando llegué a cultura ciudadana donde la comunicación para trabajar en temas de democracia de cambio de valores cambio de comportamientos conciencia etc tiene que pasar necesariamente por los líderes de opinión de una sociedad

Aparentemente cultura ciudadana construye otro circuito y en esa medida uno podría pensar que son circuitos más acomodados a lo urbano y no sé ¿vos qué pensás?

- 21 Hablemos del proceso y en ese sentido vos me corrigés si en algo me equivoqué dijimos que primero teníamos un proyecto identificando ciertos comportamientos que debían ser cambiados en el espacio público hacíamos visible el comportamiento y la forma como debería realizarse ese comportamiento se adecuaba físicamente el contexto y después se le daba un ingrediente de autoridad. Ese era el procedimiento en casos generalizados, digo porque particularmente en tránsito y transporte funcionó así y dio ciertos resultados. podemos decir el caso de la cebra sigue siendo un caso exitoso para la ciudad, hoy en día uno sale a la calle y la gente pelea cuando se le para alguien en la cebra pero había otro tipo de proyectos que no funcionaban así ¿Si había un proceso uno dos tres o el uno dos, tres era un proceso sólo para tránsito y transporte? o es que los comportamientos de tránsito y transporte eran los más fácilmente identificables quiero que lo hablemos en genérico porque ahora vamos a entrar uno por uno en los campos de acción

CAMPOS DE ACCIÓN Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN

- 1 Empecemos por seguridad y convivencia, no sé si uno puede decir empezamos por ahí porque podemos terminar por ahí, el plan de gobierno suponía que aumentar la cultura ciudadana era generar necesariamente una mayor convivencia y esos casos los hablamos en la entrevista del año pasado de ahí íbamos a llegar a mejorar las condiciones de seguridad de la ciudad de tal forma que ese campo de acción se supone que tendría que haber coordinado los demás campos se generaron una serie de acciones en torno a él y el proyecto de reglas de convivencia era el proyecto más importante que manejaban aunque, había más que era el de los policías que ya sabemos que fue realmente exitoso y el otro que es el Día Re. Recuerdo discusiones sobre el campo de acción ¿qué era lo que pasaba ahí dentro que hacía que este proyecto no fuera comunicable? ¿por qué se volvió un conflicto ese proyecto?
- 2 Funcionarios y ciudadanía
- 3 Medio ambiente y servicios públicos ¿Qué pasó cuando doña Juana el botadero famoso se desborda? ¿tú tuviste alguna relación?
- 4 Tenemos bueno de tránsito y transporte hemos hablado tanto y además casi que se vuelve la gerencia ejemplarizante. Tal vez la importancia de tránsito y transporte es cuando alguien de comunicación termina en una gerencia. Porque casi que parecía y por eso quería hablar de seguridad y convivencia al comienzo pasar por tránsito y transporte y después irnos a los dos casos más interesantes y más graves al mismo tiempo que son espacio público por su gravedad e imagen de ciudad que entra como cieniente y sale como la gran reina de belleza del programa. Muchas de las tensiones internas que se generaron en términos administrativos dentro del programa se relacionó con reclamos formales de los gerentes diciendo que nombraran gerentes comunicadores, que ellos seguramente sí saben cómo hacerlo. En el caso de tránsito y transporte eso termina haciéndose realidad evidentemente Harold tuvo un distanciamiento contigo además ya él es comunicador entonces para qué la dirección en comunicaciones ¿Qué pasó ahí?, él dice fue exitosísimo los padres de familia dirigían los cruces y los niños eran felices y todos manejaban la paleta y logramos que 500 colegios se metieran en el proyecto y lo hicieran ¿Cómo lo ves tú?
- 5 ¿Caballeros de la cebra y la cebra?
- 6 Eso del transporte, con los buses no funcionó tan bien como con los taxis ¿por qué?
- 7 ¿Los taxis si lo tenían?
- 8 Con espacio público el tema es muy grueso porque la priorización que hace el plan de gobierno se dice nuestra prioridad es cultura ciudadana, reglas compartidas e imagen de ciudad y nombra otra serie de prioridades y está espacio público. La prioridad aparece presentada como la construcción de espacios para la convivencia y mejorar la relación de los ciudadanos con el espacio público urbano. Desafortunadamente la visión que uno encuentra en cultura ciudadana del campo de acción no da para pensar el espacio público como un lugar para la convivencia y sus proyectos. Hicieron adecuación de contextos en algunos casos mínimos y un concurso de mobiliario urbano, regálecle una flor a Bogotá el 20 de julio que tenía el antecedente del 7 de agosto y era un poco qué hacemos con los vendedores ambulantes, que es lo que tampoco se logra porque deciden que es un piloto y no se pudo multiplicar ¿qué pasa con espacio público en cultura ciudadana? porque si bien hay resultados, hoy en día podemos decir: hay resultados en las relaciones de los ciudadanos con espacio público urbano relativamente esa relación cambia mejora caso de los parques que lo logra hacer mejor IDRI que el mismo Instituto de Cultura y Turismo o el IDU después ¿qué pasó ahí?
- 9 Y finalmente está imagen de ciudad, ahí hay una cosa muy interesante como decía hace un rato empezó siendo la cieniente y termina saliendo como la reina de belleza por una cosa que es muy rara te contaba que en off Paul Bromberg dice: "ah no sabemos por qué pero cambió la percepción de la ciudad no tenemos datos porque es que es muy raro ¿por qué la percepción si trabajamos únicamente sobre comportamientos directos?" cuando sabemos desde comunicación que eso no es cierto se trabajó muy duro en cómo hacer una imagen de ciudad que imagen tenía Bogotá antes qué imagen termina después de la administración y bueno ahí hay distintos proyectos algunos de orden técnico estamos hablando por ejemplo de las nomenclaturas otros del orden de hacer el mapa de la ciudad y levantar un mapa de la ciudad más actualizado contemporáneo

- que tendió a mejorar pero ¿Qué hizo que esa comunicación que se dirigía a taxistas y a usuarios funcionara? ¿qué contenidos tenía?
3. ¿Existiría alguna diferencia entre una campaña para el cambio social y una propuesta de estrategia de comunicación como la que nosotros formulamos y en dónde estarían esas diferencias?
 4. No se utilizó publicidad en televisión en prensa o en radio Pero al hacer el otro tipo de comunicación eso tenía unos costos operativos altísimos en términos de los equipos operativos para entregar información a los taxistas para hablar con los taxistas ¿qué ventajas y qué desventajas tienen esos montajes operativos tan complejos que existían y exigía la ciudad?
 5. Tengo una pregunta sobre eso que llamamos lúdico pedagógico es un tema muy importante porque inicialmente hacía parte de un grupo que se llamaba animación finalmente cuando estábamos poniendo las estrategias terminábamos el equipo de comunicación tomando decisiones sobre todas aquellas cosas que deberían hacer los equipos de animación en la calle llámese teatreros cantantes músicos lo que fuera ¿cómo funcionó esto dentro de la comunicación? es decir dentro del tema de caballeros de la cebra se incorpora o no el tema de la animación o de lo lúdico pedagógico ¿cómo se incorpora y qué objetivos particulares tuvo dentro de esas estrategias?
 6. ¿Cómo se seleccionaron los colegios para el proyecto de Cruces Escolares? ¿Cuáles eran los criterios para la selección de contextos? porque decimos se identificaban comportamientos y a partir de esos comportamientos casi que aparecen públicos de comunicación y después tenemos un problema de visibilidad y para dar visibilidad tenemos que tomar la decisión sobre contextos pero contextos sobre un espacio público urbano entendido casi que como un escenario de comunicación
 7. Hablando particularmente de inversión es muy extraño que hubiese tanta resistencia a la inversión en comunicación cuando sabemos que la mayoría de los programas públicos cuando van a hacer los programas de desarrollo educación etc finalmente hacen una gran inversión en publicidad y pare de contar. Muchas veces por esto sale mucho más barato que si lo hubiéramos hecho a través de medios masivos con publicidad normal ¿Por qué tanta reticencia al gasto? ¿qué crees que pasó? y ¿qué miedos había con la inversión en comunicación en este tipo de comunicación? Cuando uno miraba el costo de una campaña vaya superaba con creces cualquier cosa que uno fuera a hacer en comunicación directa
 8. Hay una cosa importante de la investigación que estoy haciendo y para nada es una evaluación de éxito sino de proceso, todos sabemos que cultura ciudadana tuvo muchos problemas muchos problemas administrativos incluso muchos problemas de comunicación desde el mismo plan de gobierno Si hoy en día te vuelven a decir van a hacer un proyecto como caballeros de la cebra o proyectos de tránsito para ciudad y te pregunto particularmente por tránsito porque creo que cada uno de nosotros se fue especializando en un tema y creo que ahí es donde nos movemos ¿qué exigencias presupuestales operativas ejecutivas de recursos humanos harías como comunicador?
 9. En términos de comunicación con esto que se llamó lúdico-pedagógico nuevamente es que al parecer visto desde ahora me parece un rasgo distintivo aunque no estoy segura si es más distintivo hacer comunicación directa y todos estos planes operativos en donde llegábamos con piezas de comunicación y de formación hacia nuestros públicos pero parece que ese es un punto clave ¿Tú crees que haya día plantearse mimos en la calle o otra vez teatro no sé músicos en los paraderos de los buses etc tendría algún sentido seguiría funcionando o el esquema se desgastó? ¿Cómo ves eso?
 10. Teníamos muchas dificultades para medir los impactos de comunicación no tenemos esos indicadores los formatos que nos entregaron eran espantosos ¿Cuántas personas empezaron a saludar la semana pasada? ¿Cómo podríamos empezar a mirar esos indicadores? ¿Qué indicadores deberíamos tener en cuenta para nuevas acciones de comunicación?, que ya las acciones de cultura ciudadana son particulares diferentes han demostrado que a partir de ahí se puede construir una ciudad distinta pero ¿cómo lo medimos?

A4.1.7 Jorge Camacho – ex asesor de Seguridad y convivencia del Programa de Cultura

Masiva

1. Estabas en seguridad y convivencia que era como el eje central de la propuesta de Cultura Ciudadana Me corriges si hago los pasos lógicos de manera equivocada pero se suponía que si se mejoraban las relaciones de convivencia entre los ciudadanos por ende íbamos a mejorar la seguridad de la ciudad esa era como la idea. Entonces Cultura Ciudadana que era un trabajo sobre comportamientos debía atender en última instancia no sólo a que la gente aumentara sus niveles de mejoramiento de comportamientos en el espacio público sino que además debería mejorar sus relaciones la concertación de ciertas reglas y eso llevaría al terminar a mejorar la seguridad de la ciudad ¿ese es el espíritu del campo de seguridad y convivencia o había más componentes anexos?
2. De los tres proyectos cuál era más comunicable? ¿Con qué criterios podemos pensar que uno de los tres proyectos o los tres eran más comunicables o menos comunicables a la opinión pública? Por ejemplo decimos

tridimensional, etc., hasta proyectos que van por la fiesta de Bogotá septimazo etc. Parece que allí además se logró trabajar muy fuertemente el tema de comunicación que se facilitaba por el mismo no sé si era no saber qué era imagen de ciudad o que todo cabía ahí dentro y se vuelve sombrilla no sé

CONSIDERACIONES GENERALES Y PROSPECTIVA

- 1 ¿Por qué tanta resistencia a invertir en comunicación?
- 2 Para cerrar este tema de lo que se hizo, evidentemente no lo hicimos directamente nosotros pero tenía que ver con el sentido de ciudad con todos los eventos al parque aunque el Instituto se deslindó, el Instituto no cultura ciudadana estaba separada del Instituto, la subdirección de cultura en este momento de fomento y desarrollo cultural, propone los eventos al parque y se vuelven un espacio central allí ¿Cómo ves ese proceso de los eventos al parque? ¿Y Ópera?
- 3 ¿Desde la comunicación qué entendimos por cultura ciudadana? cuando yo digo políticas culturales orientadas al plano de la vida cotidiana, evaluación de las estrategias de comunicación del programa, es por un lado el eje central no sólo pedagógico ni hacer de la ciudad un aula porque eso no era posible no estamos en una ciudad premoderna, sino moderna no podríamos volver una ciudad de 6 millones de habitantes un aula y la comunicación dio garantías de que esto no es posible y de ahí el conocimiento de unas estrategias claras. Dos llegamos a la gente a cambiarles los comportamientos y en algunos casos funcionó, pero más allá de los comportamientos cambiamos o transformamos o sembramos semillas ahí sí de convivencia para cambiar esa imagen de ciudad, en concreto ¿qué es esto de cultura ciudadana desde la perspectiva de comunicación?, que además yo creo que si alguien la conceptualiza sos vos e independientemente de Manuel Espinel desde su punto de vista sociológico lo intenta pero normalmente lo que hace es un diagnóstico no propositivo y ahí cuando uno lee todo el mapa de documentos que existe la propuesta parte de comunicación ¿qué es cultura ciudadana entonces?
- 4 Si hay alguien que dice, señor Gómez, doctor Gómez tiene usted la posibilidad de hacer otra vez cultura ciudadana no sé si definida, fijate que ya le cambiamos hasta la definición ya hemos estado pensando en construcción de reglas compartidas, sí y no, etc. en este viraje que acabamos de llegar como conclusión de estas dos horas y media ¿qué requerimientos técnicos económicos de recurso humano? ¿qué exigirías vos?
- 5 ¿Podemos cambiar comportamientos?
- 6 Y en este tema de lo lúdico que se toma la palabra pedagógico de fondo en este tema de trabajar con arte o hacer propuestas artísticas o trabajar con teatreros, músicos no sé le harías énfasis a ese tema o más a una comunicación directa de la que ya hablamos, la tarjeta, qué se yo
- 7 Yo he separado mucho el trabajo que estoy realizando de investigación que estoy haciendo del eje comunicación - educación y lo tengo totalmente desplazado al eje comunicación - cultura más por sospechas que por saberes pero me parece que el eje de comunicación - educación está pensando en procesos más largos está pensando en procesos de públicos, de receptores mucho más delimitados, no sé cómo es eso me interesa tu visión porque Harold Sarmiento y Juan Carlos Quintero dicen no esto es comunicación - educación evidentemente yo no he entrado, primero porque no construyeron la base de comunicación y cultura ciudadana por un lado porque ellos no la construyeron de otro lado porque no son teóricos de la comunicación vos tampoco lo sos pero tenés mucha más experiencia yo ahí tengo son intuiciones yo creo que es un problema más cultural que educativo
- 8 ¿Cómo medimos en comunicación? ¿cuáles son nuestros indicadores? no solamente indirectos ¿existirían indicadores directos para decir fue este proceso de comunicación el que cambió la percepción de la ciudad? ¿o finalmente nuestros indicadores siempre van a ser indirectos? es decir vamos y miramos ¿están respetando la cebra? el proceso de comunicación funcionó
- 9 ¿Qué no volverías a hacer?

A4 1 7 Harold Sarmiento – Ex gerente de Tránsito y transporte masivos del Programa de Cultura Ciudadana

- 1 Desde el punto de vista de la comunicación ¿qué era lo más interesante del proyecto de caballeros de la cebra? ¿qué tenía ese proyecto que lo hacía más comunicable o menos comunicable dentro del panorama de proyectos de tránsito y transportes? pienso en cruces pienso en el trabajo con chicos escolares cruces escolares paraderos, toda esa cantidad de proyectos que se manejaban en tránsito ¿qué hacía que este proyecto llamara tanto la atención dentro de la administración?
- 2 ¿Qué crees tú que en comunicación tenemos una situación que así la define el plan global de comunicación que hizo Gabriel Gómez, y es la comunicación entre extraños ¿Qué acciones en comunicación particularmente colaboraban a solucionar, mejorar o hacer algo con esa situación en comunicación? Antes no se saludaba ahora se ha conseguido que los taxistas y los pasajeros se saluden hubo una acción de comunicación directa sobre una situación concreta de la vida cotidiana de los conductores y de los ciudadanos usuarios de los taxis y parece

- policía fue el más estructurado pero el menos visible para la opinión pública decimos reglas para convivir era el como el centro y el otro tuvo el día RE como su expresión fundamental
- 3 ¿Cómo diseñaste esa estrategia?
 - 4 ¿Por qué no despegó la estrategia?
 - 5 Particularmente pasó una cosa que es notoria se necesitaba una sombrilla una sombrilla que cubriera todos los proyectos, cuando uno evalúa al día de hoy, la propuesta del plan de gobierno uno descubre que la sombrilla evidentemente debió haber sido seguridad y convivencia, cuando se habla esto con Paul Bromberg y con el mismo Gabriel Gómez, lo que uno descubre en los argumentos que ellos dan es que el mismo campo no se pudo plantear a él mismo como esa sombrilla. Incluso Gabriel menciona que hay una alta tendencia al tema de derecho que lo volvía un problema muy desde el punto de la abogacía, para resolver el tema y que el proyecto no se pudo plantear en otros términos y que eso dificultó y que la salida que encuentra comunicación para plantearse el problema de cultura ciudadana y que se termina volviendo la sombrilla es imagen de ciudad porque permitía un planteamiento comunicativo e incluso todos los proyectos que eran puramente de comunicación terminan entrando por el campo de acción de imagen de ciudad, por todos esos temas técnicos que habían dentro del campo, cómo ves tú?, digamos esas posturas más que las pugnas internas terminan mostrando tendencias dentro del mismo programa, puede que sean personales o no
 - 6 ¿Esos 1500 millones se ejecutan o sólo se ejecutan hasta la carta de civildad y el proceso final?
 - 7 La resistencia a lo masivo por parte de Paul y la alta demanda de los gerentes para aumentar la inversión publicitaria, ¿tu crees que realmente la campaña masiva, propuesta desde el punto de vista que tu la ves el decálogo y los demás elementos que acompañaban esta estrategia, hubieran solventando el proyecto es decir se hubieran limitado a una campaña masiva, ¿sin eso no se hubiera hecho?, o ¿se hubiera podido hacer mejor?
 - 8 La relación con los medios, con los periodistas, ¿se hizo un semillero para periodistas o cómo fue esa relación?, particularmente del proyecto reglas para convivir ahora puede que hablemos un poquito de policía pero en este proyecto cómo fue la relación con los medios, publicación de noticias, etc ?
 - 9 ¿Cómo se trabajó el de la policía? tengo entendido que fue un trabajo mucho mayor de formación ¿Se habló con ellos del código de policía? lo de la carta de civildad
 - 10 ¿Por qué no se le dio el peso que tuvo el proyecto de Formación de Formadores de Ciudad?
 - 11 De tu ida ¿cómo te vuelves a insertar en la carta de civildad y la impresión y cuántas?
 - 12 Si hoy en día te hicieran la propuesta, acaban de llamar a Roberto Moncada y no se sabe si va a dirigir otra vez el campo de acción de Seguridad y convivencia de trabajar en este tema, seguridad y convivencia ya se dieron cuenta que evidentemente esa no había sido la sombrilla desde el comienzo no hay muchas evaluaciones pero lo que queda claro por lo menos para la administración es que los grandes avances es la seguridad de la ciudad están en términos de reducción de homicidios, muertes violentas y que el espacio de cultura ciudadana que tendió a hacer imagen de ciudad, la percepción cambió pero además de cambiar la percepción las cifras absolutas de muertes bajaron, y no se sabe cómo ocurrió no se sabe cómo medirlo, no hay indicadores para medirlo, fuera de los indicadores ciertos que ir a medicina legal y hacer revisión muerte por muerte etc Va a ser el eje, seguridad y convivencia, ¿qué exigencias desde el punto de vista comunicativo, desde el punto de vista del planteamiento de una estrategia de comunicación? Además de tener la decisión política de que seguridad y convivencia es lo más importante, desde el punto de vista comunicativo, ¿qué exigirías?, ¿recursos humanos operativos, técnicos, desde el punto de vista de publicidad, de comunicación directa? porque creo que si bien se insistió mucho en que la comunicación directa debía ser muy importante en este caso estamos hablando de un intangible no estamos hablando de cebras, no estamos hablando de tránsito y transporte que era el comportamiento, como tú dices era un comportamiento mínimo
 - 13 El tema de la lúdica ¿Crees que esa acción se desgasta, sigue siendo vigente se puede trabajar desde otra perspectiva, cómo ves ese tema de la acción, de ciertos grupos que han sido de la cultura especializada bajados al tema de la comunicación urbana, de la puesta en escena?
 - 14 ¿Ustedes utilizaron músicos y cuenteros en convivencia?
 - 15 Para cerrar vos te estás moviendo en el discurso del eje comunicación - educación yo tengo planteada la evaluación que no es una evaluación de éxito sino de proceso, del programa de cultura ciudadana desde el punto de vista de las estrategias de comunicación, yo estoy manejando el eje de comunicación - cultura particularmente por esto que mencionas de Jesús Martín Barbero en torno a lo que él dice lo que logró cultura ciudadana fue orientar las políticas culturales al plano de la vida cotidiana ¿desde qué punto de vista el tema de la educación? cómo ves esos dos ejes?, que son el eje de comunicación - cultura sobre todo que este eje está montado en el discurso de la modernidad y el tema comunicación - educación montado en el discurso de las aulas y pedagogía cómo los ves esos puntos de encuentro?

A4 19 Juan Carlos Quintero – ex asesor de Espacio público urbano y lugares de socialización del Programa de Cultura Ciudadana

- 1 Vamos a concentrarnos específicamente en el trabajo que hiciste en espacio público ¿en qué proyectos trabajaste allí?
- 2 Hay una preocupación con le tema de espacio público muy fuerte porque desde el comienzo en el Plan de Gobierno si hay una cosa que se enlaza desde el comienzo con la prioridad de Cultura Ciudadana es la necesidad de construir espacios para la convivencia ¿Cuál era la visión de espacio público que se estaba jugando en la gerencia? ¿cuál era el contenido?
- 3 ¿Cómo era la relación gerencia con la división de comunicaciones?
- 4 ¿Qué hace un proyecto comunicable?
- 5 Hay una visión que caracteriza a los urbanistas contemporáneos en donde están más preocupados por la circulación que por el lugar de encuentro ¿Qué era lo que se estaba priorizando aquí, la circulación o el encuentro? Porque fijate que decimos entramos al 20 de julio y repartimos canecas, se enlazaron con Antanas también se enlazaron con la gerencia de Medio Ambiente de Cultura ciudadana o no?
- 6 Vamos a hablar particularmente del proyecto del 20 de julio pienso que ese proyecto es de los pocos que mancha espacio público que mínimamente apunta al concepto de Cultura Ciudadana en la perspectiva que se plantea en el plan de gobierno Generar reglas, compartir reglas cuidar el patrimonio, etc ¿Cómo funcionaron los medios de comunicación desde el punto de vista de la noticia con respecto a este proyecto?
- 7 Con respecto al tema publicitario vos crees que haber publicado en *El Espacio* por ejemplo tuvo algún eco ¿funcionó? ¿No funcionó? ¿aumentó la afluencia al lugar? O por lo menos le dio credibilidad al proceso en términos de que los vendedores ambulantes se sintieron apoyados o la curia se sintió apoyada todas esas instituciones ¿cómo se percibió esa toma de decisiones de pautamos en *El Espacio* y vamos para emisoras de AM? ¿qué pasó con esa toma de decisiones en términos de pauta publicitaria?
- 8 Cuando vos hablas de que hicimos estas u otras piezas estamos hablando de una comunicación particularmente directa Sin embargo estamos hablando de dos tipos de piezas unas con el Divino Niño y otra que era la Tarjeta ¿Qué pasó con las dos piezas? ¿Qué se esperaba que pasara con las piezas? ¿Qué pasó con la tarjeta ciudadana en ese lugar? Tuvo sentido no tuvo sentido la gente la usó no la usó ¿Uno podía ver en la basura si estaban? ¿Por lo menos se guardaron o se usaron?
- 9 ¿Qué permitía identificar el comportamiento? Ya tenemos un contexto de gran desorden sobre el espacio público y se escoge porque allí se congregan 300 mil personas cada fin de semana, porque las dificultades de espacio público exigen una intervención y porque se piensa que el 20 de julio es un lugar visible Evidentemente hay un motivo por el cual se selecciona el contexto pero cómo seleccionamos los públicos? Se puede decir que el comportamiento que esperamos transformar nos permite identificar el público o simplemente tenemos toda una cantidad de ciudadanos y no discriminamos nada el que llegue sea el que sea es un público potencial de las acciones de cultura ciudadana
- 10 Digamos que la calle como escenario hay que construirla Cuando se realizan acciones de comunicación directa puede que la palabra no sea escenario, pero si cuando se hacen esos operativos se construyen circuitos de comunicación en donde circular elementos de comunicación directa ¿Qué ventajas tienen estos circuitos? Ya sabemos del operativo todos los desastres que acontecen alrededor de repartir 100 000 tarjetas etc ¿Qué ventajas tiene la construcción de estos circuitos?
- 11 El cura no hizo ningún tipo de resistencia al uso de la imagen del Divino Niño ¿Qué argumentos manejó? Porque fijate que no es fácil porque estamos pensando casi en el patrón religioso de este país la imagen del Divino Niño es casi intocable
- 12 Hubo una coordinación interinstitucional que fue la base de este proyecto ¿cómo funcionó? ¿Cuál de las entidades puso más resistencia? Por ejemplo la policía entendió porque estaba en un proceso muy fuerte de cambio por el proyecto de cultura ciudadana que fue muy importante y que sigue siendo un modelo pero ¿qué sectores de esa mesa interinstitucional presentan dificultades en la negociación y cuáles son facilitadores?
- 13 Empalmamos un sistema de comunicación sobre un circuito ya construido, intervenimos de una manera distinta a ver si podemos transformar las condiciones Ya saliéndonos del caso concreto pero evidentemente sabiendo que es el referente ¿podemos pensar que la comunicación puede servir como una herramienta para el cambio de comportamientos en el espacio público urbano?
- 14 Y si no hubiera sido en el 20 de julio un trabajo de comunicación directa en otras parroquias que tienen gran afluencia de público no sé cuáles serían Si hubiéramos pensado en una comunicación informativa o publicitaria únicamente, estilo campañas para el cambio social ¿crees que hubiera sido efectivo?
- 15 Tengo muchas dificultades con el tema de la lúdica no se trata de una evaluación del equipo que tuvimos allí ¿Cómo desde la perspectiva de comunicación hubiéramos podido diseñar intervenciones artísticas en el espacio público urbano no necesariamente con teatreros sino con músicos, cuenteros etc para generar lo que estábamos esperando que era visibilidad sobre el comportamiento? Hablemos en términos ideales y porque ya sabemos que lo que tuvimos porque ya sabemos que lo que tuvimos fue muchísimos problemas y una tueda

- suelta dentro del Programa, pero ¿Qué se hubiera esperado propositivamente en términos de estas esferas especializadas de la cultura? ¿Qué tipo de propuestas hubiéramos podido pensar?
16. Lo que se les pedía es que ellos mismos se pusieran a pensar la ciudad en el contexto artístico y la ciudad pensada a partir de estos comportamientos, ya allí claro entra lo pedagógico cómo ves vos esa relación pedagogía – comunicación para las condiciones específicas de Cultura Ciudadana?
 17. Si yo te dijera que tienes que hacer una estrategia de comunicación para cambios de comportamiento en el espacio público ¿qué crees que se requiera desde el punto de vista de comunicación? Recursos físicos económicos humanos, etc
 18. El tema del espacio público tiene dos cosas: si no adecuamos contextos no cambiamos comportamientos pero si no cambiamos comportamientos la adecuación, la permanencia y la apropiación de ese espacio no tiene sentido ¿Cómo la comunicación interviene en esos dos espacios? ¿cómo puede intervenir?
 19. Hubo resistencia a invertir en comunicación. Volver a pensar en términos de cultura ciudadana la ciudad uno de los principales problemas que tuvimos es que no se quería invertir en comunicación. Volverlo a hacer sería confrontarse de nuevo con el tema del dinero. Si una campaña masiva que sabemos todos que cuesta tanto y la comunicación directa cuesta pero no tanto ¿por qué crees que existe resistencia a la inversión pública en dineros destinados a la comunicación?
 20. Vamos a pensar en los indicadores de logro, ahí sí, porque uno de los problemas que tuvo Cultura Ciudadana en su momento es que no podía medir el tema de comunicación, casi se hizo inmedible. No se sabía qué cambios tenían que ver con la comunicación y cuáles no. ¿Existiría una forma de medir la comunicación en este tipo de procesos a través de indicadores directos de comunicación o todos serían indirectos?

A4 10. Juan Carlos Pergolis – Urbanista y experto en Imagen de Ciudad

1. Entre los logros evidentes que se consiguieron en Cultura Ciudadana fue la transformación de la imagen de la ciudad ¿Qué opinas sobre eso?
2. De esa primera etapa de cultura ciudadana hay muchos proyectos, tal vez la multiplicación de proyectos fue una de las cosas más difíciles ¿Cómo la viste? ¿Qué encuentras allí que fue oportuno y por qué? y ¿Qué encuentras que fue un desacierto?
3. Tenemos datos de percepción de ciudad, mejoró. Hay medidas que nos dicen que los ciudadanos creen que Bogotá puede cambiar que Bogotá puede ser mejor, no es que sea sino que puede ser, que ya es como el optimismo ¿no?, ¿Cómo ves tú ese proceso como ciudadano? ¿Pensas que eso sí cambió? ¿Cómo?
4. La evaluación está planteada no sobre la pregunta ¿Qué tan exitoso fue cultura ciudadana? Sino qué del proceso se puede aprender desde la perspectiva de comunicación para el tema de las ciudades, sobre todo que la comunicación siguen siendo medios o publicidad, pero ¿qué crees dentro del proceso de cultura ciudadana que fue desacertado? ¿Qué no logró esos objetivos que se habían propuesto desde el principio? ¿Qué fue mal entendido por los ciudadanos y pudo generar rechazos?
5. Sí, la pregunta por lo de ahora es muy difícil de contestar, pensemos por ejemplo, hay una cosa que dices que se transforma y es el deseo, o que dices que a través del deseo que cada uno tiene sobre la ciudad en el espacio en el que vive ahí parece que se movieron cosas, o que cultura ciudadana removió cosas ¿En qué procesos uno podría decir concretamente la imagen de ciudad se empieza a transformar? ¿En qué procesos generados por cultura ciudadana más allá de la misma propuesta que ya era provocadora?
6. Se imprimieron 20 000. El dispositivo de colocación de esos afiches fue un trabajo que se hizo simultáneo al trabajo de poner los ringletes y fue muy fuerte, fue un trabajo muy fuerte en comunicación el decir, una mañana la ciudad se levanta llena de afiches y llena de ringletes y teníamos la intención de que en un momento la gente dijera algo cambió ¿Cómo ves tú ese tipo de propuestas en comunicación? Nosotros fuimos muy intuitivos muchos de los trabajos que hicimos en la imagen de ciudad, el septimazo fue una intuición los mismos ringletes o las fotografías que se hicieron en el Palacio de Justicia ese tipo de trabajos que se hicieron en imagen de ciudad
7. La tarjeta. Porque la tarjeta sí se introduce como un accesorio nuevo aunque la mano para arriba y la mano para abajo es un símbolo universal. Antanas no estaba muy convencido de hiciéramos la tarjeta roja y blanca. Hasta que no vino Berstein y le dijo que le parecía a la cinta de Moëbius él no estuvo de acuerdo con la tarjeta ¿Cómo ves tú poner en circulación y casi que poner en escena un objeto que los ciudadanos no tenían incluido? ¿Cómo percibiste vos ese tránsito de la tarjeta por la ciudad?
8. Yo quisiera hablar contigo y voy a hablar con Fernando Viviescas, los dos son urbanistas y uno se mira también como desde otro lado, por la forma como la comunicación se aprecia en el espacio público, siempre es necesaria la adecuación de contextos para el cambio de comportamientos? Pienso en el tema de Transmilenio cuando nosotros hicimos calle 80 en aquella época en 1995, Obras Públicas no arregló los andenes Tránsito y Transporte no pintó las cebras y así sucesivamente comunicación se quedó solo realmente fue nuestro primer gran error de cultura ciudadana: calle 80 claro la calle estaba diseñada como está hoy en día pero no había troncal entonces qué íbamos a comunicar pero ¿Qué pasa en esa relación adecuación de contextos y

ciudadanos? ¿Es tan estrecha esta relación o pasa otro tipo de relaciones como la del ciudadano con la ciudad o de los ciudadanos entre ellos?

9. ¿Cuáles eran los argumentos que manejaban los vecinos para decir no al parque?
10. Tengo una pregunta sobre la construcción de acontecimientos ¿no hay un momento en que eso se pueda desgastar? Podría ocurrir que eso se convierta en una receta administrativa inauguramos un sitio y hacemos un ciclo de eventos culturales y ya ahí está. Y si repetimos el ciclo tres o cuatro veces pues va más gente y si se vuelve una receta y eso no tiene como algún tipo de ingrediente creativo donde no siempre sea el mismo tipo de cosas donde no siempre sea o juegos pirotécnicos o una pista de patinaje en el hielo o un concierto de música, sino que a veces pueden pasar otro tipo de cosas, incluso manejadas con los mismos ciudadanos. No sé cómo ves eso, porque a mí una de las directrices que a mí me preocupó con Peñalosa fue esa que era particularmente receta
11. ¿Crees que la relación entre los ciudadanos también cambió, no sólo con el concepto sino también la relación de los ciudadanos entre ellos? ¿es más fácil hablar hoy en día con una persona en la calle? ¿sigue siendo igual de difícil?
12. Para allá iba mi pregunta ¿cómo medimos estos cambios? claro, hay mediciones sobre percepción de ciudad. Pero ¿cómo medimos lo demás? ¿cómo se mediría si las interacciones cotidianas entre los ciudadanos mejoraron o pueden mejorar o no? Además una cosa es la que dicen y otra cosa la que pasa
13. Conoces Cultura Ciudadana como la versión uno si tuvieras las posibilidades ahora de asesorar o de hacer algún tipo de propuesta para trabajar sobre el tema de cultura ciudadana ¿Qué elementos tendrías en cuenta y desde qué perspectiva entender cultura ciudadana? porque ya no puede ser entendido igual dado que ya se arrancó un proceso
14. ¿Cómo sería trabajar sobre el desecho?
15. ¿Qué comportamientos de lo cotidiano sobre eso que mencionas cuidar y no dañar? ¿Cuál sería la traducción de ese comportamiento?

A4 1 11 Fernando Viviescas – Urbanista y evaluador del Programa de Cultura Ciudadana

1. ¿Cómo elaboraste la evaluación del Programa? ¿Por qué hay tanta crítica hacia los resultados que ella arroja? Sabemos que Bromberg como académico estaba preparado para aceptar fuertes críticas del Programa e incluso el mismo Mockus, pero ese no es el punto. Ellos señalan que el problema de la evaluación es que parte de una noción de cultura ciudadana que no es la que se planteó y que desde allí todo el trabajo tuyo presenta dificultades ¿Qué opinas de esto?
2. ¿En esa hipótesis cuáles serían los elementos que se venían configurando antes de 95? ¿dónde podríamos percibir que era en la cultura bogotana antes del 95, que eso se estaba configurando y que Antanas logra amarrar y devolver a la ciudad en un programa de gobierno a la mitad?
3. La imagen de la ciudad también se ha transformado porque uno puede por ejemplo darse cuenta que los bogotanos dicen, no el bogotano de la clase dominante, el bogotano medio y no estamos hablando tampoco del bogotano estrato 1 que con ellos además el tema ya es demasiado la idea es un tema estructural, está diciendo si Bogotá cambia también cambia porque yo formo parte de ese cambio. El ciudadano se involucra antes era sólo un individuo una persona que caminaba por la calle empieza a sentirse relativamente ciudadano cuando es nombrado, cuando termina siendo involucrado, cuando dice, oiga es que si usted puede hacer esto la ciudad puede cambiar. Ahí también hay un giro en la imagen de la ciudad es decir el ciudadano se siente involucrado ¿no sé cómo lo ves vos? mejor dicho, el ciudadano antes no existía empieza a ser nombrado
4. El Instituto tenía 1000 millones de pesos y era absolutamente esquelético hasta 1994 en el Instituto se ejecutaban 1000 millones de pesos al año empieza 1995 y le dicen al Instituto usted va a tener 23 millones de dólares 23 mil millones de pesos al año independientemente de que se ejecutó con improvisación o no eso obliga a pensar en la cultura a los sectores involucrados tanto de las esferas formales de la cultura es decir teatros, bailarines, que siempre han estado alrededor esperando este tipo de recursos hasta aquellos agentes que vienen desde la academia a decir ¿Cómo lo vamos a trabajar el tema cultural? y eso impone una serie de retos. Pero no sé vos, que es algo que te dije de comienzo ¿cuál hubiera sido una visión de cultura ciudadana para esa Bogotá que estaba en ese proceso de cambio, para ese país que estaba en ese proceso de cambio?
5. ¿O sea que hubiera sido fácil convertir el Instituto en una Secretaría?
6. ¿Pero el nombramiento de Paul Bromberg como alcalde no representa de alguna forma la intencionalidad de ser consecuente con la propuesta
7. Pero si se está transformando mucho más rápido el campo cultural que lo que está pasando dentro del mismo gobierno, de los partidos, éstos están en el siglo pasado
8. ¿el hecho de sobre poner lo técnico a la política crees que fue el problema? Porque estaba prohibido hablar de política no sólo ahí en la Alcaldía sino en todos los lados. De política no se hablaba
9. ¿Cómo ves el nuevo plan? bueno la nueva propuesta de plan A mí hay cosas que me preocupan como aumentar el número de ciudadanos que respetan las instituciones

- 10 Pero hay problemas en la participación de la gente, nosotros tuvimos muchísimos problemas para convocar sectores que no están acostumbrados a participar en la discusión y la gente digo estoy hablando de semilleros para la convivencia y reglas para convivir y la carta de civildad que definitivamente fue un revés muy fuerte pero fue un revés el esfuerzo que se hizo para que la gente aprendiera a discutir sobre reglas y sobre normas no sobre proyectos o sobre ideas, y saber que hoy en día difícilmente restableció esos saberes es decir el esfuerzo que se hizo desde seguridad y convivencia dentro del Instituto para producir convocar y generar procesos de participación ciudadana que no ocurrieron y no es ahí desligándolo un poco de Antanas desligándonos un poco de alcaldía, pero digo no deja de ser un ideal esto que tú dices es que lo que tenemos que aumentar es la participación ciudadana, ¿cómo?
- 11 El tema de la participación no deja de ser preocupante y lo digo porque un maestro de la UNAM, decía que insistimos mucho en la participación pero olvidamos las dificultades culturales que ha producido la posmodernidad Es decir, esta predominancia de la vida privada es fundamental la gente se retrae a la vida privada que es el lugar del goce, de la realización de sus sueños el lugar donde vive tranquilo y espera que el Estado le cumpla con ciertas garantías en lo público Y lograr que volvamos a aquel ciudadano de ensueño que nos presentó la República de Platón es muy difícil, que aparezca un ciudadano conciente, coherente, casi el interlocutor válido que Habermans pide pues de dónde Pero nosotros hemos tenido una modernidad perfectamente desigual La pregunta que uno se puede hacer es que por ejemplo en Rock al Parque cuando se les preguntó por qué no habían ido a la reunión de decisiones sobre políticas de seguridad, ellos contestan "¿para qué?" ¿Participar para qué? No sólo existe este tema de que hay que aumentar la participación el Estado tiene que abrir los canales para que la gente participe La ciudad que queremos no puede ser una ciudad que se construya a puerta cerrada donde cierta gente que se considera política toma las decisiones de esa ciudad Pero yo no creo que sea posible lograr en tres años que la gente participe y decir "es que la gente ya aprendió a participar" porque aun cuando los espacios se empiezan a abrir, uno si se pregunta hay unos límites allí. Hay un momento en que la gente dice "no mira si quieres hacer un parque, hazlo" "que yo tenga que decidir" y se pide participación incluso en problemas puramente técnicos La participacionitis también puede convertirse en una enfermedad No encuentro cómo cultura ciudadana, no la de Antanas sino aquella que nos permite construir la ciudad que todos queremos, desde dónde vendrían las propuestas de participación ¿ONGs Estado sociedad civil? Porque todavía estamos en la discusión "¿eso qué es?"

A4.2. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información de las entrevistas se sistematizó a partir de 13 categorías generales y cuatro tipos de ítems para su fácil ubicación, clasificación, incorporación y análisis. Se tuvo en cuenta el tópico sobre el que se hacía referencia: cultura, identidad, circuitos de comunicación, etc.; el tipo de información que el entrevistado estaba suministrando y el proyecto o campo de acción de referencia en caso de ser mencionado tal como se presenta en el siguiente cuadro

Cuadro 7 Categorización

Categorías	Tópico	Tipo de información	Proyecto o Campo de Acción	Autor
Ley, Cultura y Moral	Canales locales	Acciones	20 de julio	Bromberg
Cultura Ciudadana	Circuitos de comunicación	Evaluación	Ahorro de agua	Camacho
Imagen de ciudad	Ciudadanía activa	Formulación	Al Parque	Cubillos
Autorregulación	Comunicación pública urbana	Inversión	Bogotá Coqueta	Gómez
Adecuación de contextos	Cultura Ciudadana (2)	Logros	Caballeros de la Cebrá	Londoño
Autoridad	Identidad		Calle 80	Mockus
Intervención lúdico pedagógica	Equipo de Comunicación		Cruces escolares	Muñoz
Estrategias de comunicación	Imagen de Mockus Interacción		Espacio Público	Pergolis
Comunicación masiva	Información		Formación de formadores de ciudad	Quintero
Comunicación directa	Institucionalización		Ley zanahoria	Sarmiento
Generación de espacios de socialidad	Juegos		Mimos	Viviescas
Programa de Cultura Ciudadana / IDCT	Legitimidad institucional		Por una ciudad al alcance de los niños	
Propuestas Cultura Ciudadana	Medios Masivos Com (MMC)		Reglas para convivir	
	Noción de cultura		Seguridad y convivencia	
	Políticas culturales		Tarjeta	
	Publicidad		Tránsito y Transporte	
	Públicos			
	Reglas			

Categorías	Tópico	Tipo de información	Proyecto o Campo de Acción	Autor
	Sanción / Gratificación Vida cotidiana Visibilidad			

FALTA PAGINA

XVIII

A4.3. CLASIFICACIÓN GENERAL INFORMACIÓN ENTREVISTAS

A4.3.1. Ley, Cultura y Moral

ITEM	AFIRMACIÓN
Noción cultura Formulación Mockus	Esa diferenciación fue clave en la construcción misma del concepto de cultura ciudadana, o sea, entender la cultura como sistema regulador que de algún modo compite con el sistema jurídico o con el sistema de autocontrol moral, la idea de autorregulación colectiva, diferenciada de autorregulación personal es constitutiva.
Sanción /Gratifica Formulación Bromberg	Quizá lo novedoso que tenía el programa nuestro tenía que ver con la teoría de Antanas en ese entonces centrada en la noción de las tres posibles formas de regulación de comportamientos de ciudadanos: la ley, la moral y la cultura, que ahora es un poquito más complejo porque esas tres están divididas en dos, por las buenas y por las malas, basado en el estímulo o basado en las sensaciones, basado en el temor o en la sensación de bienestar.
Sanción Comunicación directa Logros Bromberg	No cabe duda también que la novedad del Programa era un trabajo de comunicación directa y una localización de los factores mismos en cada conflicto que nosotros encontrábamos para que ellos se convirtieran en mecanismos importantes de regulación, esa es quizá la otra parte, por ejemplo, ley, moral y cultura tenían que ver en regulación cultural y regulación cultural que quería que decir más allá de la introspección, de mis valores éticos y todo lo que significa que yo tengo que comportarme bien conmigo mismo, sino no duermo o más allá de la presencia de la policía que me sanciona si cometo una falta, el hecho de que haya un ciudadano que me mire, que me censure, o también, que me mire, que me apruebe. Ese era un tema central en el proceso que es nuevo comparado con lo que se hizo en otros lados.
Sanción Evaluación Vivescas	El problema fundamental a mi juicio es que un problema que es eminentemente de dimensiones colectivas Antanas lo quiere resolver por el lado individual, entonces se vuelve necesariamente moralista. Para mí la ciudadanía tiene que ver con un proceso de exacerbación de la participación consciente, consciente quiere decir de conocimiento, no es moral sino de poner en el plano de lo consciente, que los ciudadanos sepan los derechos que tienen, pero también sus deberes, pero que conozcan las lógicas de ese asunto y que puedan discutir, en ese sentido, uno no le puede decir a la gente: usted tiene que aceptar las normas como buenas desde el principio, las normas si yo no participé en la elaboración de las mismas, yo puedo llegar a aceptarla pero después de que yo la analice.

A4.3.2. Cultura Ciudadana

ITEM	AFIRMACIÓN
Noción cultura Formulación Mockus	Recuerdo la reunión aquí con Jaime Castro en que hablamos, de esto, de qué posible cambio presupuestal me podía autorizar antes del empalme, y fue curioso porque como hablaba de cultura ciudadana, digamos, o estaba la posibilidad o de movernos a fortalecer acción comunal y hubiéramos terminado por una vía más clásica de fortalecer organizaciones, capital social, o el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, a sabiendas de que había una tensión grande entre el concepto de producción especializada, distribución desde cultura en el sentido de producción cultural y el tema de cultura como lo ven sociólogos y antropólogos, entonces, digamos que como que la magia del puente este sobre el cual se hace la investigación, tal vez se construyó en ese momento, aunque debo reconocer que mi propia salida de la rectoría de la Universidad Nacional estuvo asociada al hecho de la relación arte-regulación cultural en general. Es decir, no fue una pura casualidad que se tendiera ese puente entre producción cultural y sistemática.
Ciudadana	De todas maneras fue bonita la manera como la opinión pública se apropió del tema del lema de cultura ciudadana, la noción tuvo una

ITEM	AFIRMACIÓN
Activa Logros Mockus	acogida muy buena v en un análisis a posteriori pues uno ve como un gran énfasis en deberes que hoy en día por ejemplo el Concejo intenta retomarlo como una crítica, como 5 o 6 años más tarde algunos actores políticos parecen como descubrir que este es un enfoque más basado en deberes que en derechos.
Noción de cultura Identidad Logros Mockus	El concepto de cultura ciudadana fue clave porque fue respetuoso con la diversidad cultural y con las otras identidades y una manera que no implicaba competencia con las otras identidades ayudó a crear una identidad del bogotano. Si veo que el Programa aportó, tal vez necesitaba un referente de identidad compartida
Noción de cultura Identidad MMC Reglas Formulación Caballeros de la Cebra Mockus	El Programa fue sonado desde la formulación si se quiere académica, diciendo tendremos mayor capacidad de mutuo control social amigable y eso atado a la identificación de ciertos contextos. Yo me imaginé el Programa como la teoría de Berstein de los códigos socioculturales en el caso de él, en la mayoría de sus artículos él habla de códigos sociolingüísticos es como un poco extendida esa noción a código sociocultural de no sólo se regula el habla sino el comportamiento en su conjunto, ilustrado en buena cantidad de contextos en el parque, en la vía pública, en el transporte público pero el descubrimiento y la colonización paso a paso de esos contextos fue mucho más ardua y más mediada por la materialización plástica, los medios de comunicación jugaron un papel más grande del que yo sospechaba inicialmente. Como los mejores Caballeros de la Cebra pues implicaron como un mayor énfasis en la identidad del grupo que en el contexto. En general digamos en la práctica <i>el modelo evoluciona una y otra vez, hasta lo que tal vez es como el resorte católico de la sociedad, es decir a la cosa más interiorizada, más personal.</i>
Logros Mockus	El Programa aportó porque tal vez desarrolla una característica de disposición de los bogotanos a transformar deliberadamente algunos rasgos de nuestra cultura.
Reglas Formulación Mockus	las racionalizaciones o el escepticismo técnico tienden a volverse un lugar común desde el cual se elude la exploración de alternativas. Lo interesante de cambiar de explicaciones del comportamiento de introducir la regulación cultural como un elemento válido y de sonar que se puede influir conscientemente sobre la regulación cultural eso desbloquea ese tipo de argumento. La idea de que nos comportamos siguiendo reglas y valores y no sólo metas pragmáticas, pues eso que es un elemento básico en muchas corrientes en ciencias sociales, pues aquí tenía un valor práctico claro. Es decir el taxista puede actuar contra lo que parece ser su interés más inmediato, en parte porque va lo viene haciendo, ese era como el secreto. En el caso del agua era como al revés, la solidaridad racional con el objetivo era relativamente fácil de lograr, en cambio el cambio de hábitos podría traer dificultades y demoras. En ambos casos el explicitar razones, dificultades, el construir el camino y de entender que más que buena o mala voluntad se trataba de metodología para el cambio, no invalidar al que tiene dificultades para cambiar, el invitarlo a cambiar. La hipótesis optimista tenía virtudes, creo que lo mismo pasó en el desarme, suponer que de algún modo el crimen es oprobioso y pesado y aburridor para el que lo comete, que el arma no es necesariamente algo que la gente quiere conservar no sólo siendo delincuente o pariente de delincuente sino cierta disposición de decir 'ustedes deben estar aburridos con el arma', eso ayuda a desbloquear comportamientos y racionalizaciones, esquemas. Fue interesante en los dos casos que usted menciona el choque con el escepticismo técnico e incluso las acusaciones como <i>ingenuidad o irresponsabilidad, pues de ese tiempo para acá he revisado la etimología de ingenuo y significa nacido libre y a mi modo de ver en este caso sería 'nacido libre de prejuicios', libre de autoderrota, de explicación, es decir el lugar que se le asigna o que se le debe asignar a las lecturas pesimistas es interesante porque ayudan a no despertar demasiadas expectativas, a tomar precauciones pero si el pesimismo primara no se harían las acciones</i>
Cultura ciudadana Vida cotidiana Formulación	Promover comportamientos no es asunto novedoso, esos mercadeos sociales se han conocido desde mucho tiempo atrás. Ahí no está la novedad. No está la novedad ni siquiera en haberlo convertido en una política de Estado porque al fin y al cabo los países socialistas prefirieron crear un hombre nuevo también a través de la insinuación desde el Estado de qué es lo bueno y qué es lo malo en los comportamientos ciudadanos e inclusive en los valores. A partir del caso de los países socialistas es el fracaso tan rotundo, inclusive en los

ITEM	AFIRMACIÓN
Bromberg	temas más delicados que pasados sesenta, setenta años en el caso de la Unión Soviética, tal vez menos en el caso de los países dominados por ellos, una especie de derrumbe del sistema, una libre teoría política maligna, incluso guerra civil, fue sorprendente el comportamiento de la acción de la guerra que era uno de los temas centrales en la construcción de un hombre nuevo y es inclusive que esto sea parte del error: haber considerado muchos elementos de la cultura como cosas accesorias a la posición que ocupa el ciudadano en la producción: 'la religión es el opio del pueblo', cuando se sabe que el opio del pueblo es el optimismo. El tema étnico, por decirlo también considerando o no desde el punto de vista de la cultura como un asunto secundario y que el papel principal sea el de la producción, esa ideología tan absolutamente rudimentaria pudo haber sido parte responsable del fracaso. En ese sentido creo que como conclusión de lo que ocurrió en estos países y del esfuerzo nuestro también, el tema de las motivaciones, los valores, los comportamientos colectivos sigue siendo definitivamente un asunto sin entender y por consiguiente las políticas públicas que pretenden modificar los comportamientos siguen siendo muy inciertas. Con fundamentos científicos muy inciertos.
Formulación Bromberg	Hubo un debate permanente entre Antanas y el Instituto de la Cultura sobre el tema de los ingenieros de la cultura. Él señalaba que lo que necesitaba la cultura ciudadana era ingenieros, no sé si usted recuerda eso, eso es de esperar en un temperamento un poco mesiánico como el que él tiene. Se necesitaba profetas y había uno que era él y nosotros tratando de trabajar desde la calle y desde la ejecución de un presupuesto éramos ingenieros de la cultura, tratando de acotar con toda la precisión posible la razón de los comportamientos, el contexto en el que se daban los comportamientos, la eficacia de la comunicación y eso nos indicaba un planteamiento en detalle.
Noción de cultura Formulación Bromberg	Como conclusión de todo eso yo recuerdo mi punto es que la filosofía que es el fuerte del ideólogo, en ese entonces, de Antanas, comienza a decir algo relevante sobre de las prácticas cotidianas se convierte en una ciencia positiva, es decir, desde la filosofía usted no puede pensar, más allá de motivar, es decir más allá de motivar, motivar para tratar de investigar en detalle lo que usted necesita investigar en detalle. Le doy un ejemplo: Antanas mencionaba muchas veces el tema de cambiar la violencia simbólica, sustituir la violencia física por la violencia simbólica, y yo siempre insistía en que esa frase que viene simplemente de un juego de palabras de los filósofos, es un poco de palabras y comienzan a darles vueltas a los significados, los ponen en diferente orden y salen las cosas bonitas y esa es una afirmación bonita y es una afirmación bonita que no tiene sentido sino es desde el punto de vista empírico, por lo menos exige una serie de experimentos controlados para descubrir si en Colombia, por ejemplo, la violencia física no es resultado del incremento de la violencia simbólica generado en un punto donde se rompe la barrera, lo cual sería absolutamente ridículo un proceso de regresar, cambio la violencia física por aquella cosa que la genera, eso no tiene sentido y eso sólo se puede conocer empíricamente. El efecto más notable por ejemplo que hubo en proyectos de política pública fue la definición del número de homicidios, y la disminución del número de homicidios como un proyecto, y la gente vio el proyecto de número totalmente distinto al resto de cultura ciudadana, primero que había un asunto clarísimo de ingeniería social, semana tras semana se investigaba caso por caso, generaban las tasas y se tomaban medidas en algunas ocasiones, medidas técnicas de por sí, eso arrastra por supuesto parte de la cadena de venganzas que hay alrededor del homicidio y se mete de esta manera en temas de la cultura, pero no fue insinuándole a la gente: "seamos buenitos" como se produjo el cambio de comportamiento. Bueno, otra cosa ahí muy importante, lo que una sociedad piensa de sí misma es un hecho objetivo, cambiar una sociedad es también cambiar la manera como ella se autopercebe, tanto que lo que se hace en las ciudades, más que los comportamientos que no sé si se pueden medir, es ese cambio en ese comportamiento ¿Cómo puede explotarse? No lo sé.
Cultura Ciudadana (2) Formulación Bromberg	Pues tiene un poco de frases bonitas pero no sé qué va a hacer. Eso es lo que nos pasó a nosotros, en noviembre del año 95 tampoco teníamos muy claro qué íbamos a hacer, sacamos esos mimos de afán y sabíamos que el tema del tráfico era sumamente importante y que teníamos un poco de programas cada uno más difícil que el otro y realmente lo que termina haciéndose muy distinto de lo que por lo menos yo hacía en mi escritorio, había un teléfono roto ahí tremendo, pero inmenso.
Tarjeta Sanción	No, no hay por varias razones, porque sigue habiendo una tremenda desconfianza por las ciencias positivas, en alguna ocasión lo ha negado, dice, no, está bien, yo reconozco que la ingeniería es un tema distinto y hay que trabajar el tema de la ingeniería, pues de la cultura entre

ITEM	AFIRMACIÓN
Gratificación Cultura Ciudadana (2) Evaluación Bromberg	comillas. Antanas descubrió algo que nosotros habíamos descubierto hacia rato y es que usted promueve más fácil el comportamiento de los colombianos pellizcándoto por las cosas buenas que por las cosas malas, eso los habíamos descubierto hace rato. inclusive cuando él sacó la tarjeta ciudadana y comenzó a molestar con la cara roja de la tarjeta, siempre nuestra insistencia fue sacar siempre la blanca, porque los colombianos se resisten mucho a que alguien le diga: 'usted hizo mal las cosas', es mucho más fácil jugar diciendo: 'mire lo bien que lo hizo'. Esto es lo único nuevo que tiene Antanas, es su insistencia en hacer énfasis sobre lo bueno y no sobre lo malo, eso es lo único nuevo, pero de resto no hay ningún proyecto. No hubo evaluación tampoco del Programa, entonces la administración siguiente cogió los archivos, en quince días ya no existían archivos, la evaluación de Viviescas es una vergüenza, es una vergüenza para la Universidad Nacional ese documento que produjeron. Sólo por razones políticas termina aceptándose.
Evaluación Bromberg	(Evaluación Viviescas) ¿Qué fue lo que ocurrió allí? Hubo una crisis en el equipo CES, por varias razones y los diferentes evaluadores de los diferentes aspectos, te entregan a Viviescas cada uno sus pequeños trabajos para que se hicieran la síntesis, la síntesis se reduce mucho más al tema político, a la continuidad de un proyecto de ciudad en el cual se centra Viviescas, que no era el objeto contractual. Y además no tiene en cuenta para nada los estudios de los demás, claro que los estudios de los demás fueron muy mediocres, por lo menos algunos que yo alcance a leer. Cuando el Instituto de Cultura reclama la calidad del trabajo y el hecho de que eso se ve como desconectado totalmente de las conclusiones finales, de los insumos que llevan a esas conclusiones finales, la respuesta de la Universidad es indignante: 'que eso es autonomía del investigador' [...] Eso no sirvió para nada, luego el Instituto de Cultura hace una evaluación de percepción ciudadana, cuyo resultado usted lo debe conocer y esa es la única evaluación que tengo [...] En consecuencia no hubo nunca nada, eso no está nada evaluado.
Noción cultura Logros Muñoz	Sin sesgos hubo más éxito del que cualquiera de nosotros pudo haber previsto o estimado porque era muy difícil pensar que en tres años hubiese resultados, sobre todo tratándose de un bien intangible como es la cultura. Pasando de un concepto de cultura basado en la expresión artística y a otros contextos de la vida cotidiana como son las costumbres, los hábitos, las creencias mismas, sobre todo con relación a unos ámbitos tan grandes como toda la población de una ciudad como Bogotá que venía saliendo como de una crisis muy fuerte que se dio en los años ochenta, bastante marcados en los comportamientos. No sólo con relación a los ciudadanos que pisan las calles sino también en relación a los funcionarios de las entidades en donde había estructuras y rutinas muy fuertes. Pues yo pienso que uno viviendo el proceso es difícil evaluar pero yo diría que hubo éxito en los dos ámbitos fundamentales: con los funcionarios y con la ciudadanía.
Noción cultura Formulación Munoz	Cultura Ciudadana era un concepto a construir y que se estaba construyendo a medida que se introducía en la realidad. Cada quien pudo tener una visión distinta, incluso al interior del IDCT, los mismos gerentes entendían cosas diferentes [...] La misma actividad fue transformando el concepto de cultura ciudadana, el enfoque que cada cual le dio según su disciplina, su trabajo, etc. la visión de las mismas entidades, la diferencia entre la visión de Mockus y la que maneja Bromberg en la práctica con la ciudad, que todo es distinto a lo que escribía Espinel. <i>Hay muy poco trabajo escrito, lo que dejó Mockus y Espinel, nadie más, los demás hacían y corrían. Hay un giro entre la misma visión que da el Plan y la que aparece en Cultura Ciudadana como estrategia y la que se da al final. Yo creo que sólo Mockus tuvo claro el esquema y que después uno lo perdió y quizás él mismo lo perdió y eso lo viene a entender uno después. Yo creo que cultura ciudadana en últimas es mas bien como una táctica, como un camino para lograr hacer productiva la ciudad y en últimas la primera estrategia de verdad es la productividad de la ciudad, que quizás ahora está más claro y que va no se llama productividad sino competitividad, pero a eso uno llega al final, no es claro al principio. En educación Villaveces si lo tenía claro y decía que todo debería ser cultura para la productividad, educación para la productividad. Pero eso se dijo al final cuando ya estábamos entregando informes. En ellos se decía que cultura ciudadana lo que había hecho era permitir que la gente entendiera mejor caminos y valores ciudadanos, en últimas pues eso fue porque uno debe tener en cuenta eso.</i>
Por una ciudad al alcance de	Fue una iniciativa del Alcalde Bromberg y para darle continuidad al proyecto de 'Vacunación contra la violencia'. Realmente nuestra población hasta ese momento no eran los niños sino los jóvenes, que creo que se realizó el derecho de los jóvenes a tener un espacio en la

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
los niños Formulación Munoz	ciudad, el derecho a su música y su eventos como rock y rap. Había trabajo con los niños pero pequeños, con los niños se recuperó una reflexión que se hizo en el IDCT con Bromberg de cómo se debían generar procesos de cambio con relación al tema de la violencia, yo le había hecho una propuesta de que en lugar de hablar contra la violencia habláramos del buen trato y en algún momento él como alcalde recordó que lo habíamos conversado
Evaluación Munoz	Bromberg y yo tratamos que la academia analizara el proceso pero el resultado fue desastroso [...] De esa evaluación que hizo la Nacional fue un desastre como se le dijo a Viviescas no se trataba de que nos echaran flores sino de que se hiciera un análisis académico y por lo menos que eso hubiera servido como un capital semilla para que la universidad con un documento de esos en la mano, con resultados analíticos le hubiera podido decir a un organismo internacional que es importante hacer un seguimiento a esto y ahí es donde la academia debe ser independiente del gobierno y no funcionar en términos de un contrato, pero eso fue lo que hizo la Universidad funcionó con un contrato. Lo hicieron a la loca, cada uno hizo algo y no colectivizaron. Incluso a nivel de recursos fue una investigación muy bien paga pero no se convirtió en un documento de aprendizaje sino en una crítica poco sustentada, mal argumentada.
Logros Evaluación Munoz	Sociológicamente yo me sigo preguntado si la sociedad tiene un terreno de anomia bastante grande porque todos aceptamos la propuesta, se lleva a cabo, no hay mayor contradicción, no hay ni siquiera a nivel de la concertación del debate público o académico no hay nada. No hay confrontación, por ahí hubo un editorialista pero no hubo confrontación de ideas políticas y en ese nivel uno puede decir que la participación es mínima. Es decir el ciudadano aun no puede hablar con el Estado y el Estado puede hacer cosas bastante caprichosas.
Logros Evaluación Cubillos	Sí. Mira la idea es que recibimos en la Oficina de Prensa todos los informes de las entidades y llegamos a la conclusión de que lo que habíamos hecho era salvar vidas. Sí, salvar vidas, la tasa de homicidios bajó como 20 puntos. Entonces sobre esa base organizamos toda la información del libro <i>Cultura Ciudadana</i> .
Por una ciudad al alcance de los niños Formulación Cubillos	La verdad no sé. La organización de la información del IDCT en el libro la priorizaron ellos mismos. Yo no me fijé. 'Por una ciudad al alcance de los niños' es un proyecto que yo no recuerdo [...] Pues por lo que me muestras no porque nosotros nunca hablamos de valores recuerdas? Ese no fue ni siquiera un tema sobre el que trabajamos. Las Jornadas de Vacunación contra la Violencia eran un proceso autorreflexivo pero allí no se busco transformar los valores ni nada que se le parezca. Ahora en las Jornadas fíjate que el éxito se logra en las primeras cuando se convierte en un asunto rutinario de las entidades pierde como su valor. No sé.
Políticas culturales Formulación Londono	No tengo una concepción instrumental de la cultura, porque yo no pienso que la cultura pueda direccionarse enteramente al servicio de un plan de gobierno, sino que la cultura tiene una autonomía, una autonomía y una forma de accionar que le es propia, y debemos garantizar las posibilidades de expresión del arte, tiene que haber una direccionalidad, estamos tratando de hacer que se den por ejemplo los criterios y énfasis del fomento cultural que estamos tratando de llevar a cabo en estos tres años ¿En qué se ve eso?, esa parte por decir algo, yo estuve en la junta directiva del Instituto un año, estuve en el observatorio en el comité académico todo el tiempo y yo no tengo una imagen de cuál fue la política cultural del Instituto, tengo en mente un recuerdo claro, una discusión que después la recuperé con Paul y fue el dilema con el cual se enfrenta cualquier persona que dirige el Instituto, y es que apoya en las discusiones culturales, apoya la estabilidad para que solucionen porque todas las instituciones dependen en buena medida de los recursos públicos o dirige el apoyo hacia creación, hacia proyectos, esta discusión fue larguísima. Finalmente Paul que estaba orientado por proyectos, terminó su balance final afirmando que si se apoyan financiera y culturalmente a estas instituciones, o sea al menos funcionando ellos pueden tener condiciones para crear.
Logros Pergolis	"Con la acción de cultura ciudadana de ese momento, por supuesto que cambió y dio esperanzas. La ciudadanía estaba totalmente desesperanzada de Bogotá. la única salida que tiene esta ciudad es el aeropuerto y se abrió como una cosa de expectativa que la ciudad puede cambiar, yo creo que fue pero utilísimo, además, lo más importante, creo yo, es que cada uno pensó que la ciudad puede cambiar dependiendo de lo que yo haga. Entonces hubo quien tronó, paró mas allá de la obra, hubo quien respetó el semáforo, ¿quién usó el cinturón? ¿quién no subió el carro al andén? ¿quién regañó al vecino por tal cosa? Hubo como una toma de conciencia de la participación de cada uno en el destino de la ciudad. Yo creo que eso fue notable"

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
Observatorio Logros Pergolis	Tuve más contacto en el momento de Paul porque estábamos terminando la <i>Ciudad de los milagros y las fiestas</i> y lo entregamos, tuvimos una propuesta para traer el carnaval, carnaval de 40 días antes de semana santa, víspera de miércoles de ceniza, la fiesta y después eso quedó nada. De ese momento yo creo que la experiencia fue valiosísima, yo tuve trabajo en Caracas, después en Buenos Aires, en Rosario, en Quito, en Mérida, de toda Mérida a Venezuela, de todos lados miraban Bogotá y de todos lados se hacía referencia de cultura ciudadana. Yo creo que fue <i>super positiva</i> , no hubo ciudad de América Latina que fuera mirada simultáneamente en su aspecto cultural desde tantas visiones diferentes, no hay ciudad de Latinoamérica que tenga tanta bibliografía reciente como el paquete de libros que sacó la Alcaldía en los últimos cinco, siete años.
interaccion Logros Pergolis	Yo creo que el programa sí fue entendido por los ciudadanos, prueba de ello la reelección de Mockus, y creo que toda esa cuestión de trabajar sobre comportamiento ciudadano, y yo últimamente ando poco en el carro y utilizo uso mucho taxi y converso mucho, la cuestión de comportamiento interesa muchísimo a la comunidad, no sólo lo hago en los taxis, lo hago donde puedo, es lo que veo que ahora me está ocurriendo.
Formulación Pergolis	El hecho de 'todos ponen', provocador y es transgresor de la institución misma, en ese sentido permitió la configuración de un nuevo significante, de una nueva imagen, en términos de Kristeva, como lo define el sistema la práctica con el significante lleva a transgredir la institución, en ese sentido tuvo un arranque fantástico porque ya vio el proceso precocinado, por eso fue fácil.
Evaluación Viviescas	La perspectiva sería una discusión fundamentalmente política [...] burdamente es esto: el fenómeno no es Antanas, el fenómeno es lo que pasó con la ciudadanía bogotana, pero entre Antanas y todos los medios de comunicación, y yo digo, los sectores predominantes de Bogotá se encargaron de hacer creer que el fenómeno era Antanas, con una clara intención política, intención, digo, consciente o inconsciente y lo que se buscaba y creo que se logró en gran parte, en gran medida por las actitudes de Antanas fue revertir todo un proceso político-cultural que la ciudadanía bogotana estaba haciendo [...] Entonces, mi mirada es una cuestión eminentemente política y yo por eso, la discusión no fue solamente con Norma Costanza, la discusión fue muy fuerte con, esta mujer extraordinaria que está ahora de decana, no sé qué de Mantilla, Luz Tereza, una extraordinaria mujer, una vieja muy berraca, con ella fue porque ella estaba muy involucrada en ese asunto, de hecho yo llegué a hacer esa investigación por un accidente que yo todavía no sé cuál es, digamos no sé por qué yo pero a mí me dijeron usted tiene que ser el que haga esta vaina y como dices que no cno cierto?, pero yo tenía un antecedente ya había escrito un documento que yo no sé si tú conoces que también publicó la administración que la publicó la revista esta del IDEP, no del Instituto de Investigaciones Pedagógicas, el IDEP, que es una cosa que tenían sobre, porque yo hice un ensayito muy pequeño, y a mí me gusta mucho, discutiendo una vez una columna de Plinio Apuleyo Mendoza donde le decía bobo a Antanas y lo insultaba [...] En eso yo hacia una defensa de <i>cultura ciudadana</i> como programa, como proyecto político, desde luego, además porque me daba ahí como oportunidades para fijar unos deslindes con Plinio Apuleyo Mendoza pues porque evidentemente Plinio Apuleyo Mendoza que después es uno de los grandes soportes de Penatosa, ideológico y de todo, que es bien interesante mirar eso, cno cierto?, cómo después una cosa se volteó toda, no cierto, y fueron todos los soportes de Penatosa los que hicieron que volvieran a nombrar a Antanas, digamos, ahí se dio una vuelta muy interesante que después estaba viendo ese estudio, habría que tenerlo en cuenta, cno cierto?, entre otras cosas aquí avanzo la idea de que eso es más o menos la misma cosas, que todo es un continuo de una perspectiva cultural y política que tiene como base fundamental, repito, no sé si como objetivo determinante pero lo que se logró, independientemente de si fue consciente o no, lo que se logró fue detener un proceso de creación de una <i>cultura ciudadana</i> que la gente de Bogotá estaba configurando, y que eso es lo que produce el fenómeno de Antanas y no al revés.
Imagen de Mockus Evaluación Viviescas	El nombramiento de Antanas no es inicio de nada, el nombramiento de Antanas es un paso de un proceso que va venia desde hacia mucho tiempo, eso es lo que yo sostengo, esa es toda mi discusión. Ahora, el resto de cosas las podemos discutir todas, cno cierto?, en ese marco podemos discutir el autoritarismo, la pobreza ideológica de la concepción política de Antanas, las limitaciones tan grandes que a nivel filosófico tiene allí, eso lo podemos discutir, pero el punto fundamental, el que yo recalco, el que yo recalco, Antanas no cambia nada mejor

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
	dicho, Antanas es parte de un cambio que va había empezado a hacer la gente [...] Antanas se creyó el cuento de que era él, o que es él, él todavía cree que es él. Y entonces, y ahí hay un punto que te avanza de una vez, es la concepción de la política, el tipo no considera la política un problema colectivo, sino un problema individual, es un problema de comportamiento individual, yo me porto bien y si tú te portas bien vamos a ser dos, y si nos portamos los otros tres, eso vamos a hacer, al final todos vamos a resultar pues funcionando en una sociedad muy buena porque todos nos portamos bien. Por supuesto que portarnos bien es mi referencia, ¿no cierto?, portarse bien tú es portarse como yo, digamos, ¿no cierto? Pero mencionaste el punto a mi juicio clave, el Instituto Distrital de Cultura y Turismo.
Imagen de Mockus Evaluación Logros Viviscas	Antanas pensaba que la cultura era una cosa que le hacía falta a Bogotá, como le hacen falta escuelas, le hace falta empleo, le hacen falta a veces arracachas, le faltan si, un poco de cosas. Entonces dijo, a mí no me hacen falta arracachas, yo soy un tipo que vengo de la universidad, me hace falta la cultura, pero en la misma forma, no en una forma transformadora, ¿si me entiendes?, y aquí voy inmediatamente antes de que me hagas las preguntas, todos los demás elementos, todo ese tomarse las calles, la cuestión del comportamiento y todas esas cosas, no solamente corresponden a una esfera que no es la del Estado, eso lo puede hacer perfectamente la sociedad civil, es decir ese tipo de campañas, digámoslo así, ¿no cierto?, sino que además no eran de Antanas, había mucha gente que dio todas esas ideas y Antanas simplemente dejó hacer, ¿no cierto?, especialmente, y aquí no viene un propo a ustedes, contrario a lo que Luz Teresa decía, yo consideraba que el gran reducto que había, yo me sentía representado porque yo voté por Antanas, yo me sentía representado por la gente que había en el Instituto y por lo que hubo ahí, incluso por el mismo Paul y por todo el trabajo que hizo el Instituto de recreación y deporte, o sea yo creo que ahí fue, la gente que estuvo ahí es la gente que mejor se aproximó a la interpretación de lo que tenía que hacerse, independientemente que estoy satisfecho con lo que hizo o que no lo estov, pero eso es otro problema. Yo creo que había mucho más ahí, y el otro es el observatorio urbano, el trabajo de investigaciones y demás, esos son los dos tipos de cosas importantes, que yo además creo que el resto es absolutamente gris.
Imagen de Mockus Evaluación Logros Viviscas	otro punto fundamental es que Bogotá y todas las ciudades colombianas y todas las estructuras colombianas tienen un problema muy fuerte y es el clientelismo y del clientelismo son los Concejos. Ese es un punto que hay que acatar, no puedes entrarle a modernizar estas ciudades y hacerlas muy democráticas y hacerlas mejores de una manera orgánica, sino entras a trabajar ese problema y creo yo que la forma no es ignorándola. Y la forma no es denostándolos, insultándolos y diciendo que son unos tal y que tal y que entonces yo como alcalde no me meto con ellos, es un problema que hay que agarrar por los cuernos y manejarlo. Ahora, con todos los riesgos que eso significa, pero tú no puedes hacerte el impoluto y que no te vas a manchar de ese tipo de cosas porque tampoco, la política es así, es decir, uno puede decirle a la política que sea limpia, tú tienes que ser limpio al entrar en la política, es jugar y tratar de mantenerse obviamente en una perspectiva de respeto ciudadano, de respeto por la política, en fin, de todas estas cosas, pero tienes que meterse allá, no puedes decir yo no voy a entrar hasta que no se limpie porque yo soy limpio, porque no, porque la gente, por ejemplo, incluso es contra ellos, la gente dijo es con el voto, que el voto está, vamos a demostrar que el voto puede sacar gente que no es, es que eso, mira es que el proyecto de Antanas no se lo creía ni él mismo, ni nadie, es que uno creía, y la gente dice, no, somos capaces de nombrar un tipo de esos y lo nombran, o sea que si se podía y sin plata también se podía, que antes todo el mundo decía es que así sin plata no se puede hacer nada, no se que cosa y sin armas, sin armas y sin plata, y la gente dice, a este tipo le vamos.
Evaluación Relación con el Concejo Viviscas	Como mi obsesión es la política porque yo soy urbanista, entonces conozco muy bien lo que eso significa, estamos comentando los resultados de las elecciones que habían pasado en octubre, no sé; y una de las cosas que se quejaba Paul era de que la gente desafortunadamente había vuelto a nombrar en el Concejo, él decía peor que el que nos había tocado a nosotros en términos de clientelismo, él no se quejaba para nada que hubiera quedado Penalosa, le parecía bien, pero él si le parecía que el Concejo era un desastre, y es que lo era. Y yo te dije a Paul, "¿Paul, ustedes qué hicieron para tratar de medir un cambio en la actitud de la gente en la composición del Concejo?", al respecto él me dijo: nada, porque nosotros confiamos, y dijo inmediatamente, porque nosotros confiamos en que nuestra labor era suficiente para que la gente cambiara. Yo me acuerdo que pensé, o este es un ingenuo o no conoce nada de política, yo opté por la

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>segunda, yo dije Paul, pero tú sabes que eso se desarrolla es en el campo de la política, en la política no basta que tú digas que eres honesto sino que tienes que, y además ganar a la gente y hacer que la gente, es decir, un trabajo político, porque la política es trabajo básicamente en política. Y en la discusión yo le dije: bueno, y cómo manejaban ustedes la política en esta mesa?, porque estábamos sentados en la mesa del Concejo de gobierno, y él me dice: ¿tú sabes cuándo se vino a hablar de política en esta mesa? (—Cuando se fue Antanas) —No, no solamente cuando se fue Antanas, ya se había ido Antanas desde luego, pero al otro día de las elecciones 10 de octubre, por los resultados. Yo le dije: no puede ser, me dijo: nunca, aquí no se podía hablar de política mientras estuviera Antanas porque esto Antanas, la concepción del Concejo de gobierno era un Concejo técnico. Bueno, yo que me la sospechaba todas ahí si quedó abrumado, porque yo dije como así, como que en el Concejo de gobierno de la ciudad está prohibido hablar de política, ¡pero por Dios!. Entonces eso va demarca definitivamente el asunto, entonces va uno vuelve al principio, era va 8 de diciembre, ya se había acabado el gobierno, entonces va, yo decía, entonces yo vuelvo al principio. Yo aún no había escrito mi texto y ese día empecé a escribirlo, con esas observaciones que me hizo Paul, yo dije, no, aquí el problema es otro, no hay que. En ese momento, yo había empezado a trabajar la evaluación desde agosto que me habían contratado, ahí fue cuando empecé yo a escribir el asunto y dije yo bueno, aquí es.</p>
<p>Institucionalización Juegos Formulación Gómez</p>	<p>Ese proceso fue un proceso de discusiones muy duro, muy fuerte y muy complejo, complejo porque todos llegamos con lo mejor de nuestro mundo conceptual e ideal a enfrentarnos a que nos dijeran convirtieran algo que había sido más un lema de campaña con un contenido. Digamos que en el programa de gobierno del candidato existe cultura ciudadana y cultura ciudadana se traduce en ese primer momento en juegos ciudadanos y en el uso de la lúdica para educar y no hay mucho más allá de eso, incluso la primera etapa, una primera etapa que fue el desarrollo de la tarjeta ciudadana, estaba asentado en cómo hacemos para que la tarjeta sirva para generar juegos y juegos muy entendidos en el sentido más tradicional del término, incluso tenemos dos o tres psicólogos expertos, juególogos o expertos en juegos o como se llame, ludólogos a los que les estamos pidiendo diseños juegos y ahí uno descubre que estamos hablando de cosas muy distintas, poco a poco vamos descubriendo, estamos hablando de ludólogos que tienen capacidad de diseñar juegos para el salón de clase, por ejemplo, pero la ciudad no es un salón de clase y aún cuando lo fuera es un salón de clase con 7 millones de personas, entonces, igual se desbordan las posibilidades. La primera etapa está en tratar de centrar la acción de cultura ciudadana en algo, se hace una primera encuesta muy informal, mas un sondeo de cuáles son los principales problemas de la ciudad y la gente responde: seguridad, transporte y aseo, muy interesante el del aseo, entre otras cosas poco a poco y rápidamente desapareció y muy interesante porque en dos o tres días distintos que se hace la encuesta seguridad y transporte alternan dependiendo de que en esos días hubo un accidente de una buseta que se quemó por un mal manejo de una vana de gasolina, entonces la gente habla de transporte; pero si el día anterior lo atraca un uno, no es seguro, entonces, conclusión el eje fuerte era transporte, trancones, mal comportamiento de los ciudadanos, pero transporte entendido todo hacia los conductores. El vuelco que nosotros le damos es en el transporte tienen tantos problemas los conductores como los ciudadanos. La primera etapa es eso y de ahí salen los campos de acción y se supone que en cada campo de acción hay que priorizar una preocupación central: uno de los problemas más serios está también y es que a todos nos coge fuera de base el tamaño de la ciudad.</p>
<p>Formulación Gómez</p>	<p>De hecho uno de los ejes fuertes de discusión entre el alcalde Mockus y Paul Bromberg es, y yo en eso hoy por hoy le daría incluso algo de razón al alcalde Mockus, un sólo comportamiento, un sólo éxito, una sola línea, mientras que por el lado de Paul se proponían los seis campos, toda la ciudad, todo el espacio, todos los problemas al tiempo, yo diría que si tuviera que volver a centrarme en eso, me quedara con la propuesta del alcalde.</p>
<p>Logros Sarmiento</p>	<p>Creo que va es irreversible lo que dejó cultura ciudadana, ya ningún alcalde, ningún, ni siquiera ningún candidato presidencial puede dejar de hablar de cultura porque yo creo que fue un antecedente grandísimo. Si vemos no vas la contienda, la manifestación en política, de que hicieron los candidatos: estaban hablando de cultura ciudadana, estaban hablando de ciertas cosas, con respecto a eso se ha quedado fijado en la sociedad nuestra.</p>
<p>Formulación</p>	<p>Creo que la imagen de que el centro de la propuesta de cultura ciudadana era seguridad y convivencia, fue como un punto de llegada, yo</p>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
Camacho	siento que como hacia el final eso era claro, cuando yo estuve eso no era muy claro, seguridad y convivencia era un campo en el mismo nivel que otros, que tránsito, que imagen de ciudad, fue como en el transcurrir del asunto que se empezó a tener claridad que el tema de la convivencia era lo que atravesaba todo el cuento de tránsito, todo el cuento de no me acuerdo, basuras era otro, Medio ambiente, imagen de ciudad, todo estaba atravesado por eso, pero eso fue un punto de llegada que obviamente afectó el interés y la inversión en seguridad y convivencia por lo menos al comienzo.
Acciones Evaluación Camacho	Creo que Cultura Ciudadana arrancó como, se plantearon como esos campos de acción y luego cada campo le fueron saliendo patas, y patas y patas. Y recuerdo bien antes de mi retiro que en algún momento había setenta y tantos de proyectos en cultura ciudadana, todos los cuales requerían posicionamiento ante la ciudad, y entonces eso como en contravía de un principio comunicativo y más de algo que llamaría yo comunicación-educativa masiva y es que tú tienes que, son poquitas ideas, poquitas propuestas masivamente argumentadas pues para funcionar; cuando tú tienes 75 propuestas pues para que la gente haga cosas, pues no puedes lograrlo y en esa medida yo siento que hay una muy grande dispersión con un agravante y es que allí empezaron a acabar cosas, que habían proyectos a cultura que se deberían asumir no, como una directriz, tenemos apenas dos años y vamos a posicionar cuatro cosas, no como la pretensión que ahí se podía hacer de todo y que la ciudad era como una especie de plastilina maleable porque a alguien se le ocurrían unas historias de que se podía hacer muy rápido, una vaina, entonces en eso creo que se perdieron muchas iniciativas interesantes, en algún momento, en las broncas que me daban a mí en el balcón, básicamente decía yo, pues básicamente el criterio es que es lo que funciona no se repite. Entonces siempre, yo recuerdo en el campo de acción trabajábamos esos tres proyectos y luego a alguien se le ocurrió que también debíamos trabajar con maltrato infantil, y en alguna priorización salió con que el maltrato, que la prioridad del campo de acción era maltrato, no habíamos logrado posicionar reglas para convivir, lo de los policías se mantenía en el anonimato, lo de resolución de conflictos habíamos hecho un pilotaje apenas y estábamos tratando de pensar cómo masificarlo y la prioridad era maltrato, que era el cuento de las jornadas de vacunación contra la violencia que habían arrancado en Secretaría de Salud y que ahora tenían que ser acogidas por el campo de acción, entonces vos ves que en un ejercicio de ocho meses que es de lo que yo te estoy hablando.
MMC Evaluación Quintero	Primero ubicar claramente el objetivo que se busca que fue una de las principales fallas dentro del campo de acción de espacio público. No había claridad se confundía lo arquitectónico con generar condiciones de comunicación entre extraños, con cambiar hábitos, eso no estuvo claro. Entonces ubicar claramente el objetivo, pero ese objetivo debe tener un impacto fuerte, es decir tiene que ser de interés, del impacto me encargo yo como comunicador pero si no es de interés de todos. Que los involucre, que los toque, que toque necesidades, intereses, elementos que forman parte de la agenda pública. Sigo pensando en ciudad, no de poner cosas en la agenda de la ciudad porque ese es otro trabajo sino de trabajar lo que ya está en la agenda.

A4.3.3. Imagen de Ciudad

ITEM	AFIRMACIÓN
Reglas Identidad Formulación Mockus	A posteriori parece bastante obvio que si uno quiere tener reglas comunes entre desconocidos más allá de la noción abstracta de ciudadanía que los une es posible que un elemento clave sea la pertenencia a una comunidad compartida, a una misma comunidad.
Identidad Logros Mockus	Como una necesidad casi lógica del modelo del control social aparece el tema de común identidad y si creo que uno de los frutos interesantes de la innovación de cultura ciudadana o del Programa. Fue decir Bogotá es distinta a otras ciudades, tiene una identidad propia.
Formulación	La redacción de los textos, durante mucho tiempo viví la idea de lo que era el tercer objetivo aprender a resolver conflictos en el marco de

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
Mockus	una visión compartida de ciudad, me parecía ese marco de una imagen compartida de ciudad una especie de marco excesivo, una incrustación como de otra teoría. Y fue muy interesante como en los años siguientes reconociendo el enorme valor de la visión de futuro compartida y trabajando incluso la metodología del partido visionario, que fue una construcción de visión compartida. No puede haber una asociación voluntaria moderna de ciudadanos sin que haya de algún modo implícita o explícitamente elementos de visión compartida.
Reglas MMC Identidad Logros Bromberg	El efecto más grande que se produjo, medido un año después de que nosotros salimos, es un cambio en la percepción global de la ciudad que en realidad no era el objetivo nuestro, el objetivo nuestro era cambiar de comportamientos, muchas cosas ajenas, anexas, se hicieron allí; pero lo que cambió fue la percepción global sin ser el objetivo fundamental. Nosotros mencionábamos que a nosotros lo que nos interesaba era cambiar los comportamientos y yo siempre fui muy dudoso sobre el tema de dirigir la publicidad expresamente hacia el sentido de pertenencia, porque teníamos la teoría de que el sentido de pertenencia se determina por el conjunto de comportamientos que lo hacen a uno darse cuenta que pertenece a un grupo, que son comprendidos por el grupo, entonces la inmensa mayoría de los trabajos estuvo dirigido a ese lado, sin embargo, más que cambios de comportamiento hubo un cambio fue en lo otro: la ciudad cambió fue en eso.
Reglas Legitimidad institucional Caballeros de la cebra Formulación Bromberg	En el cambio de la percepción de imagen de ciudad yo creo que no hay un aspecto específico, creo que ahí hay varios elementos, yo volví a manejar cuando salí de la alcaldía y me pareció muy distintas las reglas, la percepción de la relación entre los conductores me pareció que había cambiado radicalmente, era muy distinto conducir tres años antes que en el año 98. El proyecto de los taxis pegó muy duro, ahí se produjo un cambio de percepción enorme que se mantiene, eso se mantiene y sobre todo el conjunto de mensajes que hay alrededor del sistema del uso del taxi, es decir, el número de usuarios, la manera de comportarse y la misma percepción de los taxistas que son generadores de opinión puede haber influido inclusive en la percepción de Antanas. Ahora un segundo elemento es el elemento político, si los ciudadanos tienen la percepción de que fue un gobierno decente, tenderán a correr esa percepción a su imagen de que lo que hicieron estuvo bien hecho y al mismo tiempo eso produce una llamémoslo autorreflexividad, se produce un cambio de comportamiento de los ciudadanos, es decir: hombre si la ciudad ha cambiado, luego la ciudad va a cambiar, luego yo cambio con la ciudad. Son mecanismos muy complicados, pues creo que eso es lo que todos desconocen en el tema de la comunicación ¿En qué se basa usted para producir cambios de comportamiento? es decir de las personas a la que usted les dirige un mensaje, es muy difícil, no tiene respuesta única.
Reglas Logros Pergolis	la gente vivió con muchísimo entusiasmo los programas de cultura ciudadana, entonces uno dice: 'la comunidad bogotana es una parranda de maleducados, torpes', mentiras, se les da la mínima posibilidad y se abren un montón de cosas, por eso yo creo que lo de cultura ciudadana fue valiosísimo, yo creo que haber abierto esa expectativa fue muy, muy saludable y cuando, a raíz de Bogotá fragmentada, yo derivé hacia la conformación de la imagen de ciudad y un poco la hipótesis era que la imagen no pertenece a la ciudad sino al ciudadano que la mira: la imagen es del observador, es decir uno arma la imagen a partir de sus percepciones, la mediatiza por su propio deseo y arma la imagen. Cultura ciudadana intervino en ese rango del deseo para conformar la imagen que cada uno conformó de la ciudad, de esto tuvimos una mesa redonda en Mérida con la ULA, con la Universidad de Los Andes de Mérida y el tema fue pero superbien aceptado, yo no me canso de reconocer que las posibilidades de lo que hizo cultura ciudadana en ese sentido.
Visibilidad Logros Acciones Pergolis	Claro que lo recuerdo. No hubo ciudad que llegue a un grado así de percudido y de inhóspito como al que había llegado Bogotá y todo eso no fue ninguna simple acción de maquillaje y fue meter la mano para ver si la ciudad no puede ser inhóspita, no se, yo lo valoré mucho, las fotos en el Palacio de Justicia eran fantásticas, además muy bien pensadas y había un momento en que casi era transparente, entonces el cerro continuaba en la foto, parecía que fuera la misma imagen que se transparentaba en el edificio, los ringletes fueron una imagen de Bogotá, sobre todo que el ringlete está en el inconsciente de todos, todos tenemos un ringlete, si la imagen se conforma a partir de una percepción anterior que subyace en el inconsciente y se adhiere a la nueva imagen para dar un resultado, pues no hay imagen de algo que uno no haya conocido antes, eso es imposible y fue muy hábil el ringlete, nos tocó a todos el ringlete que tenemos allá adentro, activado, entonces se superpuso a la nueva imagen y por eso pudimos compartirla, y por eso se robaron todos los ringletes pues todo el mundo quería tener uno.

**TESIS CON
FALTA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
Interacción Reglas Evaluación Pergolis	Trabajaría sobre ciertos comportamientos que generan imagen de la ciudad, como cosas muy cotidianas. Todo el mundo habla que el patrimonio de la ciudad son sus bienes, yo creo que el principal patrimonio es el modo de vida. Cuando seamos conscientes que hay un modo de vida a la bogotana, vamos a tener un patrimonio para cuidar y no dañar, tal vez trabajaría en ese sentido cultura ciudadana.
Evaluación Viviescas	Entonces es posible que en el momento en que usted y yo estamos hablando se esté dando el fenómeno de que por primera vez en los cuatro millones y medio de años que lleva el homo sapiens sobre la tierra apenas ahora se esté volviendo urbano, en el sentido de que la mayoría siempre ha sido rural, disperso. Que hay continentes como el norteamericano y el europeo que son urbanos, pero nosotros somos el 38% de la población. La mayoría de la población hasta ahora empieza a ser urbana y la mayoría de la población urbana es amarilla es hindú o es negra, nosotros somos la minoría. Entonces esa pregunta por la ciudad apenas está empezando. Ahora la significación empieza a ser apenas clara ahora y en eso hay procesos que vale la pena mirar: uno es por ejemplo esa explosión de reflexión sobre la ciudad que hay en Europa y en USA. Peter Hall, las escuelas norteamericanas, David Harvey, Soja, Milles Davis. Los Angeles por ejemplo juegan un papel muy importante, uno encuentra libros escritos en los últimos cinco años sobre Nueva York, sobre Chicago, LA porque andan como locos <i>mirando eso. Uno dice es la modernidad bregando a darte explicación, pero hay una cosa fundamental que ocurrió y que tiene a la ciudad como horizonte, mira el que la marcha de Chiapas haya llegado a México y que el discurso de Marcos hubiera empezado y terminado diciendo "Ciudad de México aquí estamos" tiene detrás un discurso que se le hace a la ciudad, él le habla es a la ciudad, porque él sabe que es la ciudad la que puede entender la diversidad. La única que puede reconocer esas diversidades y esas diferencias es la ciudad porque es el máximo de la complejidad. Donde cabemos todos los hombres y todas las mujeres con todo nuestros problemas, con todo nuestro potencial y todas nuestras dificultades y todas nuestras esperanzas es en la ciudad. Pero claro si tu quieres gobernar la ciudad ¿en qué problema te metes? No puedes decir yo gobierno para unos pocos o con ciertas condiciones. Ese es el problema de ciertas problemáticas como la de Antanas. Como decía Estalinsao Zuleta refiriéndose a Balzac, la ciudad es como un frasco lleno de arañas donde todos nos movemos y nos mantenemos allí, meta el gobierno allí. Usted no puede decir, es que es muy difícil de gobernar porque uno le dice es que el gobernante es usted y esa maraña lo nombró y usted aceptó o se va quedar solamente con los cocteles así sean de zanahoria. Si se compromete a eso, esa es su responsabilidad.</i>
Comunicación pública urbana Formulación Gómez	Cuando teníamos que pensar en cambiar una forma de percibir a la ciudad, un evento como el Rock al parque o un evento como el del septimazo o una propuesta organizativa como la de caballeros de la cebra, no tenía la comunicación sólo el objeto de invitar a los taxistas a ser buenos taxistas y a inscribirse en caballeros de la cebra, ese era uno de los objetivos pero muy pequeñito y no tenía sólo por objeto decir: 'vayan a un concierto de rock', porque es que había mucho más atrás de ese concierto de rock que la sola asistencia allá, entonces combinar todo eso significa reconocer el papel que la comunicación puede hacer en cuanto a cambiar percepciones mucho más allá de lo puramente inmediato y funcional.
Bogotá Coqueta MMC Logros Gómez	Yo creo que Bogotá coqueta logró de alguna manera, logró simbolizar por lo menos un cumpleaños de Bogotá y logró generar en toda esa estrategia que se desarrolló detrás de esa frase 'Bogotá coqueta', mano con el corazoncito, Bogotá coqueta, piropo para Bogotá coqueta, ahí hicimos para ese cumpleaños, ahora me acuerdo que eso fue utilización de la publicidad, metimos unas cuñas muy bonitas con un jingle muy bonito en, yo tengo ese jingle muy bonito como en un datt, el jingle muy bonito, con frases sobre Bogotá coqueta, yo tengo en mallá de mediciones que eso logró impactar a la gente, en un sentido muy interesante que generó en los medios de comunicación, en televisión y en prensa por lo menos se generaron discusiones, se logró meter en la agenda, en la agenda de los medios se logró meter el asunto de Bogotá coqueta. Entre otras cosas en un primer momento de manera negativa ¿Cuál Bogotá coqueta una ciudad llena de calles rotas? ¿cuál Bogotá coqueta que es una ciudad agresiva? ¿cuál Bogotá que es una ciudad?, y empezó a haber respuestas, desde la comunicación empezamos a generar, utilizando muchos de esos piropos que la gente le lanzó la ciudad. A mí el que más me gusta es 'Bogotá coqueta con lunares y con pecas', que era más o menos, se desarrolló una especie de conceptualización que era el concepto de coqueto, el que es bonito

ITEM	AFIRMACIÓN
	no tiene que ser coqueto, el que es perfecto no tiene que ser coqueto, somos los que somos gorditos, los que somos feitos, los que no somos tan atractivos los que tenemos que ser coquetos para subsanar; a mi me parece que la idea más bonita de eso para la ciudad fue: la ciudad no va a ser perfecta nunca, es algo que esta muy fuerte en el imaginario, en nuestro imaginario, Bogotá o es perfecta o es una porquería, no se si en otras ciudades sea así pero para nosotros es así, y creo que Bogotá coqueta ayudó a entender que Bogotá es lo que es, es una ciudad imperfecta, con muchas fallas pero que es la ciudad en la que vivimos y yo creo que muy indirectamente cuando se mide imagen de ciudad, cuando se mide sensación de cambio, percepción de cambio, eso está asentado en la campana de Bogotá coqueta.
MMC Intormación Formulación Gómez	Se hizo trabajo con los jefes de redacción, sobre todo con los jefes de redacción de Tiempo, Espectador y con los jefes de noticieros grandes de radio, para decirles: hombre, Bogotá no tiene la buena prensa que necesitara. Un tema muy importante para los periódicos fue, a diferencia de otras ciudades del mundo y de otras ciudades de Colombia, Bogotá no tiene periódico local, nuestros periódicos, creo que son un poco suigeneris en eso, tienen pretensiones de ser nacionales, entonces la primera página de los periódicos nunca registra lo que pasa en la ciudad, o registra sólo la ciudad cuando es mala, eso se les puso de presente. Yo me acuerdo que a Pacho Santos se le dijo muy claramente, ustedes siempre le ponen un telón negro de fondo a las noticias de Bogotá y eso entre otras cosas a raíz de una de las noticias que uno podría rescatar, no se, tal vez la primera vez que se hizo 'Rock al parque', a pesar de ser una de las ciudades más violentas del mundo la ciudad pudo tener tres días de rock, a pesar de, no, sólo la primera ciudad del mundo podría tener tres días de rock tranquilo. Trabajar también un imaginario de ciudad bastante hipercrítico en los medios.
Formulación Gómez	Algunos de esos estudios de Manuel indicaban que un ciudadano normal sólo conoce directamente el 10% de la ciudad. Que ese dato es muy importante cuando después pensamos en imagen de ciudad y lo que la comunicación tiene que hacer.
Formulación Gómez	Yo diría es que imagen de ciudad es percepción de ciudad, o sea, cuando se hablaba de imagen de ciudad, y esto podría explicar también algo de lo de espacio público, el campo de imagen nace de una propuesta de Álvaro Suárez, entre otras cosas de este arquitecto, como una intuición de él, como una intuición que se le sale de las manos porque para el arquitecto imagen de ciudad es escenarios urbanos y para los comunicadores imagen de ciudad es percepción de la ciudad y percepción a partir de la producción de imágenes visuales o sonoras, o de otro tipo, de la ciudad, ahí es donde yo tengo por ejemplo, más sensación de haber estado más metido como gerente que como director de comunicación.
Identidad Reglas Bogotá Coqueta Formulación Gómez	Proyectos como el septimazo, para mi es un proyecto gestado, gerenciado y manejado desde comunicación con el visto bueno de la, la fiesta de la ciudad todos lo aportamos allí, pero todos aportamos desde distintos aspectos y creo que eso es también como clave e imagen de ciudad, pues yo no se si concreta el sentido, uno de los sentidos más importantes del tema de cultura ciudadana, uno de los sentidos más importante es que cultura ciudadana no es enseñarle a la gente los comportamientos, eso hace parte de la cultura ciudadana, eso casi que es el resultado de la cultura ciudadana en unos comportamientos, pero uno logra pegar algunos comportamientos porque genera algún tipo de percepción favorable sobre la ciudad.
MMC Bogotá Coqueta Formulación Gómez	Creo que fue uno de los campos, además, donde más proyectos surgieron, más ideas creativas surgieron y lo que si es muy claro es que fueron proyectos muy puntuales, para tal época hagamos tal cosa, para tal fecha hagamos tal cosa, que es como el ideal de proyecto que uno tenía en la mente. Acudir al calendario de ciudad y proyectos en sentido estricto de lo que es un proyecto, empieza, se desarrolla y termina en fecha específica; usted arranca y termina, el septimazo era uno y después era otro, eno?, pero cada septimazo era un proyecto, es decir, había una idea de hacer septimazos pero en últimas cada septimazo era un proyecto, este es el septimazo de las madres, este es el septimazo de los niños, este es el septimazo de no sé que cosa, este es la fiesta de la ciudad, y eran eventos cerrados en si mismos, con un alto impacto, con capacidad de concentrar comunicación, con capacidad de cncntrar la agenda de la ciudad toda sobre ese, la agenda de los medios termina girando sobre ese evento y a concentrar mucho todos los esfuerzos, incluso muchos proyectos particulares como el de las flores en espacio público metido hacia la fiesta de la ciudad, es decir embellecimiento de esto metido hacia fiesta de la ciudad.
Entremedad de	Eventos tan, aparentemente tan anodinos como el de los grandes murales que se ponen en el palacio de justicia generan una cantidad de

ITEM	AFIRMACIÓN
ser capital Formulación Logros Gómez	comunicación, generan una cantidad de atención de los medios, un evento que ni siquiera fue lanzamiento, digamos que el lanzamiento fue un fracaso. Y no era mucho mayor el impacto y es que creo que uno de los problemas más serios de la ciudad y si uno lo mira, incluso, si uno lo mira desde la perspectiva de mercadeo de ciudad, de lo que dicen los teóricos del mercadeo de ciudad, uno de los problemas más serios es que la ciudad tiene que tener de si misma una imagen. El estudio Monitor que hace la cámara de comercio para identificar la proyección de la ciudad, se centra toda en que midiendo ventajas comparativas y ofertas relacionales con otra ciudad, como debe posicionarse en el contexto de las ciudades del mundo, como una ciudad tal, tal, pero eso es un problema de imagen, la ciudad no ha dado para ser una empresa, pero la imagen de la ciudad no va a ser la misma ciudad exportadora, es la misma ciudad, lo que propone la Cámara del Comercio, que yo sigo pensando que eso va a tener su futuro pues Bogotá tiene pasados los problemas del país, todas las condiciones para convertirse en el cuartel general de las multinacionales hacia América Latina, después de los cuarteles en Miami, Bogotá tiene todas las capacidades, tiene capacidad de comunicación, tiene aeropuertos, es una ciudad de un clima agradable, bla, bla, bla; superando algunos problemas, pero muy pequeños, Bogotá tiene ese perfil, y ser un centro universitario, tiene un gran potencial de formación de alto nivel. Ahora, la ciudad no va a dejar de exportar flores, la ciudad no va a dejar de tener, lo dicen ellos, pero fíjese que eso más que las acciones físicas que eso supone es un posicionamiento de imagen y en ese sentido yo rescataría el concepto de posicionamiento que no lo manejamos en cultura ciudadana, pero lo rescataría de la publicidad, esa palabra, lo que pasa es que en la publicidad se ha ido perdiendo el concepto que lo origino, la publicidad es una vaina que se traga los conceptos en meses y genera nuevos conceptos, pero tradicionalmente ahí es exactamente eso, poner en la cabeza de la gente una imagen que haga que la gente tenga una relación con la realidad, e imagen de ciudad fue eso y lo logró, y creo que era el proyecto bandera de cultura ciudadana, es el proyecto bandera de cultura ciudadana.
Al parque MMC Logros Gómez	Rock al parque nos puede ayudar a ver otro tema de comunicación, otro tema de la incapacidad de la administración, en general del administrador de la ciudad para entender la dimensión y la importancia de la comunicación. Si uno pensara esto como una campaña publicitaria, vamos a posicionar a Bogotá a nivel mundial, cuánto nos costaría una campaña de esas?, de hecho el país lo hace, lo hace en la prensa norteamericana mientras Rock al parque posiciona a Bogotá a través del free-press más claro que es MTV, durante creo que fue un mes que duró, quince días un mes dura diario, diario, la ciudad, la ciudad, en su faceta más bonita, en su faceta más amable, con todo el imaginario de ciudad moderna, de ciudad bandera del rock, cuánto le puede costar eso a la ciudad?, y sin embargo yo incluiría eso en el presupuesto de cultura ciudadana, es decir, cuántos meses gastamos en hacer esa comunicación?, cuántos meses no nos gastamos en poner la ciudad en la mente de mucha gente?, en decirle a mucha gente, usted tiene la imagen de que este país es invivible, aquí puede suceder un evento de estos y no pasa nada y es invivible el país y puede suceder esto, y eso es lo urbano también de esto, en un escenario de guerra, la ciudad todavía no está en guerra, en el sentido más tradicional del término.
Reglas Evaluación Camacho	Yo rescato del ejercicio de cultura ciudadana muchos de esos aspectos, creo que por el lado de la imagen de ciudad, los sentidos de pertenencia de la ciudad funcionaron muy bien, creo que eso se logró, en tránsito y transporte se consiguieron cosas, creo que hubo logros importantes a pesar del despelote y a pesar de la avalancha, yo expreso, me niego a considerar eso como cosas de mala leche de la gente, creo que ahí todo el mundo estaba avalanchado por un poco de cosas y lo que faltaba era absoluta claridad; nosotros vamos a proponer estas cosas, así?, porque definitivamente uno podría coger como eje el tema de imagen de ciudad y decir, vamos a generar sentido de pertenencia porque en la medida en que la gente tiene sentido de pertenencia cuida mejor el lugar al que pertenecen y en esa medida cumple normas para convivir.

A4.3.4. Autorregulación

ITEM	AFIRMACIÓN
Sanción	El tema de sanciones estuvo presente muy desde el comienzo, el juzgar complementa las sanciones legales, las sanciones del tipo

ITEM	AFIRMACIÓN
Gratificación Evaluación Mockus	sociocultural, y digamos, de todas maneras articular eso bajo los sentimientos de culpa, el tema culpa y la derrota digamos que estuvo temprano en la reflexión de gobierno, entonces recuerdo que el tema de los reconocimientos vino mucho más tarde, el tema de las gratificaciones que cada uno de los sistemas trabajó. Sólo en la época del ahorro de agua me di cuenta de la enorme importancia de pasar de una lógica de castigos a una lógica de gratificaciones sobre los tres sistemas.
Gratificación Caballeros de la Cebra Logros Mockus	Caballeros de la cebra [...] fue el primer programa basado en la anticondencia, lo que hoy en día yo llamo el sapo zanahorio uno, el que se atreve a comunicar que otra persona ha hecho bien las cosas [...] para mí la primera reunión de 150 taxistas seleccionados por buenos, por ciudadanos amigos, lo que quera, que fue una cosa muy rápida, esa primera reunión la recuerdo como cambiándome totalmente el imaginario sobre el taxista, demostrándome en la práctica que el taxista frente a los cuales uno se siente moralmente pequeño, entonces esa excelencia moral de ese grupo de taxistas, resolvía de entrada el tema de si es posible o no que el taxista sea un sujeto humano óptimo.
Sanción Formulación Mockus	Cuando trabajamos el mecanismo de avergonzamiento a mitad de camino descubrimos que uno sólo puede avergonzarse a alguien con quien tiene una identidad compartida, una pertenencia común y al mismo tiempo el avergonzamiento puede ser tan intenso que podría ser el último y la persona podría a partir de esa vergüenza excluirse y volverse insensible a la opinión y al juicio de la persona que lo está censurando.
Logros Sanción Gratificación Reglas Logros Mockus	Hubo logros muy claros la 19, el control de las cebras que era donde la gente expresaba su aprobación o su censura al comportamiento del otro y también en la realización jugó un papel más importante de lo que yo esperaba la consideración racional de las convenciones de seguir reglas, como una visión racional de que buenas consecuencias trae consigo el cumplimiento de la regla. Después me parecía dado el éxito del ahorro del agua como absurdo que la sociedad no aplicara casi lo mismo a otros temas, que no hubiera una movilización similar en torno a otras metas. Ahí fue muy interesante el papel de la retroalimentación que yo tampoco había previsto, es decir que una sociedad que emprende la modificación de ciertos hábitos y logra ver cifras como resultado agregado de esa modificación pues obviamente se ve animada por ese proceso.
Juego Logros Mockus	En muchas reflexiones que he hecho posteriormente veo antecedentes en el auto avalúo tal vez un poco en la ciclovía, tal vez de una actitud del bogotano como abierta a cierta plasticidad de lo cultural, un ciudadano que acepta jugar, que acepta incluso algo que es complejo que es la auto transformación cultural consciente o voluntaria. A mí me asombra mucho eso porque evidentemente cuando he hablado de cambio cultural voluntario en comunidades populares muy rápidamente la gente dice no yo no creo que cambie mi cultura.
Gratificación Caballeros de la cebra Logros Mockus	El programa de Caballeros de la cebra muy rápidamente privilegia los comportamientos esperados de buen conductor e incluso las evaluaciones que hicimos las primas asociadas a la mejora o no mejora en esas normas, todo eso hizo de alguna manera que el proceso fuera un relativamente transparente.
Sanción Gratificación Cultura Ciudadana (2) Formulación Bromberg	Antanas descubrió algo que nosotros habíamos descubierto hacia rato y es que usted promueve más fácil el comportamiento de los colombianos pellizcándolo por las cosas buenas que por las cosas malas, eso los habíamos descubierto hace rato. Inclusive cuando él sacó la tarjeta ciudadana y comenzó a molestar con la cara roja de la tarjeta, siempre nuestra insistencia fue sacar siempre la blanca, porque los colombianos se resisten mucho a que alguien le diga: 'usted hizo mal las cosas', es mucho más fácil jugar diciendo: 'mire lo bien que lo hizo'. Esto es lo único nuevo que tiene Antanas, es su insistencia en hacer énfasis sobre lo bueno y no sobre lo malo, eso es lo único nuevo, pero de resto (ahora) no hay ningún proyecto.
Reglas Evaluación Bromberg	Creo que los colombianos además somos especiales, somos unos seres extrañísimos, es sorprendente, estuve repasando que en medio del desastre que viven nuestras ciudades en el tema de transporte, los ciudadanos pensaban que lo más importante era que el conductor del taxi saludara, es increíble, el mismo conductor de bus, ¿cué es lo que hay que mejorar en el servicio de bus?, usted se imagina la gama de problemas técnicos que hay y la respuesta mayoritaria de los ciudadanos es que el tipo sea decente, eso es lo que una situación muy, muy

ITEM	AFIRMACIÓN
	característica de los bogotanos, de los colombianos, tenemos el corazón en la mano, pues como todo el mundo lo tenemos en la mano pues de vez en cuando se lo quitamos al vecino, o sea lo matamos, pero somos todos con el sentimiento a flor y con una capacidad de racionalización muy tenue.
Ahorro de agua Logros Bromberg	Un proceso muy importante fue el del agua, hay que tenerlo en cuenta, quizás es el impacto más fuerte que ha habido en un proceso de autorregulación, de pronto, en cualquier lugar del mundo. Con la gente del acueducto, hicimos una apuesta: ellos decían que eran las modificaciones técnicas que habían establecido las responsables de la disminución en el consumo de agua sobre todo la bajada de presión, ellos bajaban la presión y nos decían que aunque la gente no ahorrara la baja de presión conducía al ahorro de agua y esa pelea la mantuvimos siempre, las discusiones sobre el tema del ahorro, ellos decían: no se crean que es todo el proceso que ustedes están adelantando. Seis meses después me encontré con Mauricio Jimenez un técnico de la Empresa de Acueducto y ya hace seis meses había pasado el racionamiento y coincidimos en una conferencia de los servicios públicos y el tipo arrancó y me dijo: 'tenían razón ustedes', terminado el proceso de Chingaza, el problema técnico, volvimos a aumentar la presión y la disminución del 5 al 7% de agua se sostuvo hasta el punto de que terminó produciendo problemas financieros en la empresa, aumentaron las tarifas de agua por eso a pesar del consumo, que es una grosería.
Tránsito Logros Londono	Tránsito fue la parte más fuerte de cultura ciudadana anterior y el énfasis en el acatamiento voluntario de normas, en la medida en que era acatamiento voluntario ahí también hay un supuesto implícito y es que hay una interiorización y por tanto autorregulación.
Noción de cultura Reglas Evaluación Londono	A su vez creo que el soporte cultural del distrito es fundamental y ahí hay un esfuerzo del plan de desarrollo, un esfuerzo incipiente que esa es la articulación de cultura ciudadana, es decir, es pensar los derechos como lo hubo también en Paoli, creo que menos desarrollado, los eventos al parque, por ejemplo, por supuesto que pueden tener un componente de cultura ciudadana muy fuerte, el hecho de tener 100.000 personas reunidas en un parque público es un momento en el cual se puede poner a funcionar todo el dispositivo de cultura ciudadana, de normas y de comportamientos en espacio público, pero tampoco podemos reducir a eso la cultura.
Tarjeta Interacción Logros Pergotis	Pues mirando desde el otro lado, el bogotano siempre fue muy retenido con su cuerpo, en Bogotá bailar con los brazos para arriba no es bien visto, no era bien visto, esa es cosa de costenos, había como una reticencia del cuerpo. La tarjeta fue una prolongación, sino yo no me animo por hay a sacar la mano y hacer señas ¿Qué van a decir? Pero la tarjeta fue una prolongación del cuerpo, si se hubiera bloqueado más se hubiera podido prolongar el cuerpo a elementos de la ciudad, entonces todo ese mundo de cadenas, burros y cositas que bloquean los andenes y que no tendrían razón de ser porque en el andén estaría la prolongación natural del cuerpo, así como el primer paso fue la prolongación de la mano, la gente lo aceptó, todavía hoy cuando te deja pasar el carro te hace el dedo para arriba y antes no lo hubieran hecho en Bogotá, a lo sumo un cabezazo y no hay gracia, pero fue una prolongación del cuerpo. A mí me gustó.
Interacción Tránsito Evaluación Pergotis	Hubo un momento en que el odio que se siente en el tráfico bajó notablemente, después volvió a subir. Independientemente estamos agotados de trancones que nos dificultan la movilidad por las obras, en este sector tuvimos los andenes de la 15, el pavimento de la 15, el parque del Israel, el puente de la 92 que fue interno y los andenes de la 85, ahora tenemos el pavimento de la 85 y transmilenio de la autopista, llevamos cinco años de trancon por obra, también hay un desgaste muy grande, a la gente hay que tratarla bien, es obvio, todos queremos obras pero también se nos dificulta mucho la vida. Hubo un momento en que hubo como una estabilidad entre obras y trancones y ese odio que se siente en el tráfico bajó, ahora volvió a subir otra vez notable, está fuerte.
Interacción Comunicación pública urbana Formulación Gómez	Para hacer comunicación desde el Estado hacia una ciudad, tratar de encontrar qué herramientas puede desarrollar la comunicación para facilitar, bueno yo lo vería hoy con una precisión y es en una ciudad que se caracteriza por unos niveles de confianza muy bajitos por las, las razones de eso, pues no son difíciles de encontrar, pero donde el trato generalizado entre los ciudadanos es responder casi siempre en tono de pelea, uno va a pasar, permiso y el otro volteo a mirar: ¿cuál es el problema con usted?, no que voy a pasar, pase, no me diga nada, no joda, generar eso, entonces, resolver ese problema es resolver un problema básico que es el de las interacciones más inmediatas en el

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>espacio público, interacciones mas elementales, además. Esa de permiso paso, en las ciudades pequeñas en donde uno se crió la gente simplemente le dice a uno, permiso y uno aprovecha para saludarlo, aquí no, aquí la gente mira para otro lado, empuja y uno también mira para el otro lado y responde el empujón, o dando paso o quedándose más quieto, mas, entonces resolver ese problema de comunicación en esas situaciones va de hecho ayuda a resolver una buena cantidad de problemas y es un problema comunicativo porque no se trata de generar ni conciencia de que todos debemos ser buenas personas y tratar a nuestros semejantes igual. no es esa la situación, diría uno que las propuestas no pasan casi ni por la racionalidad sino como por generar, yo no sé si eso sonará muy loco pero como generar como un lenguaje medio automático que en últimas respuestas al cabo del tiempo no era que no lo pensaríamos, sino nos daba mucho susto pensarlo en esos terminos, despues uno termina aceptando que casi lo que uno esta realizando es a generar normas de contenido y ya mucho despues de enfrentado ese problema desde la antropología encuentra uno que hay unas referencias claras a que hay unos aprendizajes básicos que son las normas de cortejo, las normas de parentesco y de alguna otra cosa, estamos muy por allí arriba de recuperar una cierta dramática de interacción entre extraños.</p>
<p>Interacción Formulación Gómez</p>	<p>En Shramm, particularmente de Shramm no tanto si no de un artículo que esta en un libro muy viejo de Shramm que es el de Festinger, ahí sí hay un concepto que yo creo que sigue siendo productivo y que no se trabaja mucho a esos niveles que es el de la disonancia cognitiva que también ayuda a entender desde la comunicación algo que trabaja Manuel Espinel desde la filosofía planteando y es, hay una forma en que todos verbalizamos o decimos entender las interacciones y otra forma en que actuamos y eso lo acordamos, entonces la disonancia cognitiva le daba a uno un amarrecito para decir esto hay que reconocerlo, esto se puede plantear y ahí se puede trabajar de esta manera.</p>
<p>Tarjeta Formulación Gómez</p>	<p>Yo si quisiera que hubiera una tesis sobre esa tarjeta, porque creo que esa tarjeta es una síntesis de todos los aciertos y desaciertos que tuvimos, una síntesis de todo lo que la intuición nos indicó y todo lo que la teoría, la carencia nuestra en conocimiento teórico nos aportaba. La tarjeta tiene una historia interesante, el alcalde había usado, como candidato el alcalde había usado un día una tarjeta rosada como muestra de sanción, toma el planteamiento cultural claro que son las tarjetas que se usan en el fútbol, tarjeta roja y tarjeta amarilla, él toma rosado como un color no tan agresivo como el rojo, él lo propone como un ejercicio sancionatorio lúdico, nosotros empezamos a trabajar, en esa primera etapa los ludólogos tamosos propusieron dos tarjetas, entonces era un juego imposible, incluso uno de ellos propone dos tarjetas, una que deben cargar los guaches que son los que se portan mal y otra que deben cargar los titanes que son los que se portan bien. Yo no soy ludólogo pero desde la comunicación tengo dos reparos a dos tarjetas, uno: si a mí me atribuyen va la tarjeta con un solo valor yo ya soy guache o ya soy títan y soy bueno o malo y el juego, entre otra cosas yo le devuelvo en esos terminos la teoría del juego, la clave precisamente del juego es que yo soy vaquero e indio al mismo tiempo, yo soy ladrón y policía al mismo tiempo dependiendo de cómo se desarrolla el mismo juego, cambio de bando, si están ganando los bandidos yo soy bandido, si están ganando los policías yo soy policía, entonces no había juego realmente, los ludólogos desarrollan esto, por casualidad, por una cuestión puramente casual, nosotros no tenemos plata para producir eso una empresa comercial nos ofrece financiar la tarjeta y nos ofrece su agencia de publicidad para que nos ayude en el desarrollo creativo y ahí hay que reconocer, hay que hacer reconocimiento de un publicista que fue el que tuvo la idea de la mano, nadie se le había ocurrido una mano, el alcalde mismo después rechazó mucho tiempo esa mano hasta que alguien le dijo, hasta que alguien con respeto teórico, creo que fue Brunner, entre otras cosas, el que dijo que le parecía buenísimo, además le encontró un nexo con la cinta de Mochius, entonces ya al alcalde le pareció buenísimo.</p>
<p>Tarjeta Interacción Evaluación Logros Gómez</p>	<p>Sin embargo nosotros habíamos hecho varias simplificaciones, uno, como cualquier signo y en este caso yo siempre discuti con el alcalde, mas allá de la semiótica la semiótica me servía para saber que los signos tienen dos caras siempre, entonces había dos caras, positiva y negativa, me enseñé, la cinta de Mochius, la cara positiva blanca con los dedos para arriba y la cara negativa roja con el dedo para abajo, el error estuvo en que había que generar a partir de eso juegos y en eso nos gastamos muchísimo tiempo y muchísimo esfuerzo intentando generar interacciones que después descubrimos que los ciudadanos desarrollaron solitos. La interacción era elemental, el dedo para arriba para agradecer un gesto de amabilidad en la calle, cosa que no se daba antes, el dedo para abajo para sancionar el otro, el acierto de la</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>mano, de aparecer la mano en lugar de los colores fue lo que permitió, mientras nosotros nos quebrábamos la cabeza pensando cómo distribuir las tarjetas, en qué condiciones, cuál era el juego que se proponía, la gente captó el símbolo que es universal de la mano arriba y de la mano abajo para generar un lenguaje. El alcalde se demoró muchísimo en entenderlo y creo que ocasionó muchos daños en sus críticas a esa tarjeta con a él no le parecía adecuada, a él le parecía violento el rojo cuando los ciudadanos no lo recibían violento, mientras la gente jugaba con eso, nosotros seguíamos enredándonos la cabeza, eso es una cosa. Lo otro es que yo creo que la tarjeta sí aportó, es una pieza publicitaria en el sentido muy restringido del término, fue mucho más que todo eso, la tarjeta fue un elemento de lenguaje para ayudar a generar esa comunicación entre extraños, precisamente. La comunicación entre extraños que teníamos antes en ese entorno de tránsito que fue donde las tarjetas se hizo del todo útil, la comunicación entre extraños se basaba en insultos, cuando yo no doy el paso al otro le digo hijueputa, cuando el otro no me da el paso, me cierra con el carro, yo le digo hijueputa, más hijueputa es usted, así generamos un elemento simbólico de lenguaje que permitía empezar a disfrutarse y en ese caso también nos equivocamos nosotros porque eso nos ayudó a entender después que el problema de la conciencia no era el que nos importaba a nosotros, a mí qué me importaba que la gente sacara de mala leche la tarjeta para decirle al otro que era hijueputa, la tarjeta no es un hijueputazo, la tarjeta es una tarjeta. Entonces era una pieza comunicativa en el sentido más fuerte del término, yo creo que nosotros fuimos tremendamente incapaces de sacarle todo el jugo que tenía, la gente jugó, y todavía seis, siete años después, cinco, seis años después, uno encuentra tarjetas pegadas en vidrios de carros, tarjetas pegadas en registradoras de tiendas de barrio, tarjetas pegadas en muchos sitios, como un símbolo de cultura ciudadana, se volvieron un símbolo de cultura ciudadana a, cuando se lo sumamos a Bogotá Coqueta, con el corazoncito y toda esta cosa, adquirió como un valor mucho más alto y yo creo que fue alguna pieza importante de recordación. Y eso de ligarlo a la gente como de la comunicación al tacto, ahora lo pienso y se me ocurre en estos momentos que estoy hablando, como que toda la propuesta que nosotros teníamos de cultura ciudadana ligada al tacto, algo que yo como con mis manos y está en mis manos usarlo, así no lo use como me lo están diciendo, el alcalde decía qué pasa si saco el lado rojo con el dedo hacia arriba, eso de la cinta de moebius, entonces ya le pareció muy inteligente pero al principio no.</p>
<p>Interacción Imagen de ciudad Cebras Formulación Gómez</p>	<p>Yo diría que el cambio de comportamientos no es objetivo final sino un instrumento también, en este momento para lograr el cambio de percepción, necesitamos por supuesto, por eso me parece que la intuición inicial que después se cambió, habría que mantenerla, o sea centrámonos en unos pocos comportamientos, unos comportamientos de mucho impacto, de mucha visibilidad, el caso de la cebra fue muy exitoso por eso, es de una visibilidad total, todos en algún momento nos convertimos en peatones, si a mí me pusieron hoy a trabajar sobre eso, yo diría, si se puede cambiar comportamientos pero hay que centrarse fuerte a unos pocos y no es que uno logre en este sentido cambiar los comportamientos de todos los ciudadanos involucrados, no, uno genera algunos cambios, ahí sí la receta que está allí, cuando ha habido cambios los visibiliza fuerte y hace viable en esa receta, en la forma general faltó, y tal vez en la formulación no está tan fuerte, pero creo que eso hay que darle importancia, generar los espacios de intercambio entre los ciudadanos para que muchas de estas cosas se reiteren.</p>
<p>Caballeros de la Cebra Formulación Sarmiento</p>	<p>Concertamos no solamente con los empresarios sino con los conductores y con el grupo de cultura ciudadana una estrategia. Lo primero era saludar mínimamente, es decir así no fuera carrera, era saludar como para romper el hielo. Es decir, saludaba uno como pasajero o saludaba el conductor, eso fue concertado y eso limó un poquito como las asperezas. Segundo, se concertaba la ruta, si yo iba para el centro, entonces yo decía que me llevaran por la tercera, la quinta, por la séptima y tercer punto, si no me podía dejar al frente de la carrera, al frente de donde yo iba pues me dejaba cerca porque el centro tenía o tiene la particularidad en Bogotá que entrar al centro te puede representar media o cuarenta minutos en trancones. Entonces también como que mirábamos ese tipo de cosas. Esta prueba se hizo durante unos dos o tres meses, no me acuerdo muy bien, y fue digámoslo, no exitosa, pero sí fue acogida en ese sentido; es decir, ya preguntaban. Una vez estando esto nos atrevimos con todo el equipo de comunicaciones al cual tú también pertenecías, a pasar ese límite, digamos, no hagamos esto para veinte conductores, sino para todos los conductores y planteemos el programa en genérico de ciudad.</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>Cuando se planteó eso, entonces comenzamos a buscar no solamente a la administración en ese momento, sino a la empresa privada. Hicimos piezas comunicativas para taxis diciendo que se debería hacer. Entonces hicimos un muñeco que era la cebra, que representaba como a los caballeros que tuviera eso y montamos una serie de indicativos en el sentido de que nos demostrara a nosotros que lo que estábamos haciendo como estrategias comunicativas y con todas las estrategias comunicativas nos estuviera dando como ese indicador. ¿Cuál era el indicador nuestro?. teníamos un teléfono, una línea abierta en el cual se comunicaban tanto los conductores como los pasajeros y el indicador tenía esta característica: eran personas que montaban una, o dos, o más veces en taxi al día.</p>
<p>Caballeros de la cebra Logros Sarmiento</p>	<p>La autorregulación, entonces desde ahí nos cogimos, interesante, un taxista que va entendiera que su servicio iba a ser mucho mejor, que iba a tener mejor servicio, no solamente lo hacia sino que podía concertarlo, es decir, no cobres más, no te pongas en estas cosas, no tires la puerta, no insultes, ten la plata suelta y si no tiene la plata sencilla, entonces es bueno esos autorreguladores y se fueron convirtiendo no solamente el taxista sino en un grupo, un grupo de asociados, una organización fuerte.</p>
<p>Transito Logros Sarmiento</p>	<p>Hoy en día en algunas partes lo vemos pero si me detengo a leer la prensa en ese punto particular y creo que si se ha disminuido y que hay un mayor respeto hacia el peatón, hacia el peatón en genérico, así sea que no tengamos ni la cebra pintada porque son circunstancias que pueden demorarse un año, dos años que pueden pasar y con la falta de tecnología, la burocracia y las cosas que conocemos dentro de nuestra sociedad, pues no se recupera rápidamente pero queda ahí el estímulo, queda el colectivo, queda ahí la señal de prevención.</p>
<p>Logros Sarmiento</p>	<p>Bogotá ha cambiado en ocho años muchísimo porque tiene un precedente: la cultura y a eso le apostamos y por eso yo fui y me encontré contigo, porque queríamos decir: Bogotá y Colombia se merecen poder tener un punto de identificación con el mundo, ¿cuál puede ser ese?, mínimamente no asustarnos por montar un taxi, no atropellar a un niño o a una familia o a alguien por no respetar la cebra o no respetar un semáforo.</p>
<p>Seguridad y Convivencia Formulación Camacho</p>	<p>Reglas para convivir yo no diría que es el más comunicable sino el que exigía mayores niveles de comunicación, la propuesta del proyecto era construir o reconstruir colectivamente las reglas para vivir en la ciudad, lo que implicaba que la gente entendiera la necesidad de un manual de convivencia para la ciudad, que las personas que habitaban la ciudad comprendieran la lógica de la regla y que además tuvieran mecanismos para expresarse en torno a las reglas que consideraban más importantes y que luego supieran el resultado de acuerdos y consensos, se suponía que de esa manera algo que existía y nadie conocía que era el Código de Policía que es donde se recogen ese tipo de reglas de convivencia fuese visible y respetado por un poco de gente que ayudaba a construirlos, ese era el esquema, se optaba por eso y era la diferencia con la posible reforma del Código de policía a partir de expertos que es como siempre se ha hecho o como siempre se había hecho, la idea era hacerlo participativo en la medida en que si vos participas en la construcción de la regla tienes mayor tendencia a cumplirla y a hacerla cumplir, que era lo que se llamaba con bastante precisión la autorregulación, que era la disposición de los ciudadanos y las ciudadanas a cumplir las reglas y a invitar a los demás a cumplirlas, entonces esa propuesta exigía muchísima comunicación, porque justamente era proponer el diálogo, delimitar temas, que la gente participara, y eso implicaba canales para que la gente hiciera propuestas de reglas, implicaba que la ciudad, que en general la ciudad supera esto del proceso, que se centrara en la medida en que no se podían hacer reglas sobre todo y no había que reglamentar en general toda la vida sino unos aspectos críticos para la convivencia en la ciudad, básicamente en el espacio público de la ciudad y en algunos espacios privados que afectan lo público.</p>
<p>Reglas para convivir Formulación Camacho</p>	<p>Los <i>Semilleros de convivencia</i> que habían de dos tipos, los distritales que se hacían como con representantes importantes de la ciudad relacionados con cada uno de los temas y había otros semilleros que se llamaban autónomos que los hacía cualquier grupo de ciudadanos y a esos semilleros se les aportaba una metodología y un servicio de moderadores y relatores, es decir, en el conjunto residencial alguien quería hacer eso, se contactaba con el campo de acción, se les daba la metodología y se les ponía un moderador y un relator para que hicieran su ejercicio de formulación de reglas en torno a algo.</p>
<p>Comunicación pública urbana</p>	<p>En las categorías hablaríamos de educación informal que es la que se da justamente en los espacios, en la casa, en la calle y todas, y que obviamente entonces yo lo ubicaría mucho en el cuento de la cultura, si tú lo miras por el lado de la cultura lo que le estábamos</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
Formulación Camacho	proponiendo a la gente, es que me van a mamar gallo, esto si lo escuchan, te estamos proponiendo cambios al guión cultural, que tiene un guión cultural para moverse en esta ciudad, pero si por ejemplo aquí los busecitos rojos, esos han cambiado. El guión cultural aquí antes de los busecitos rojos es usted párese en cualquier parte, estire la mano y colfáchese, ahora le decimos es que usted tiene que caminar cuatro, cinco cuadras hasta una estación, comprar un tiquetico meté para hacerle más un pase mágico a la tarjeta, chan, y eso va, vera las dificultades todavía para que la gente ponga la tarjeta por donde es, y espere juiciosamente a que espere el bus. Ahí le está diciendo: mire, cambie su guión cultural que implica muchas cosas, que implica que tú va no te bajas en la 55, sino que te bajas en la 57 y que tienes que caminar, entonces, cuando yo digo, el ejercicio intencionado de cambiar guiones culturales, para mí eso es comunicación educativa masiva porque resulta que hay que proponerle el asunto a muchísima gente, hay que argumentárselo a muchísima gente y hay que facilitarle a esa muchísima gente que lo pueda cumplir. que son los famosos cambios de contextos físicos, antes básicamente el asunto era: monte en la bicicleta, la bicicleta es saludable, no contamina, ahora digamos que ahora mal que bien hay ciclorutas, hay un ejercicio donde monto en bicicleta con un contexto físico que lo permite y hay que seguir ejerciendo la argumentación sobre eso, para mí esos son los ejercicios de comunicación educativa, yo por eso lo pongo ahí, que claro, funciona es en el plano de la vida cotidiana donde uno funciona con guiones culturales que le dicen que decir y como comportarse en cada momento cuando uno, fíjate que todas las ofertas son eso, termine la rumba a la una, el guión cultural es yo me enrumbo y me botan después borracho, me voy para mi casa como se me de la gana y cuando pueda, pilas no conduzca si se ha tomado unos tragos, entregue las llaves, imagínate el cambio donde, en una cultura donde el carro es una vaina que permite el dicho que pudo mas el carro que la mujer, eso dicen los varones, entregue las llaves del carro, eso si, se le dijo que cambie la película y si se trata de convencerlo y argumenta y le pone las cifras, y le dice cuántos accidentes de tránsito ha involucrado el alcohol, a qué horas suceden y por qué la hora a fa una, usted le argumenta a la gente, le hace campana, le busca aliados para que le ayuden, le propone estrategias del conductor elegido, ceso?, esos son procesos educativos.
Visibilidad Comunicación directa 20 de julio Formulación Quintero	Se comenzó a realizar el trabajo de comunicación, es decir vamos a diseñar eventos que nos permitan posicionar uno o dos de cinco comportamientos que nosotros considerábamos centrales: La basura. Era una calle donde no se le podía decir a la gente que no botara basura sino había canecas, entonces la primera acción fue colocar canecas de basura en todos los postes. Peatones. Que los peatones pudieran andar por los andenes y los ambulantes se ubicaran sobre la calle, sobre la calzada. Respetar unas dimensiones determinadas para cada puesto, nadie podía exceder esas dimensiones. Esto obligó a los vendedores a realizar adecuaciones a sus puestos y ellos recibieron el apoyo del Taller del Espacio Público. Los arquitectos y los diseñadores realizaron unos diseños y se les facilitó a la gente que los pidiera. Esta era una zona de altísima contaminación auditiva, los vendedores pregonaban sus productos y además los equipos de sonido, las grabadoras estaba a un volumen altísimo, entonces la idea era que bajarán el volumen.
20 de julio Reglas Formulación Quintero	Se hizo un estudio previo que se contrató con una ONG. Un estudio mas etnográfico de ver los comportamientos y las dinámicas que se movían allí, en esa calle se mueven unas dinámicas bastante locas desde las mañanas de los vendedores que venden los puestos, el derecho a vender allí. Una persona sin un lugar puede estar ganando mas que una persona que venda allí porque acapara diferentes puestos y luego los vende. Las mañanas de los pordioseros, ese es otro tema. Había una serie de elementos muy propios de esa calle, digamos culturales, por supuesto había gente con la que decidimos no intervenir, había gente que no íbamos a tocar porque no queríamos generar condiciones de agresión, si llegaba a ocurrir algún evento de agresión o violento se nos caía el asunto porque desvirtuaba todo el proceso de ordenamiento que pasaba por la convivencia. Si al peaton se le asigna el andén y al vendedor la calle calzada, entonces quienes se muevan por la calzada van a comprar pero quienes se muevan por el andén van a circular hacia la iglesia. Son digamos una reglas de convivencia, usted se hace por su lado yo por el mío y no nos pisamos las mangucras. A mí me va mejor porque puedo vender mis cosas y a usted le va mejor porque puede transitar mejor.
Espacio público Formulación	Como un proceso donde hay que ubicar las dinámicas comunicativas existentes en esos contextos, generar los ajustes necesarios hacia nuestro objetivo, montarnos sobre esas dinámicas y sobre esos circuitos de la gente, generar acciones que la gente reconozca fácilmente.

ITEM	AFIRMACIÓN
Quintero	no hacer símbolos nuevos sino trabajar sobre lo que ya hay y sobre los intereses y generar expectativas y movilizaciones hacia esos contenidos. Si tuviera que hacerse una receta sería esa, pero por supuesto se debe contar con la claridad y el apoyo de los equipos que no son de comunicación porque como comunicador no es tu responsabilidad cambiar el contexto físico, se requieren equipos especializados para esa adecuación pero bajo la supervisión tuya, no al contrario. Tu como comunicador ubicando los canales, las dinámicas, los contextos comunicativos del escenario donde vas a intervenir estas en capacidad de decidir las transformaciones que se deben hacer, no desé un concepto técnico aunque por supuesto se le debe tener en cuenta porque hay cosas que serían inviables o difíciles, pero eres tú quien da la pauta como comunicador para la transformación de esos contextos, piensas y decides qué se debe utilizar allí.

A4.3.5. Adecuación de Contextos

ITEM	AFIRMACIÓN
Reglas Formulación Mockus	La teoría general que está menos sistematizada era el tema de recontextualización, enseñar normas era producir una versión de la norma que le hablara a la gente en su contexto.
Identidades Reglas Formulación Logros Mockus	El sueño extremo del arquitecto urbanista es que la pura acción transformadora de pronto cambie los comportamientos, cambie la estética espontánea de las personas, etc. Él le apunta a ese extremo, nosotros introdujimos esa idea bonita de que puede ser necesario hacer eso explícito y digamos que facilitar o promover el buen uso del nuevo contexto. Creo que son cosas que hoy en día permitirían un balance que le den la razón a las distintas miradas, si ayuda mucho la estética y como pasa en las oficinas un cambio en la decoración puede ser un detonador de cambio o una de las dimensiones en las que el cambio se manifiesta. Cuando yo miro hacia delante hemos tenido ambas cosas por los andenes anchos, la cicloruta tiene una carga muy fuerte, el sardinel alto en sí mismo dice mucho pero aparecieron el sardinel en un contexto de lucha abierta simbolizada, macartizada casi por el tema del boiaro contra la invasión de los andenes. Creo que la ciudad logra incorporar ambos tipos de cambio cultural el que está marcado por el espacio físico o el que está más bien asociado a contextos físicos polivalentes, ya había mencionado la ciclovía, menciono el pico y placa o el día sin carro, que aparecen luego en la dinámica de la ciudad como procesos de cambio de comportamiento más asociados al concepto temporal o sea el contexto no solo es espacial, hay unas horas, la gente interioriza un poco más el reloj por las horas, de todo ese proceso la teoría sale muy bien librada. La asociación de comportamientos o de repertorios de comportamientos a contextos y a identidades.
Reglas Interacción Formulación Perçolis	Yo creo, siento, que hay como un interés de resaltar la relación y la gente en Medellín se comporta en el metro maravillosamente, la gente en Caracas se comporta en el metro, maravillosamente, la gente en Bogotá lo tiene que hacer en Transmilenio, yo creo que algo de cierto hay. Si uno sube a un bus que es una porquería, que le da tétano porque se lastima con las latas, que es un pegote, que el chofer va como loco arrojando gente y carros y tiene la posibilidad de viajar en un bus que no es nada del otro mundo, sencillamente es un bus limpio que respeta paraderos y que tiene una frecuencia coherente, pues la gente tiene un comportamiento más tranquilo, porque no tiene la angustia que tenía que respirar en el otro bus, en el tradicional y si eso es novedoso por lo pronto incide en el comportamiento. Pero no es necesariamente así, si ves acá la 85, se hizo un programa de andenes que es muy bueno sobre todo en horas pico de entrada y salida de complicados, es congestionadísimo el andén de la 85 y los carros se siguen subiendo, tumbaron volardos metálicos de esos muy elegantes y muy costosos, tumbaron esos arcos que pusieron en las bajadas para minusválidos y los carros se suben. Entonces el andén permitió que el comercio saque mesita, que la salida de las oficinas se junten para tomar una cerveza, un tinto, para el peatón, pero el automovilista no lo entendió y se sigue subiendo, y yo parqueo, usted verá qué hace, yo tengo que irme. Ahora yo pienso que eso parte de un comportamiento más complejo, en el fondo hay un problema de clase, si yo tengo carro, usted peatón de mierda trate de hacer lo que pueda, yo tengo carro. Y eso requiere una cosa más compleja, de una adecuación de contexto porque se puede perder el contexto, como se han robado los pafitos

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>metálicos y han tumbado los arcos, cualquier día suben una voiqueta y se acabó el andén, entonces no sólo es que adecuar el contexto ayuda, ayuda mucho, pero tiene que haber algo más. Yo no creo que sea necesariamente convertir el andén en aula, no generar el acontecimiento, yo vivo aquí frente al parque del Israel, eso era un mutadar, las zorras botaban basura, habían locos haciendo sus necesidades, se remodeló el parque, todos los vecinos en contra, eso era, yo no lo podía entender, miren nos van a limpiar esto, no, no hay que dejar y se amarraban a los árboles, el presidente de la asociación de vecinos alquilaba un carrito con parlantes, decía: no nos dejemos, salía gritando a perifonear y se arregló el parque a la brava, los vecinos encantados, ahora lo usan, incluso los que perifoneaban contra el parque, para navidad el parque tenía pero multitudes por las noches, porque había acontecimiento, una noche había villancicos, otra noche fuegos artificiales, otra noche un concierto, bueno, a la mañana no había un papel en el parque, las canecas reventaban y la incorporación del acontecimiento permitió una mejora en el comportamiento, entonces, hay lugares de transición y el no lugar se vuelve lugar por la presencia de un acontecimiento, esa fue la conclusión de los trabajos que hicimos para cultura ciudadana, es decir si el estadio es el no lugar, se convierte en lugar cuando está el partido, cuando está el concierto, el parque que es un lugar de tránsito porque la gente va y viene por los transportes y se convierte en lugar a raíz del acontecimiento, del encuentro más simple con el vecino a tratar a las seis de la mañana, o del acontecimiento más importante como el de Navidad.</p>
Espacio público Formulación Gómez	<p>Espacio público ha sido un tema, al igual que planeación, un tema de arquitectos y urbanistas, pero los arquitectos y los urbanistas tienen una visión perfectamente ajena a la gente, pues tienen una visión de diseño, entre otras cosas ahí, el caso del eje ambiental de la Jiménez ahora es bien significativo, hay un diseño que en la maqueta era una belleza y en la práctica es una porquería, empezando porque el hilo de agua nadie pensó la cantidad de mugre que cae en Bogotá por minuto a un hilo de agua que tiene un fondo blanco y que por supuesto se ve todo el día mugroso y el hilo de agua no logra remover la basura, entonces tendrían que barrerlo todos los días, en fin, ahí hay un diseño. Uno ve cómo los arquitectos y los urbanistas no tienen una capacidad de diseñar para la gente, esto puede sonar absurdo, yo creo que en una ciudad en donde hay uno de los urbanistas, se supone uno de los urbanistas más exitosos del país que es Salmons, Saldarriaga, Carlos Niño, Vivescas, pero creo que ellos piensan, siguen pensando la ciudad, mas allá de lo que concen en la práctica, los arquitectos que hacen la ciudad no logran pensar una ciudad para la gente, o logran pensar la ciudad en términos muy de escenario. Yo recuerdo ahí las discusiones que tuvimos, por un lado con Jordi Borja que intenta vender el modelo de Barcelona y no lo logra atortunadamente, y por otro lado Manuel Deigado que fue un sociólogo es un sociólogo que fue parte del equipo de Jordi Borja que forman parte del equipo en un comienzo y luego se abre de ese equipo y empieza a criticar muy fuertemente y Manuel Deigado, yo tengo un artículo de él para que lo veas. Es 'la ciudad mentirosa' cómo describe Manuel Deigado el proceso de Barcelona? en Barcelona lo que hicieron fue un escenario y un escenario en el que cogieron del centro de la ciudad hacia afuera y hicieron así, abrieron y despejaron el centro, echaron los problemas a la periferia para que el escenario del centro quedara como escenario, pero hay serios problemas según él para que la gente vuelva a habitar ese escenario, lo habitan los que son los habitantes por excelencia de ese escenario, que son los espectadores, o sea los poquitos que vamos habitamos ese escenario durante periodos cortos y salimos muy contentos, muy entusiasmados, además de que todo el experimento de Barcelona tiene un contexto de continuidad de administración muy larga, pero además de las olimpiadas, que hace que se genere un contexto perfectamente artificial para modificar la ciudad.</p>
Calle 80 Logros Sarmiento	<p>Bogotá era otra y ya hoy se ejecutó lo que se había pensado: la calle 80 es una calle modelo en Bogotá, queramos o no es la calle modelo. Mejor dicho, ahí ya se comienza a ver otra actitud de cambio, ahí tú no estás hablando por ejemplo de que estamos peleando por el centavo, que estamos viendo las calles bien. En ese sentido la 80 tiene una carpeta de pavimento excelente, una buena iluminación y un transporte decente que es transilento y acuérdate que también lo propusimos muchísimas veces, es decir, ya eso estaba planteado desde Antanas, eso ya lo veníamos trabajando desde el laboratorio.</p>
Espacio público Formulación	<p>Inicié con un proyecto que tenía que ver con parques, 100 parques para la ciudad que tenía que ver con una convocatoria en la que la gente escribiría cómo quería que fueran sus parques barriales y se inscribía. Se escogían las propuestas más novedosas, más atractivas, que tuvieran</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
Quintero	mavor participación y que tuvieran en cuenta mayores desarrollo arquitectónicos, urbanísticos, etc. El jurado era del Taller del Espacio Público y gento del Instituto de Desarrollo Urbano -IDU- no se tomaba la decisión en Cultura Ciudadana. Yo me encargué de hacer un aviso para la convocatoria, diseñada por Cortés y yo hice el copy. Ese fue el primer trabajo porque yo no tuve ninguna inducción, me dieron los antecedentes de que espacio público no funcionaba bien, que no había claridad en proyectos. Los proyectos estaba orientados desde lo arquitectónico entonces eran proyectos de transformaciones físicas que no tenían en cuenta lo cultural.
Espacio público Formulación Quintero	Posteriormente trabajamos un proyecto que era regalale una flor a Bogotá, la comunicación de eso la hizo esta persona y se hicieron pizcas como carteles, un plegable en forma de florecita. El proyecto no era claro, Regálale una flor a Bogotá era siembra flores pero desde la gerencia habían proyectos que tenían que ver con la siembra de flores en espacios públicos sobre la base de que embelleciendo esos espacios la gente se iba a apropiar más de los espacios. Pero eso tenía muchos problemas técnicos, allí estaban los arquitectos pero era muy costoso sembrar flores que aguantaran las condiciones climáticas de Bogotá y era un proyecto que era de embellecimiento pero no contemplaba la interacción con la gente. Regálale una flor a Bogotá era como una idea que no tenía referente en un proyecto. Luego se celebra el Día de la Tierra y se identifica día como un espacio de siembra masiva de árboles nativos y se decide que se van a regalar flores.
20 de Julio Formulación Quintero	Era en principio la idea era desalojo de los vendedores ambulantes que hay en la calle 27 sur. La calle 27 sur es la que conduce al Templo del Divino Niño, que es una de las imágenes religiosas más adoradas de la ciudad, en donde cada fin de semana se mueven alrededor de 300.000 personas y esa calle está llena de vendedores ambulantes, que en esa época estaba completamente desordenada, abandonada sin posibilidades de caminar, la circulación era completamente difícil, la calle llena de basura, con muchísima inseguridad. Entonces la propuesta inicial era el desalojo, por supuesto sobre esa lógica no se le podía apostar a una propuesta de educación ciudadana y paralelamente la gente del campo de acción estaba desarrollando negociaciones con los representantes de los vendedores ambulantes. Intervino en el proyecto, el alcalde local, el comandante de la policía de la localidad, para poder realizar la intervención teníamos que contar con el aval del cura, el parroco del 20 de julio, quien además era un personaje muy importante porque iba a funcionar como mediador para nosotros, si le vendíamos el discurso a él y si lográbamos que introdujera el discurso en las homilias por supuesto íbamos a tener nuestra voz amplificada a estas 300.000 personas y la autoridad moral de esta zona es por supuesto el cura. Logramos convencer al cura que se montara en esta película. Las negociaciones que se venían haciendo con la alcaldía local y con los representantes de los ambulantes llegaron a que se iba a hacer un reordenamiento, no se podía hacer un desalojo, se destinaron unas zonas para reubicación. El criterio del Taller del Espacio Público era retirar a los vendedores de esa calle y darles otras opciones. Se sabía que la solución del problema no era la represión. Entonces se llegaron a varios acuerdos, el fundamental es vamos a organizarlos.
Espacio público Formulación Quintero	Era muy pobre no creo que la idea de construir espacios para la convivencia estuviera muy clara en la gerencia. Estuve en dos administraciones de esa gerencia, en la primera la preocupación era de hacer intervenciones de tipo físico William, la segunda fue con una trabajadora social, ya ella muy preocupada por la participación comunitaria, por generar procesos sociales desde su propia disciplina, desde trabajo social, entonces eso hizo cambiar el perfil. Tal vez es más visible una intervención física que las intervenciones que hizo esta persona que ya tenían que ver con hacer investigación por ejemplo, con explorar problemas, habían unos proyectos que eran los de centros históricos que se iban a realizar en Suba, en Fontibón y en Usaquén.

A4.3.6. Autoridad

ITEM	AFIRMACIÓN
Reglas Logros Bromberg	Creo que haría un poco más de énfasis en la autoridad, la autoridad funcionó bien, la autoridad es muy importante en la conformación de solidaridad entre quienes cumplen la ley. Esa es la función de la autoridad, no es tanto andar pescando al conjunto de ciudadanos que requieren de refuerzo de la ley y de la presión para que cumplan las reglas sino que aquellos ciudadanos que no cumplen las reglas cuando

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>hay un universo muy grande de cumplimiento, en una porción baja de incumplimiento, los que incumplen ganan cuando incumplen y rompen la solidaridad de los que cumplen. Pues mira una cosa si todos van con la cola, pues el bienestar colectivo es el mayor, si una sola persona incumple los demás no se afectan pero está ganando demasiado el que incumple, entonces termina rompiendo el bienestar de los demás dicen si se puede incumplir, yo incumplo y empiezan a incumplir.</p>
<p>Cultura Ciudadana (2) Ley Zanahoria Logros Evaluación Londón</p>	<p>Tenemos ahí unos éxitos algunos de los cuales sí han tenido cierta efectividad como la Ley Zanahoria, pero que de todas maneras todavía tiene problemas, por el hecho de lo que uno puede pensar la ley zanahoria en términos de los efectos de la autorregulación, porque la ley zanahoria es una medida taxativa que impide seguir rumbeando después de la 1 de la mañana. Se supone que si el impacto es real, va debería poderse correr porque hay una interiorización del auto control en el consumo de alcohol, por eso se permitiría abrir el horario de ley zanahoria ¿sí? Esos son temas además que con Alberto hemos mirado que no hay un seguimiento sistemático, una medición. De suerte que nunca sabemos ciertamente cuál es el impacto real de este tipo de medidas. Hay una continuidad en el concepto, en la idea de cultura ciudadana como autorregulación, como modificación de comportamientos, a partir de métodos pedagógicos no represivos.</p>
<p>Ley zanahoria MMC Identidad Logros Gómez</p>	<p>Hay temas que desde la academia se ven que no se ven desde la administración política tradicional y eso es muy importante para la ciudad, hay temas que se ponen definitivamente en tapete: el desarme, eso se pone en el tapete y sigue estando allí, con todas las dificultades pero sigue estando, que hay formas distintas de sacar el problema de seguridad, incluso, cosas que se hacen desde la administración que no se ven desde los medios, una inversión gigantesca, como nunca antes la había tenido la administración en policía, en apoyo a la Policía Nacional y se hace un proyecto que aun cuando hacia afuera no tiene un impacto muy grande, hacia adentro de la policía es definitivo, que fue la escuela de formación de policías, todavía a estas alturas uno hace contacto con la gente de la policía y recuerda haber estado en una ciudad que pidió policías recién egresados de las escuelas que no vinieran con todos los problemas serios que vienen de las zonas de orden público o de desorden público, y que pudieran tener una permanencia de allí, de esa primera intuición que un comandante de la policía de la ciudad como es Gilbert tiene y se conecta con cultura ciudadana y desarrolla, surge después, de ese mismo comandante que ahora es director de la policía a nivel nacional, una propuesta de lo más novedoso que ha habido en Colombia y en el mundo, bueno, en el mundo ha tomado gente pero aquí le han hecho adaptaciones y todo que es la policía comunitaria y por primera vez uno encuentra como me pasó el año pasado, líderes sindicales viejos radicales, de esos radicales de la época de retoma agraria, un líder del Incora que es un líder comunitario en este momento de la ciudad diciéndonos: pero no pueden desconocer a la policía cívica, pero no, con policía cívica que nos vamos a meter, por ver que me dice y me contesta: son la maravilla y efectivamente. Se logra una policía, es un experimento que todavía no se consolida pero se logra una policía, que incluso dentro de la policía genera muchos problemas porque a estos policías no se los evalúa por el número de atracadores retenidos, por el número de delincuentes dados de baja, sino por una vana que es muy incuantificable, cuántos lograron prevenir el delito.</p>
<p>Seguridad y Convivencia Formulación Gómez</p>	<p>Seguridad es un tema que se trabaja tangencialmente y yo sigo pensando que cultura ciudadana no es la estrategia más fuerte para aumentar los niveles de seguridad. Ahora, allí hubo una claridad que me parece importante y es que se delimitó muy bien lo que era delincuencia organizada que sólo es combatible desde el punto de vista profesional de la policía, entonces se le invierte a la policía en equipos, en armamentos, en capacitación, en cámaras de vigilancia y eso empieza a dar resultados ahora, eso es muy importante, de lo otro que es el atraco del muchacho que no es un hampón en el sentido estricto de la palabra, que no haga parte de grupos de delincuencia organizada, que va camino allá pero que todavía no es, el problema de seguridad entendido en términos de confianza de los vecinos.</p>
<p>Seguridad y Convivencia Formulación Camacho</p>	<p>Si había una idea del cumplimiento de reglas, iba a mejorar la convivencia en la ciudad y por tanto iba a mejorar la seguridad con otro componente y era que hacia parte del trabajo de campo que era un trabajo muy fuerte con la policía, con la idea de mejorar la acción de la policía, en su relación con los ciudadanos que en ese momento estaba diagnosticado que era bastante problemática, digamos que la imagen de la policía ante los ciudadanos era negativa en términos generales y se detectaban también como carencias concretas en la formación de los policías para interactuar con los ciudadanos, entonces había un proyecto que se llamaba Formación para formadores de ciudad, que</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	hasta donde yo estuve por ahí pasaron unos 5000 policia de 8000 que creo que era el pie de fuerza en ese momento, donde se hacia un trabajo en derechos humanos, en el que los policia conocieran el plan de desarrollo, en mejorar sus habilidades comunicativas y de relacion con la gente, para trabajar ciudadanos que cumplen reglas, ciudadanos que se organizan tambien por el lado de la seguridad y una policia que tiene una mejor relación con los ciudadanos, era como esos dos componentes. Reglas para convivir [...] estaba el de la policia y por hay se le dieron unas puntadas a uno de Resolución de conflictos, un poco la idea era: no basta cumplir las normas, siempre van a existir conflictos, se necesita darle a los ciudadanos como herramientas para que los tramiten pacificamente, esa era como una trilogia.
Formacion de Formadores de ciudad Formulacion Camacho	Ese fue un trabajo puramente de formación, los policia salían de servicio en camadas como de 500 ó 300 ya no recuerdo bien, estaban un mes fuera de la calle, un mes donde iban a un sitio a formarse y allí se hacian en una formación en estos temas de derechos humanos, de relacion con la ciudadanía, de conocimiento de la ciudad y mucho, mucho, mucho como de reflexión personal, de recuperar la nincz, básicamente de que reconocieran un poco su papel de ciudadanos y de personas que se necesitan en relación con otras personas, que cumplen una función.
Formación de Formadores de ciudad inversión Camacho	Pero yo sentia que aqui ese trabajo con la policia no tenia el impacto que debería haber tenido, dentro de los proyectos de Cultura Ciudadana, ese que era una cosa super seria, intensa, con recursos, vos podés criticar todo lo que quieras, que como se hizo, que el Instituto Luis Carlos Galán, que fue del Rosario, que patatun, patatán, pero era un ejercicio con mucha inversión, con resultados, vos veias a los policia realmente transformados después de esa vuelta, por ese curso con la posibilidad de acercarse a un resto de cosas que en la vida habían tenido y con la posibilidad de hacerles catarsis a un resto de historias personales violentas, y había ejercicios del sentido de la autoridad y había que contarlo, pero para eso tampoco hubo nunca suficiente recurso y dentro de la intersección en general de Cultura Ciudadana, eso en el nivel general no se valoraba suficientemente, luego no se le invertia.
20 de julio Formulación Quintero	El trabajo más fuerte se hizo desde la coordinación interinstitucional y la negociación que había permanentemente entre la gente de la gerencia, la alcaldía local y la policia, que no sólo fue un factor de presión, sino que por los cambios que estaban ocurriendo dentro de la policia misma y por decisión del Comandante, los policia recibieron la orden de hacerse amigos de la misma gente. Se habló con ellos porque la tónica normalmente es que la policia era enemiga de los vendedores y si esto seguia la estrategia no nos iba a funcionar. Entonces el Comandante de la policia bastante receptivo entendió la idea y con él coordinamos, fueron unas tres semanas de coordinación previa y con reuniones permanentes, entonces en el momento del lanzamiento el Comandante casi me entrega el bastón de mando, me pone 100 policia a mi servicio, el alcalde local casi me da la bendición y el cura igual. Entonces trabajando con 100 policia, la gente del equipo de Cultura Ciudadana no podía ayudarme porque ellos estaban en la coordinación e igual me parecia que estaba bien. En la parte logística yo contaba con personas que me ayudarían y quienes recibían órdenes pero no tenia la posibilidad de contar con ningún apoyo para ayudarme con la coordinación, eso fue de las presiones mas grandes que yo he tenido por eso, fueron cuatro domingos seguidos.

A4.3.7. Intervención lúdico pedagógica

ITEM	AFIRMACIÓN
Noción cultura Vida cotidiana Evaluación Moekus	Ahora, el concepto de cultura ciudadana critica la cultura del atajo, eso era claramente de entrada en dirección vida cotidiana, es decir, incluso a mi me daba susto lo de la lúdica porque siempre había el peligro de la trivialización y como la conversión del tema en espectáculo y la idea era al revés, meternos con las herramientas del arte en la vida cotidiana.
Noción de cultura Formulación	[...] si he entendido la tesis de Martín Barbero de que se logro ademas una reorientación espontánea de parte de la oferta cultural y de la apropiación cultural de la ciudad y el tema urbano, con otro enfoque, no para pedagogizar o para educar al ciudadano, sino de todos modos, interpelando al ciudadano o habitante, como habitante de la ciudad.

ITEM	AFIRMACIÓN
Mockus	
Juego Formulación Evaluación Mockus	Yo he tenido que revisar mis prejuicios sobre el juego y sobre todo lo que se aprende del juego para aceptar la idea de lúdica, mejor dicho, los juegos son en serio [...] Entonces se entraba a un terreno nuevo y por ejemplo a mí por un lado me parecía que la idea de lúdica podía devaluar la pedagogía, la instrumentación pedagógica del juego, que creo que es complicada. Por otro lado había una serie de términos, así como rituales que me daban como mucho pánico, uno no se inventa ritos sobre eso. Y además fue cruel poner el arte al servicio de la ciudad. El mimo que está acostumbrado a ser aplaudido sobre un escenario convertido en una especie de agente de policía, aunque extraordinario pero durante horas, es decir, era una recontextualización fuerte de la acción del artista, y en más de una ocasión me parecía, por ejemplo que la estética traía un farrago de cosas inútiles y que bastaba con hacer un sólo color o un sólo mensaje, había una tensión grande ahí.
Interacción Identidad Formulación Mockus	Si hoy en día tuviera que revisar la relación cultura ciudadana - arte diría que buena parte del arte genera emociones morales compartidas: indignación, admiración, identificación, pero sobre todo, digamos subvaría los que tienen que ver con la emoción que yo sé que el que está a mi lado también tiene. No es sólo que yo me identifico sino yo digo, cualquiera que estuviera viendo esto se identificaría con, es decir, esa certeza de la universalidad.
Canales locales Evaluación Munoz	Lo que pasa es que las expresiones artísticas permitían la formación de valores y por eso creo que vale la pena continuarlos. Hay una recepción positiva aunque todavía muy pasiva, la relación es bastante vertical entre Estado y ciudadanos, aunque se dice que se acoge la visión del ciudadano, el ciudadano todavía no puede hablar porque no existen los canales, no tiene canales para hacerse escuchar.
Vida cotidiana MMC Evaluación Viviescas	Entonces yo creo que en las acciones también, vuelvo otra vez sobre la gente, son acciones que la gente estaba dispuesta a hacer y las hacía y ahí hay una cuestión que tiene que ver va no con el nivel local sino con el nivel mundial; la lúdica, la utilización del ocio, del tiempo libre, la consideración del espacio para la ciudad, los aspectos creativos, los aspectos artísticos, las expresiones, son cuestiones que la televisión nos había traído y nos había mostrado por todos lados, o sea, esa cultura del divertimento urbano o mejor, la interpretación urbana de lo que es la vida cotidiana es un elemento que estaba allí y que con Bogotá, bueno Colombia, pero sobre todo Bogotá, le había empezado a dar cuerpo, lo que pasa es que había estado siempre reprimida en un marco tradicional y lanudo de la oligarquía que vivía de Bogotá. Básicamente es eso, es decir, fíjate que uno de los elementos que para mí son los pioneros de ese asunto que son, son dos: el uno es el Festival Internacional de Teatro, Fanny Mickey que hay que quitarse el sombrero y todo lo que uno tendría que quitarse frente a una mujer grande, es quitárselo frente a ella, digamos, con esa perspectiva, le costó la excomuniación, le costó todo. La otra es una cosa más discreta, muy comercial, pero que tiene un sentido muy importante que es la feria del libro, esos dos elementos mantuvieron aislados durante mucho tiempo, ¿y quién los sacó adelante?, la gente.
Circuitos de comunicación Mimos Publicidad Formulación Gómez	Trabajos operativos, lo otro era que se olvida porque va uno tiene como ganas de no acordarse de eso, los mimos, la presencia de mimos o de pequeñas obras de teatro, incluso en la ciudad, en sitios de aglomeración; yo creo que se bajan costos inclusive, en términos comparativos, puede ser que en términos absolutos los costos incluso sean parecidos, pero en impacto los costos resultan ser mucho más bajos porque mientras uno no puede garantizar que una cuna en televisión sea vista, no tanto vista, puede ser vista por mucha gente pero no recibida de una manera memorable, en los periódicos sí, digamos que de todos los medios masivos el que menos utilidad tiene directa para la ciudad aparentemente es el periódico porque es el que menos lectores tiene, pero tiene impacto en algunos sectores muy importantes pero esto va precisamente a romper eso que es lo tradicional donde la publicidad bonita es sólo para un grupo social y aquí la publicidad bonita era para todos los grupos sociales sin discriminación, entonces los mimos estaban en una zona del sur, en una zona del norte, en un centro comercial de ricos, en un centro comercial de clase media y lo que hay allí es el valor de lo masivo, casi que es un término que yo no sé si tenga sentido pero es casi lo masivo interpersonal, allí la interacción es muy directa con el ciudadano, pero de todas maneras es una comunicación masiva porque logra tener un impacto en números muy altos simultáneo, con pocas exposiciones del ciudadano a la publicidad.

ITEM	AFIRMACIÓN
Mimos Visibilidad Evaluación Logros Gómez	<p>Primero porque fue lo primero que se hizo y definitivamente porque tienen el impacto de algo totalmente inusitado. Bueno, ahí hay algo de magia también de la forma misma del mimo, porque simultánea con los mimos, en esos mismos días se alternaban, unos días aparecían los mimos y otro día aparecía un grupo de teatro, incluso muy lindo, era con unos vestidos muy bonitos, vestidos de época y unas puestas en escena muy bonitas pero nunca llamaron la atención, mimos, de hecho todo el mundo te pregunta a uno y por qué no sacaron más mimos y cuando uno presenta esto en ambientes académicos, los académicos que no se han tomado el trabajo de mirar esto con calma, le dicen a uno, pues sacar mimos que importancia tiene, lo de los mimos fue importante primero, por haber sido lo primero que se hizo y se sacaron mimos entre otras cosas porque se estaba buscando alguna propuesta de tipo artístico y había en ese momento en el Instituto de Cultura y Turismo, trabajando, uno de los mejores mimos que ha tenido el país que es Julio Ferro y les hizo la propuesta y logró realmente, pero yo creo que impactos similares, no tan generalizados, se lograron con otros eventos, yo diría que en la 80 con los cuenteros se logró un impacto similar, en otras zonas con la culebra, pues la famosa culebra que puede ser la de no más grata recordación pero evidentemente la culebra en su momento, en un momentico corto, tuvo un impacto, la gente le llamaba la atención una culebra de esas de estito chino que recorre una calle, claro, cuando va la culebra se racionalizó, la culebra debía tragársela la mugre de la ciudad y tragarse el, perdió toda. En la medida en que fuimos bajándole lúdica y espectáculo, en ese sentido, es que yo digo, las cosas dejaban de tener visibilidad y lo otro es que visibilidad es un fenómeno de impacto creo que temporal y corto, es decir, ahí no había esperanzas, uno no puede mantener en la cabeza de la gente el espectáculo por toda la vida, si el circo se queda toda en la vida en el pueblo, el circo terminará siendo tan espantoso, como cualquier otra cosa del pueblo, el circo tiene que venir una vez al año.</p>
Interacción Autorregulación Mimos Evaluación Gómez	<p>La capacidad simbólica del mimo indudablemente fue un acierto. Ahora, hubo las dos formas de arte en la calle que fueron los mimos y el teatro, y el teatro definitivamente no dio, incluso después de los asaltos lúdicos y todas estas cosas, tuvieron un impacto mucho menos fuerte, pero evidentemente el mimo tuvo la capacidad de síntesis, el mimo efectivamente desde el punto de vista artístico altamente simbólico, sintético, tiene que reducir a su, para mí la imagen más linda, si me pidieran una sola imagen de cultura ciudadana sería esa foto que salió en el Tiempo de una niña mimo, chiquitica, deteniendo un ciclista gigantesco indicándole que se corra atrás del espacio de la cebra para que deje pasar a los peatones, y el tipo del bus además retrocediendo porque retrocedió de verdad. Eso fue el primer día y tal vez la imagen más fuerte de todas, la debilidad total, la insignificancia frente a un camión gigantesco, un bus altísimo con la fuerza del símbolo; eso fue indudablemente fuerte. Tenía el mimo, digamos que en ese sentido el mimo comparte algo con la tarjeta, que es la interacción no verbal, que es una parte de interacción gestual que se da entre extraños, ahí vuelve y se empata la idea de comunicación entre extraños. una buena medida de la comunicación entre extraños se da a partir de gestos, y una buena parte de las normas de cortesía, incluso entre conocidos no requieren de muchas palabras, uno le abre los brazos a un amigo y el amigo lo abraza y no tiene uno que decirle: ven que te quiero abrazar, a no ser que sea una obra del teatro clásico español, pero es eso, el gesto y eso que ahora que lo menciono así creo que lo de los gestos es parte de los éxitos, el gesto si es como la síntesis de lo muy humano y la tarjeta era gesto, el gesto de la mano, se usaba la mano sin tarjeta después y aun hoy la gente, todavía hay gente que la saca a uno la mano y le da las gracias cuando hace uno un gesto amable en el tránsito.</p>
Visibilidad Formulación Gómez	<p>No hubo mucha capacidad de las otras artes para proponer cosas, de hecho las cosas que se propusieron desde otras partes fueron propuestas nuestras, no del medio artístico incluso, es decir, los fotógrafos nunca nos propusieron hacer esos grandes murales en la plaza de Bolívar, que alguien de cultura ciudadana que los propuso, la música igual, aun cuando hubo eventos musicales de magnitud, el cumpleaños de Bogotá con grandes corales, una vaina un poco irracional ahí, eso por un lado, creo que no hubo desde la comunidad artística mucha capacidad de meterse en ese cuento, sin que esto saive tampoco a los teatreros. Los teatreros mismos no tienen mucha propuesta, de hecho también somos nosotros que decidimos contratar al grupo de teatreros para que hagan lúdica. Pero lo otro es que yo creo que las otras artes no proponen una interacción entre la propuesta artística misma y el ciudadano en su gama amplia, es decir, desde la mimica, no solamente los mimos sino la mimica y todas las otras posibilidades que el teatro da, lo podría haber propuesto la danza por</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
Visibilidad Regias Evaluación Gómez	<p>ejemplo, pero los danzantes también y los bailarines son muy aislados de los públicos, uno tiene la sensación clara, en estos días hubo en Bucaramanga un festival de danza en espacios no convencionales muy lindo, se trajo a mucha gente e hicieron dos puentes, uno aquí en Bogotá, uno percibe, el bailarín necesita un espacio despejado para moverse.</p> <p>en el teatro hay esa capacidad de meterse con la gente, de aceptar, hay una tradición de teatro callejero que mas allá de que a uno le guste o no le guste es una tradición interesante y buena parte del teatro callejero es el que se, digamos, buena parte del teatro callejero es el que cuenta, pero no es el teatro loco, en eso no es capaz de responder tampoco, este teatro es capaz de por lo menos plantearse el reto, es capaz de bajarse, y en eso yo si quisiera rescatar también, bajarse de su propuesta de arte por el arte, a su propuesta de arte funcional para comunicar, pero ahí también esta, es capaz de bajarse pero no del todo, ahí está también el tropiezo nuestro con ellos, yo creo que de todas maneras nosotros necesitábamos eventos en la calle fuertes, la idea de tener ese grupo no era del todo una insensatez, pero evidentemente no es fácil que el artista sea comunicador y creo que allí, yo diría que en general eso es como el punto fuerte, la capacidad comunicativa del artista no siempre es grande, ahora desde el punto de vista del artista como artista ese no es un problema, nosotros nos lo planteamos como uso del arte para, y tampoco fuimos tan creativos como debíamos haber sido, de hecho los comunicadores nunca nos habíamos planteado hacer libretos para una obra de teatro y nunca lo hicimos, entonces, en la medida en que lo tienen que hacer ellos hay un esfuerzo de ellos por mantener su pureza de propuesta conceptual artística que yo creo que es lo que genera, es lo que genera mas allá de los problemas cotidianos de falta de oficio, digamos así, falta de profesionalismo en su oficio, mas allá de eso que también ocasionaron problemas serios, yo creo que eso era incapacidad de ponerse en el plan de comunicación, en plan de tener que comunicar a partir de, yo pensaria ahora que con llenaron las calles bogotanas con las estatuas, estatuas humanas que era parte de las propuestas que había ahí en esa abundancia de propuestas artísticas, bueno, ahí están las estatuas humanas, son muy simpáticas, los niños gozan mucho con ellas, ahora lo han organizado mucho mejor, la estatua se mueve cuando uno le echa una monedita a su alcancia y se mueve y cambia de posición y los niños se enloquecen con eso, pero ahí no hay comunicación. Yo creo que fue eso, el problema fue mutuo, fue incapacidad de los artistas de entender que su papel en una sociedad de este tipo va mucho más allá del arte, y yo creo que hay necesidad también de artistas que hagan comunicación, incapacidad nuestra para proponer cosas mas aterrizadas.</p>
Comunicación directa interacción Logros Gómez	<p>Lo que hay que rescatar es esa posibilidad de generar un cierto espectáculo, la espectacularidad se requiere, pero hay que matizarlo. Yo creo que uno también corregiría que nos colgamos un monton de responsabilidades que creo que nos sobrepasaba, juegos, no todo es interacción con el ciudadano, pero si se requiere un nivel de interacción real, porque una se llamaba comunicación directa si es sólo de entrega de piezas, no estamos hablando de comunicación directa, comunicación directa es persona a persona y se necesita entonces, creo que el artista es el único que está en condiciones de manejar esa interacción. De hecho, en medio de todas las cosas que se pueden criticar allí hubo un saber básico de todos estos artistas callejeros que es del cómo es que se interactúa con los ciudadanos, el asunto de no mirar a los ojos al otro, todas esas cositas chiquitas que a uno se le van pasando y perdiendo y olvidando, pero que si uno se pone en el papel de hacer eso encuentra dificultades serias y encontrará tropiezos, yo no creo que habría que seguir pensando en ese tipo de cosas pero, yo creo que ahí es una administración de proyectos distinta, de pronto no es ese grupo, ese hipergrupo, en una contratación monstruosa, yo creo que ahí lo que hubo mas fueron problemas administrativos y por supuesto una sobrevaloración de la capacidad de gestión y la capacidad de administración que tienen ellos de su propio saber.</p>
Cruces escolares Tránsito y transporte Formulación Sarmiento	<p>Primero, no conocíamos el concepto de cebra, es decir, sabíamos que existían cebras en los países, sabíamos que había cebras o que habían líneas que demarcaban hasta dónde llegaba un carro al semáforo por el que teníamos que cruzar, pero irrespetado acá. Entonces se hizo un prueba con diez colegios en el cual se pintaron las cebras, se arreglarón como los cruces, es decir, las calles y las carreras donde iba eso, se pintó eso, y se comenzó a mirar qué hacían los conductores sin decirles nada, simplemente que vieran algo estéticamente bien presentado y esto se dejaba uno o dos días, al segundo día se hizo el primer intento, yo no sé, acordame también un como asalto lúdico con los mimos para visualizar que por ahí pasábamos todas las personas cuando estuviéramos a pie, en el sentido de: todos somos peatones. Eso va se</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>había venido, ya se tenía una conciencia sobre esto pero se quería registrar qué tipo de cosas, entonces mirábamos que cuando estaba la cebra, que cuando estaban los mimos visualizando, o sea, haciendo conciencia con los chistes, con la alusión, con el sentido, un poco relajando al conductor, sobre todo en estas partes céntricas en estos puntos tan críticos, el conductor veía que tenía un sentido, esto se fue marcando semana a semana hasta que llegó un punto donde algunos carros ya no pisaban la cebra, entonces ahí llegaba el otro problema: ¿cómo se escribe cebrá?, ¿para quién es la cebrá?, cebrá con z, cebrá con c, cebrá con s, de dónde surgía ese término, de dónde provenía ese término etimológicamente y por qué lo relacionaba, en el mundo se conoce la cebra y nosotros también la conocemos, es, bueno, este animal que tiene rayas, ¿cierto? Entonces por qué se representa la cebra para el piso, es muy interesante esta cosa con el doble sentido, parece ser que ese es el sentido que ha tenido la colectividad en el mundo, tiene que haber un respeto porque estamos en un mundo de una ciudad de autos</p>
Logros Sarmiento	<p>No se puede negar, creo que en Latinoamérica, por ejemplo lo que puede ser Rock al parque que ha sido un evento tan de importancia única, ahora Salsa al parque, ahora es una importancia para los saiseros, para la salsa como grupo, que viene Van Van que en ocho días, es un grupo de talla, no es cualquier cosa. Si quieres unirte a eso también está Opera al parque, bueno, ese género surgió ahí y siguen ahí, cómo se anima, ya de pronto no está el mimo prácticamente está ahí, pero si están las figuras que representan lo plástico, el rock es una plasticidad. Cuando los jóvenes van a su concierto de rock ya no son mimos, son gente, personas de la escuela plástica, ya ellos mismos se visualizan, ya no necesitamos visualizarlos porque están ahí en presencia. La estética de las personas del rock me fascina, es decir, ya cabello pintado de rojo, de verde, el tipo de zapatos, yo no hablo de mimos, pero si encuentro la referencia y connotación de un grupo específico. Cuando vas también a la salsa y la ópera ni se diga, es decir, allí lo pedagógico y lo lúdico ya ha estado visualizado, pero ya las personas son capaces de representarse como grupo y ahí está, me parece que fue lo que se dejó porque no puede ser sin fin, es decir, todos tratando de hacer eso sino lo que habíamos pensado en algún momento, llegará un momento en que va cada grupo por su especificidad, por lo que quiere se visualiza y se hace un lugar, creo que lo pedagógico tuvo su saldo.</p>
Reglas para convivir Evaluación Camacho	<p>Recogiendo la experiencia de hacer intervenciones en los espacios públicos con saldo pedagógico que de alguna manera eso fue como un paradigma ahí a raíz de lo de las cebras y sus mimos, y que fue como un ejercicio que fue muy exitoso pero que creo que se sobre dimensionó su posibilidad de que fuera replicable indefinidamente, pero en el caso de las reglas para convivir había algo que se llamaban las acciones demostrativas que eran ejercicios de este tipo, pues, hubo varias, no se desarrollaron suficientemente pero eran algunas acciones donde las normas se pusiera en funcionamiento y se hiciera visible en algún espacio público, entonces esas eran las acciones demostrativas que aprovechando los lúdicos, entonces hubo una comparsa, una comparsa de la convivencia, estéticamente no demasiado bella a mi juicio, era un tanto grotesca la comparsa, pero se hizo para trabajar en algunos puntos, por ejemplo en el Campin cuando se propuso un ejercicio de convivencia entre las barras, la comparsa le daba la vuelta al Campin mientras la gente entraba, es como una combinación de cosas allí.</p>
Visibilidad Evaluación Camacho	<p>Mi juicio el problema básicamente con la lúdica en cultura ciudadana es que tenemos unos lúdicos que un poco se la jugaban demasiado por la esfera autónoma del arte "por el arte", entonces era una lúdica donde un poco se negaban a asumir los requerimientos comunicativos que se referían al asunto. Entonces a mí no me interesaba una obra de arte estéticamente bella, sino que me interesaba que fuese estéticamente bella y comunicativamente eficaz y eso implicaba rigor a la hora de montar la cosa y cierta recorte del chispazo y de la expresión, porque no nos interesaba que los lúdicos se expresaran sino que los lúdicos contaran cosas y afectaran cosas, entonces creo que eso indica un perfil de personas que manejan la idea de la lúdica desde ese idea de la comunicación educativa que utiliza un recurso, es decir que tiene que articularse muy bien a diseños comunicativos que utilizan ese tipo de recursos. Es decir, si yo voy a usar el cuentero, el cuentero no puede contar lo que se le da la gana, el cuentero tiene que apegarse a un guión y organizar su carreta en eso, lo mismo el músico, no puede cantar lo que quiera, me tiene que componer música para lo que yo quiero.</p>
MMC Reglas para	<p>No se, si, pero no sistemáticamente, por ejemplo algunos semilleros distritales de convivencia arrancaron con cuenteros, pero en los autónomos no se. En la medida en que no hubo demasiadas acciones demostrativas y la estrategia nunca se diseñó, evidentemente estaban</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
convivir Formulación Camacho	considerados, estaba considerado por ejemplo que si se iba a discutir el tema de la manijada, los cuenteros y los músicos se metieran a los buses y empezaran a dar toa con el cuento de la manijada, eso estaba considerado pero nunca se desarrolló sistemáticamente, pero yo creo, y creo que es uno de los aportes importantes del asunto de cultura ciudadana, haber recuperado para la comunicación educativa ese tipo de experiencias y de estrategias que solas no pueden hacer el milagro siempre, porque resulta que ellas solas nunca lo lograron, lo lograron porque estuvieron y tuvieron cubrimiento masivo, porque los famosos mimos obviamente los vio mucha mas gente por televisión que en vivo y en directo, pero si tu no garantizas el cubrimiento de los masivo.
Evaluación Quintero	Es muy paradójico lo que pasó con la gente de animación sociocultural porque en el operativo fue para nosotros una piedra en el zapato, pero a nivel social es lo que tiene más recordación. Quizá porque era la ruptura de las dinámicas cotidianas del espacio público. Ellos irrumpían en esos escenarios y cambiaban las normas, le daban al espacio un carácter de fiesta, de festividad, de posibilidad de relacionarnos unos con otros. El principal problema creo yo antes de pensar que hubiera sido lo ideal es el afán didactizante, creo que los mismos teatreros se sintieron presionados, ellos debieron haber hecho teatro sin ese afán que nosotros presionábamos: 'hágame una obra en donde la gente después de verla no bote el papel'. No si la gente está viendo una obra de teatro y hay uno de los actores que está entre el público pendiente de que no se bote el papel y realiza la sanción social para que la gente lo haga y lo hace de una manera amable, lo hubiéramos logrado. Pero oiga decirle a los actores diseñeme una intervención para que la gente no bote papel, ellos por supuesto se vieron desbordados sin ánimo de justificarlos porque ni hacían bien lo que sabían hacer ni cumplían con los fines pedagógicos que nosotros de manera bastante fuerte les exigíamos. Considero yo que las intervenciones deseadas, de esos sectores que tu llamas culturales mas desde lo artístico, pues la gente debe hacer arte, punto. Sin tener necesidad de un efecto pedagógico porque para esa gracia hacemos los titeres.
Mimos Evaluación Quintero	Yo insisto en que nos dejamos llevar por un afán didactizante, creo que ahí se nos fueron las luces tanto a nosotros como comunicadores porque considerábamos que ellos deberían responder a nuestra demanda. Como ellos mismos tratando de cumplir con las expectativas que nosotros les trazábamos pues finalmente terminaban haciendo babosadas. Las intervenciones de los mimos que son las que tienen más recordación son las que tienen más recordación fueron más efectivas que todas las otras juntas del equipo de animación sociocultural

A4.3.8. Estrategias de Comunicación

ITEM	AFIRMACIÓN
Logros Pergolis	Hagamos una secuencia, cuando la ciudad satisface un deseo de sus habitantes comienza a tener sentido la vida en la ciudad, es una cuestión de sentido, de definición de sentido y con la satisfacción del deseo se produce un acontecimiento, ese era el acontecimiento que promovía cultura ciudadana. Se produce un acontecimiento que además de tener sentido genera relatos, cada habitante comienza a sentirse que parte de los relatos de la ciudad y a la vez la ciudad entra en sus propios relatos, hagamos el proceso al revés, cultura ciudadana promovió toda esa cantidad de relatos, de cuentos, de historias barriales, la cronica urbana que analizándola incluso muy a la ligera es fácil rescatar los acontecimientos para ver cuáles son los deseos que la comunidad quiere satisfacer, es decir se puede llevar el proceso al revés y cultura ciudadana tuvo en un momento en sus manos todos los elementos que hubieran sido la satisfacción del deseo de la ciudadanía y lo que critico es que no se haya seguido adelante con eso.
Interacción Reglas Sanción Formulación Gómez	Pero en una ciudad como Bogotá, una metrópoli, eso de la vergüenza va desapareció, yo no me vuelvo a encontrar con nadie, creo que yo yo llevo viviendo treinta años en Bogotá y puedo decir que no he cogido dos veces, excepción de los taxis que prestan servicio aquí cerquita donde yo vivo, es muy difícil que yo diga que se ha subido dos veces al mismo taxi, uno puede caminar todo el fin de semana sin encontrarse con nadie conocido aun en el entorno en donde uno vive. Entonces en esas condiciones es estratégico porque, da, yo diría que es estratégica la comunicación entre extraños y generar reglas y reglas y condiciones para esa comunicación porque la mayor cantidad de interacciones que uno tiene en una metrópoli se realizan entre extraños, incluso, en el edificio donde yo vivo, con todas las personas que yo

ITEM	AFIRMACIÓN
Formulación Gómez	<p>me cruzo en el ascensor son extraños, el vecino mio es un extraño, cuando más podemos generar algún tipo de buenos días vecino, buenos días vecino pero punto. Él se baja del ascensor, yo me bajo del ascensor, él abre su puerta, yo abro mi puerta, pero nunca se nos ocurre decir: lo invito a tomar tinto, me invita, puedo, es estratégico por eso porque apunta a generar reglas, condiciones de convivencia útiles.</p> <p>En síntesis la definición no debería ser demasiado compleja, yo diría es un conjunto o una serie, ahora la palabra exacta!, yo diría mas bien que es un conjunto de acciones comunicativas, acciones, productos y eventos comunicativos, dispuestos en un tiempo y en un sitio y con una perspectiva digamos temporal, mejor, una perspectiva temporal y una perspectiva espacial que ayudan a resolver un problema que está planteado desde otra distancia, la comunicación desde el punto de vista estratégico, uno de los elementos más claves es entender que la comunicación sólo aporta unos elementos para resolver los problemas, que no todos los elementos los aporta la comunicación, por mucho que pueda ser un problema específico, la comunicación sólo aporta una parte de la solución. Hay problemas políticos, hay problemas económicos, en fin y la comunicación aporta uno de esos elementos para resolver.</p>
Formulación Gómez	<p>El punto que es importante que la comunicación era el eje más fuerte, evidentemente si es el eje mas fuerte, no se reconoce, nunca se quiso reconocer y la solución por supuesto no la teníamos gerentes comunicadores, los comunicadores no habríamos sido capaces de hacer ingenieros o técnicos adecuados, pero si evidentemente el eje más grueso de cultura ciudadana es la comunicación, o mejor sin comunicación adecuada de cultura ciudadana no habría nada, por mis buenas ideas que haya habido. Ahí la comunicación juega una papel fundamental, ese sería un ejercicio por pensar en serio.</p>
Comunicación pública urbana Formulación Gómez	<p>Yo he estado medio arrepentido de haber tematizado eso tan directamente pero la razón para hacer esa afirmación viene de que la mayor parte de los comunicadores que se han formado en los últimos años en Colombia, o se han formado como periodistas, en este caso entiendo la comunicación sólo como un problema de transmisión de información o se han formado como comunicadores y entonces le tienen pánico y aversión a lo que es sólo información y a lo que es masivo, digamos que la pelea viene desde esa separación de comunicación popular con medios alternativos, micromedios y toda esa comunicación educativa, educación, los medios mirados sólo como un canal para la educación, el caso de las escuelas radiofónicas, todo eso. Y por otro lado los periodistas que entiendo que todos esos problemas solamente de tener noticias, no solamente información sino información noticiosa al aire. Entonces es una falsa dicotomía porque en una estrategia se requiere la combinación de todo, ahí no es, uno podría mirar el modelo que utilizan en salud para hacer comunicación en el CAP, el CAP es el conocimiento, las actitudes y prácticas, nosotros manejamos otro modelo que incluso de otro camino que es poco querido por los comunicadores que hacen el mercado social donde se habla de valores, practicas y actitudes. Pero decir que es una falsa dicotomía apunta a decir que se necesitan todas esas acciones por eso es mejor resumirlo por otro lado: acciones, productos y hechos comunicativos, del tipo que sea. Yo necesito, en algunos casos, necesito llegarle a grupos muy pequeños y en ese caso lo masivo es inútil o costoso, en otros casos necesito llegarle a grupos muy grandes y en ese caso lo interpersonal es absolutamente imposible de hacer y generalmente necesito estar combinando muchos de esos tipos de acciones porque lo otro es que no hay que entender que la comunicación sólo aporta al objetivo inmediato que se trato y ese es el punto clave.</p>
Publicidad Formulación Gómez	<p>Yo creo que hay diferencias pero también hay parentesco, lo más fuerte en lo que se na llamado tradicionalmente campana de cambio social, la comunicación juega mas un papel funcional y por eso más inmediato, en eso más inmediato y en una propuesta o estrategia de comunicación como la que nosotros manejamos había mayor reconocimiento de todo el entorno cultural, de todas las complejidades que había detrás de la comunicación y paradójicamente había menos confianza en lo que la comunicación puede lograr, había más dudas, había más espacio para la incertidumbre, las campanas de cambio están generalmente planteadas en terminos de objetivos, resultados y se pueden evaluar en términos muy inmediatos: cuántas personas cambiaron el comportamiento en cuanto tiempo? Y se mide sobre todo el comportamiento, en este otro si se miden comportamientos pero se espera que detrás de esos comportamientos empiecen a surgir algunas ideas nuevas, algunas percepciones nuevas, digamos que es más sensible a las percepciones, o que uno quisiera que una propuesta estratégica fuera más sensible a las percepciones que a una campana de cambio social.</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
Comunicación pública urbana Formulación Gómez	<p>Pero en términos generales, a lo que uno se enfrenta allí es a un ejercicio como comunicador muy fuerte. Uno tiene un contexto y esto no puede terminar de evaluarlo, uno viene de proyectos comunicativos, digamos pequeños, pequeños comparados con lo que es una ciudad de este tamaño, así sean proyectos como hacer el censo de población, pero en censo de población lo que hay que decirle a la gente es muy poco, lo que hay que invitarle a hacer es muy poco y lo que se juega la gente en colaborar con el censo es muy poco, entonces en últimas es un proyecto chiquito, así sea para 34 millones de personas pero ahí la comunicación masiva publicitaria es bastante eficiente y donde no es muy eficiente no hay que plantearse ni siquiera el problema de comunicación, es en los pueblos de 5000 habitantes donde el encargado del censo conoce a todos los habitantes y los compromete por su cuenta sin que le uno le ayude desde el canal central. Entonces estos autores que están en la referencia allí tenían para mí la utilidad de permitirme aterrizar en propuestas prácticas y sustentar sobre todo el proceso en teorías informativas. Digo que es un elemento práctico por dos razones, uno porque evidentemente el objetivo de las teorías más críticas no está muchas veces, no ha alcanzado todavía a pasar a las propuestas de hacer cosas, permítame entender pero no hay mucho que hacer. De pronto después va en Ciudadanos y consumidores uno empieza a encontrar algunas argumentaciones más ligadas a lo inmediato, pero indudablemente el debate no era si el consumo es bueno o es malo, o si los medios masivos son buenos o son malos, o si los medios masivos son los que mentalizan la comunicación. No, el debate era cómo llevamos comunicación a 7 u 8 millones de habitantes, entonces, en ese sentido la teoría de la mediación de Manuel Martín Serrano, que no es de él tampoco, pero que él también retoma de otros autores y en la cual también se basa Jesús Martín cuando trabaja la mediación, por ahí uno encuentra, a mí lo que me proporcionó Martín Serrano es una visión comprensiva de la producción social de comunicación en términos que me permitían planear acción. Y sobre todo me permitía el intento de cubrir de frente y unificar a los mismos comunicadores que estaban haciendo esto, que vienen de todos los lados y tienen todas las ideas pero que tampoco tenían, como unos no tienen la experiencia de sentarse a esto, entonces dárles una teoría simple porque esas teorías son simples, dárles un referente teórico simple que los pusiera como en una línea y dos, sostener las discusiones del otro lado con los no comunicadores, con los administradores de la ciudad, con el <i>electo administrador</i>, no sea que no entiendan que la comunicación sea más que información, entonces sea también decir aquí hay algo y esto es un sustento teórico.</p>
Formulación Gómez	<p>Por ejemplo alguien que sabe de transporte, un ingeniero que sabe de transportes incluso pueda estar atendiendo la parte técnica de la secretaria de tránsito y transportes de la ciudad, que puede saber mucho de eso cuando se le enfrenta a desarrollar ideas de cómo modificar el transporte, o no tiene sino ideas técnicas, o cuando intenta meterse en lo comunicativo las ideas son tradicionales: hay que educar a la gente, educar en el sentido de hagamos una campaña con lemas que diga sea bueno con la ciudad, el aseo es salud, todos esos lemas que todavía hay pegados, pues en todas las ciudades del mundo están pegados y como alguien caricaturizaba ahí: 'sea buenito'. En últimas seamos buenitos y no hagamos dañitos, pero eso no servía para nada. Entonces ahí es cuando surge la idea empezar a cada proyecto a hacerle su comunicación. Un problema que no logra resolverse nunca de manera adecuada es, creo yo, es cómo hacer una macrocomunicación; cuál era la sombrilla que debía cubrir todo eso, ese es como el punto en que nos desborda, realmente yo creo que nos desborda porque o hacíamos sombrilla o hacíamos comunicación pensada en proyectos y creo que terminamos haciendo más sombrillas, creo que terminamos haciendo con algunos proyectos la sombrilla de los demás, pero eso no estuvo resuelto.</p>
Visibilidad Reglas para convivir Formulación Gómez	<p>Yo no tendría muy claro eso pero tratando de reconstruir, creo que habría unos elementos de espectacularidad, digamos que en alguna medida visibilidad era en alguna medida capacidad de generar un espectáculo, eso puede no sonar muy bien pero es así y eso es importante, capacidad de generar espectáculo no en el sentido de, la palabra espectáculo en el sentido de algo falso y que es sólo el montaje de tingitados, sino capacidad de meter a la gente, capacidad de generar en la gente deseos de interactuar en un espacio específico, que es el problema por ejemplo, de los semilleros de convivencia, un diseño demasiado complejo, incluso con una, es que todavía le pienso mucho a eso, se invitaba a la gente a una discusión racional y nunca ha sido fácil ni hoy, ni en la Grecia de Pericles, clásica, de la república, de hecho por algo allá sólo discutían los ciudadanos y a los esclavos no los dejaban armar allá ni a las mujeres, ni a los niños que debían ser desordenados, entonces sólo estos que no tienen más que hacer que discutir racionalmente, entonces sentar a la gente a discutir nunca</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	será un imaginario de visibilidad.
<p>Públicos Circuitos de comunicación Formulación Gómez</p>	<p>Yo recordaria ahí una discusión de primer equipo del cual no sobrevivimos sino Manuel y yo, del primer equipo donde uno de los personajes que venia muy de esa izquierda y conuaba como en esa idea muy radical ideológica, en alguna discusión de las primeras hizo la pregunta que él esperaba iba a desbaratar la propuesta de cultura ciudadana, y dijo <i>en</i> entonces cultura ciudadana es una propuesta para clase media?, para pequeños burgueses, crco que la respuesta casi unanime de casi todos fue decirle, si, eso sólo anecdótico, pero en ese momento uno pensaba y yo decia, claro cómo va uno a hacerle, no es decente, no es moral, no es ético ir a hacerle una propuesta de respere a la cebra a la gente que vive allá en el sur en el cruce subiendo para la Aurora a las cinco de la tarde, allá hay una esquina que durante el día permanece despejada y a las cinco de la tarde se convierte en un mercado, pero un mercado donde la gente que acude a ese mercado es tal que, porque hasta allí llega el transporte y la gente de ahí para su casa tiene que subir a su casa a pie por lo menos media hora, y la pobreza de la gente es tal que no compran los frijoles por libra, compran por granos, le venden a la gente 15 granos de frijoles, 20 granos de averja porque es la miseria, la miseria además de gente que se gana la vida en el rebusque y al final del día tiene escasamente para comprar un <i>puchito de cosas para el otro día. Eso si decia, y me sé de ese cruce porque lo estudiamos como uno de los sitios de mayor conversión, y uno decia, no seria más allá de práctico o no, más allá de eso que evidentemente no es práctico, no es posible, provoca uno que mucha gente lo linche, pero es que no es decente a una gente que está en esas condiciones ir a decirle, respere la cebra, el espacio público es para todos, en una ciudad que no les brinda ni siquiera la subsistencia mínima, entonces yo diria que lo primero que habria que decir sobre público es que evidentemente si nos dirigiámos particularmente a un público de zonas normales de la ciudad en primer lugar, digámos con todo el ambiente normal, con cruces, con sistemas de calles, con todas estas cosas, y gentes realmente de clase media o pequeño burgueses, según como queramos mirarlo, en general, porque también, igual, los ciudadanos de estrato seis y estrato diez y veinte y treinta, que los hay, tampoco se afectaron de una manera muy seria pero es que son muy poquitos.</i></p>
<p>Circuitos de comunicación Formulación Gómez</p>	<p>Básicamente hemos trabajado ahí con ese contexto, corredores urbanos, que son sitios de alta movilización de gentes, donde uno puede comunicarse con mucha gente de una manera muy sencilla, solamente porque por ahí circula.</p>
<p>Públicos Circuitos de comunicación Caballeros de la Cebra Emergencia de agua Rock al parque 20 de julio Formulación Gómez</p>	<p>Cada proyecto tenia su público, el caso de la cebra, es evidente que el público fundamental era conductores de taxis, de caballeros de la cebra y usuarios del servicio de taxis, pero cómo tipificas tú usuarios del servicio de taxi, si servicio de taxis los usa lo mismo la empleada doméstica que va tarde a cumplirle a su patrón así se gaste en el taxi lo que le van a pagar ese día pero no puede perder el trabajo, la secretaria que igual no le alcanza la plata pero no puede perder el trabajo, o el gran ejecutivo que ese día no pasaron a recogerlo, o va para el aeropuerto y no puede llevar su carro para no pagar parqueadero, entonces en ese caso el contexto específico imponia mucho el público, el contexto del servicio del taxi, por eso buena parte del eje de la comunicación entre los taxis, estuvo en los taxis mismos y eso hacia muy complejo manejar la comunicación, pero en otros espacios, en otros casos si era el público masivo, yo recuerdo en la emergencia del agua distribuímos 1'200.000 cartas, digámos cartas personalizadas, personalizadas en el sentido de que tenían una firma del alcalde hecha en una tinta de color distinto para que tuviera la sensación de que era, no el engaño, pero si genera la sensación de que está dirigida a mí, por lo menos y a todos los demas pero a mí también, aun cuando no pudieran tener 1'200.000 cartas para cada uno de los predios de la ciudad, en ese caso el público era todo el mundo, yo creo que varió mucho pero creo que buena parte del éxito estuvo en que cada proyecto tuvo un <i>grupo restringido de público, eso además explica además la importancia de la comunicación interpersonal, de la comunicación directa a la comunicación no publicitaria así fuera masiva porque es que la publicitaria tiene la característica de llegar muy indiscriminadamente, donde más puede uno particularizar público es en la radio pero aun así casos como el estudio de Rock al parque de cómo se enteró la gente y por qué iban demostraban que la comunicación publicitaria era casi inútil porque habia otra comunicación ni siquiera provocada por nosotros, que era la de oreja a oreja, radio bamba, por grupos de afición, por pequeños núcleos de fanáticos del rock y amantes del rock, de</i></p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	gente que le gusta el rock, de gente que estaba un poquito más lejos pero que tenía ganas de ir a ver que pasaba allá, creo que los públicos los definía mucho el proyecto, ¿cómo?, creo que cada proyecto tenía, el caso de 20 de julio, habría que, podría hacer una diferenciación, como actores directos y actores que tienen intervención específica y que además eran actores del comportamiento específico que se quería manejar y otros públicos, digamos colaterales, que podían apoyar o con un punto de vista muy especializado, o con otros públicos como es el caso de los periodistas, a lo que de todas maneras siempre hubo un gran esfuerzo de capacitación.
Tránsito Formulación Gómez	Allí creo que parte del aprendizaje está en que el diseño de los proyectos tiene que incluir la estrategia de comunicación desde el diseño mismo, en ese sentido es tratar de hacerle un aporte a esa pregunta del principio, de por qué las estrategias de comunicación en vez de campañas de cambio social y es que en el caso de estrategias de comunicación integradas al diseño del proyecto hace que la propuesta técnica del proyecto cambie, hace que no todas las propuestas sean viables sino son comunicables, eso genera un aprendizaje mutuo del comunicador y del experto en el área. El caso que recuerdo fuerte es el de caballeros de la cebra donde el experto en el área, incluso con un modelo que hay en ingeniería de transporte, existe el modelo de las tres e, engineer, enforcement, y education, ingeniería, sobre adaptaciones físicas, enforcement que es fuerza y aplicación de la autoridad y educación, eso la maneja la ingeniería de vías toda la vida, y creo que nosotros, lo puedo decir ahora porque lo descubrí, desarrollamos estos modelos sin conocer esto todavía, después lo conocimos, pero por supuesto la propuesta que nos hicieron es mucho más que eso, ese ingeniero que discutía cómo hacer lo de caballeros de la cebra pensando en esa modelo, entonces proponía quince comportamientos, bueno, un decálogo de comportamientos, nosotros le decíamos desde la comunicación, no, un comportamiento, uno, bueno, tres, en últimas quedaron cuatro, pero de esos son dos o tres los que funcionan, entonces el asunto allí sí tenía una aplicación clara, en otros campos no es tan clara.
Equipo de comunicación Formulación Gómez	Ahí hay una cosa que fue como importante en el perfil que tuvieron casi todos los comunicadores con sus más y sus menos, pero en general lo que todos los comunicadores sí demostraron fue capacidad de meterse en la lógica técnica de cada proyecto, entender el proyecto desde adentro, apropiarse del lenguaje incluso de su área, el que estaba en tránsito terminó sabiendo ingeniería de tránsito y tenía que ser así, el que estaba en imagen de ciudad, estaba en su salsa, él no tenía tanto problema, pero el que estaba en seguridad y convivencia terminó metiéndose al problema técnico ahí y cómo es esto, cuáles son los problemas?, y si no es con eso, ése entonces no coja el proyecto, es comunicadores capaces de meterse en un proyecto, en ese mundo específico de cada proyecto; sin eso no hay sino una receta.
Equipo de comunicación Logros Sarmiento	Lo que yo percibía en el momento era precisamente que un buen número de comunicadores, un buen equipo empezó a dar resultados, yo creo que la imaginación, la capacidad, el trabajo social, el trabajo serio y el trabajo profesional, pues eso asusta, entre comillas, a las personas que están acostumbradas a solamente dirigir un proyecto desde el escritorio y decir que esto me lo arregla una campaña o me lo arregla una agencia, nosotros éramos agencia, éramos campaña, éramos mano de obra, éramos creativos, éramos todo. Teníamos que pelear con uno, con otro, enlazar a otra persona, estar a las cinco de la mañana como el caso mío y tuyo, teníamos que estar ahí plantados, o estar ahí mirando las cosas y estábamos ahí pero si nos toco estar a las tres, cuatro o cinco de la mañana, estábamos ahí, nos toco levantarnos a las cuatro de la mañana. Eran unas circunstancias privilegiadas y yo te lo digo por el grupo de comunicadores y por la selección de comunicadores y por primera vez a nivel institucional en la alcaldía se contratan 12 o 13 comunicadores o diferentes personas con el perfil de comunicación, creo que esto es un éxito en ese sentido, yo no sé si hoy vuelvan a llamar 20 comunicadores en este sentido, y los vuelvan a, no lo sé. Yo digo, es un sentido histórico, es un sentido ideal de quienes estuvimos y perdona que no sea tan modesto en eso, pero estoy contigo, estoy con Gabriel, estoy con Camacho, estoy con Roberto y ya sabes con cuánta gente estuvimos ahí. Eso, no solamente aprendimos sino que nos tocó hacer las cosas de esa manera y estamos a toda hora peleando porque había que pagar 5000 millones de pesos por la propaganda cuando no teníamos para mandar a la comunidad a tales cosas, que podemos hacerlo, que podemos bajar los costos, que podíamos librarnos con otras instituciones, entonces yo creo que también fue una batalla de eso, de tener una comunicación diferente, de encontrarnos en eso, que si ganamos o perdimos no toca decirlo porque no.
Formulación	Llegáramos a la conclusión que si se necesita comunicación y sobre todo cultura y educación dentro de la comunidad, pero no la

ITEM	AFIRMACIÓN
Sarmiento	comunicación sola, no tendría ningún sentido la comunicación sin cultura y la comunicación sin educación.
Seguridad y Convivencia Formulación Camacho	(Reglas para convivir) La comunicación tenía como meta ir delimitando campos secuencialmente para que la gente pensara esos campos, propusiera reglas y luego devolver a la ciudad como los consensos en torno a reglas y así ir construyendo todo el manual de convivencia que incluía muchos temas, relaciones entre vecinos, espacio público, todo el cuento en espacio público con el cuento de la publicidad visual, de las normas de tránsito vehicular, peatonal, una serie de componentes que había ahí, manejo medio ambiental de la ciudad, entonces era un proyecto que exigía muchísima, de hecho poner a la gente a pensar, poner en la agenda pública de la ciudad, diez temas por decir algo, de manera secuencial, exigía campaña masiva, exigía otro tipo de estrategias y de hecho se hizo una estrategia pensando en eso.
Reglas para convivir Formulación Camacho	La estrategia básicamente trataba de resolver estos retos comunicativos que te digo que planteaba el proyecto, estaba pensada una estrategia de medios grandes para arrancar, como para senatar el inicio y hacer la explicación del proyecto, esa estrategia básicamente tenía que tener televisión, radio, prensa. Para ir posicionando los temas en la ciudad se pensó en las famosas <i>Notas para entonar</i> , se pensó aquello de notas para entonar porque se veía al alcalde como el director del coro, que ponía una nota y había todo el resto de la ciudad que se expresaba haciendo el coro en torno de esa nota que proponía un tema, por ejemplo un tema era el manco de escombros que había sido caótico en la ciudad, entonces básicamente la nota para entonar planteaba una situación, planteaba como los problemas relacionados con esa situación y abría la posibilidad a que la gente se propusiera normas, propusiera normas en torno a eso, siendo muy claro que toda norma implicaba compromisos y cambios de comportamiento, entonces uno decía, bueno los escombros deben ir a las escombreras, implicaba que yo aceptaba que de pronto tenía que pagar algo en un recibo para garantizar que mis escombros fuesen a la escombrera y que no lo podía solucionar por los \$2.000 que le doy al zorrero para que los tire en el primer potrero, como ese tipo de cosas, y eso acompañado con algunas metodologías para un trabajo grupal, que eran los semilleros.
Reglas para convivir Evaluación Inversión Camacho	La estrategia nunca despegó globalmente, se hicieron los semilleros, se utilizaron notas para entonar, nunca hubo publicidad en televisión, no hubo radio, ni hubo línea abierta, ni hubo dispensadores, ni, es decir, el ejercicio nunca se pudo desarrollar y creo que se limitó realmente a los semilleros distritales que tuvieron alguna cobertura de medios donde se aplicó toda la metodología, y a una tanda grande de semilleros autónomos que se realizaron con ONGs que eran las que movilizaban en las localidades y se hicieron bastantes semilleros autónomos, yo no tengo las cifras.
Reglas para convivir Evaluación Inversión Camacho	Lo que siento es que sí, es que este proyecto tenía como unas limitaciones técnicas, de hecho la discusión muy mía en la estrategia era proponer algo más simple para lo masivo, e incluso en más de una vez eso debería ser todo el ejercicio a la luz de un decálogo, es decir, proponerle a la gente, que la gente trabajara sobre las diez reglas claves para vivir en la ciudad, dejando de lado un poquito todos los asuntos más técnicos de los diferentes elementos que debería tener el código de policía, que luego se llamó carta de civildad, que de hecho tenía un elemento completamente técnico, que era toda la parte procedimental, que eso no había caso someterlo a discusión si la bulla del vecino va por inspección de policía o por no sé qué, y los procedimientos, eso era un asunto de abogados. Lo importante era generar como el sentido de participación de los ciudadanos en la formulación de las normas porque además había un hecho clave y es que las normas no, no se iban a inventar muchas normas nuevas. Lo importante era que la gente las pensara, las argumentara y en esa medida las acatará. Creo que el mismo proyecto de reglas para convivir tuvo muchísimas vueltas y muchísimas dificultades y el proyecto mismo del cual se derivaba la estrategia de comunicación sufrió muchísimas modificaciones, de hecho, yo entré como en febrero o marzo y tal vez hasta julio fue un ejercicio de replanear constantemente el proyecto, lo que además pues obviamente demoraba la estrategia en la medida en que si no había proyecto tampoco se podía soltar la estrategia. Creo que de pronto ahora que lo menciono, hay como un reconocimiento suficientemente, no un consenso en que ese proyecto era, como estaba diseñado era el que era, y en esa medida no hubo consenso para que los otros componentes del programa le trabajaran, para que investigación le trabajara, para que comunicación le trabajara, para que relaciones le trabajara, eso, ahí hubo un problema que creo que estuvo todo el tiempo ahí sobre la jugada.
Evaluación	Creo que Cultura Ciudadana arrancó como, se plantearon como esos campos de acción y luego cada campo le fueron saliendo patas, y patas

ITEM	AFIRMACIÓN
Camacho	<p>y patas. Y recuerdo bien antes de mi retiro que en algún momento había setecientos de proyectos en cultura ciudadana, todos los cuales requerían posicionamiento ante la ciudad, y entonces eso como en contravía de un principio comunicativo y más de algo que llamaría yo comunicación-educativa masiva y es que tú tienes que, son poquitas ideas, poquitas propuestas masivamente argumentadas pues para funcionar; cuando tú tienes 75 propuestas pues para que la gente haga cosas, pues no puedes lograrlo y en esa medida yo siento que hay una muy grande dispersión con un agravante y es que allí empezaron a acabar cosas, que habían proyectos a cultura que se deberían asumir no, como una directriz, tenemos apenas dos años y vamos a posicionar cuatro cosas, no como la pretensión que ahí se podía hacer de todo y que la ciudad era como una especie de plastilina maleable porque a alguien se le ocurrían unas historias de que se podía hacer muy rápido, una vaina, entonces en eso creo que se perdieron muchas iniciativas interesantes, en algún momento, en las broncas que me daban a mí en el balcón, básicamente decía yo, pues básicamente el criterio es que es lo que funciona no se repite.</p>
20 de julio Formulación Quintero	<p>Para esto se trabajó en coordinación con el DAMA, que fue una relación interinstitucional bien interesante y es que fue un proyecto que exigió una gran coordinación: alcaldía local, policía local, la curia, las organizaciones ambulantes, el Taller del Espacio Público, algunas organizaciones de la parroquia que nos prestaron instalaciones y alguna infraestructura básica. Fue un proyecto de dimensiones grandes que se trabajó con pocos recursos finalmente, porque era sobre todo un proyecto de coordinación interinstitucional y las inversiones fuertes fueron en las piezas comunicativas, pero fue sobre todo en adecuación del espacio físico las canecas, se pintó en el piso el espacio que debía ocupar cada caseta y se invirtió en los módulos, las estructuras modulares para que cada puesto se adecuara a la nueva condición. Entonces pesar en acciones de comunicación que tuvieran impacto positivo en estos comportamientos. Coordinarnos con el DAMA, ellos tenían un grupo que se llamaba los 'Monjes del silencio' y eran unos personajes vestidos de monjes que se paraban con unas carteleras que decían que por favor bajaran el volumen. Fue una acción que se hizo durante cinco domingos seguidos. Entonces diseñamos primero una campaña de expectativa un poco, pues no fue de expectativa, pero era decirle a la gente esto va a cambiar y utilizamos para esto la imagen del Divino Niño. No quería meterme con la imagen del Divino Niño por su carácter religioso porque es una imagen sagrada, muy respetada, pero fue justamente por eso más adelante en discusión con el director, con Gabriel Gómez tomamos la decisión de usar esa imagen porque es la imagen más representativa. Entonces se decidió usar la imagen del Divino Niño porque el Divino Niño hace milagros. Se hizo un pequeño recorte, se usó la imagen tal cual, se le pidió permiso al cura porque es la autoridad que debía dar la autorización para su uso y se convirtió en la imagen de la campana, no hubo que pensar en una imagen diferente, se trataba de utilizar una imagen de alto reconocimiento, creíble, posicionada. Trabajamos entonces un cartel donde se mencionaban los comportamientos que se debían empezar a cumplir a partir de determinada fecha y trabajamos unos calendarios, unas postales muy famosas pequeñas, como la imagen de la Virgen, que son las que usualmente usan los feligreses, que son postales que la gente guarda, que la gente siempre quiere tener porque son un amuleto de protección y en la parte de atrás trabajamos los comportamientos y una pequeña oración, porque la oración es tal vez el componente clave allí. Es decir la gente tiene la postal por la imagen del Divino Niño y por una oración. Entonces se hizo la postal con la imagen del Divino Niño, el comportamiento y la oración en el reverso con el logo de Bogotá Coqueta, de alguna forma fue una intención de hacer una alianza entre las autoridades eclesásticas y civiles, para lograr generar algunas transformaciones. Eso en cuanto piezas, igual adecuamos el espacio con las canecas, colocamos pendones que entre otras cosas los bomberos los subieron pero nunca los bajaron y se los robaron. Pendones ubicados en la entrada de la décima y otros en la entrada de la carrera séptima. Ubicando elementos para que la gente entendiera que estaba entrando en un espacio en donde tenía que comportarse con ciertas reglas de juego. Por otro lado el cura nos echaba la mano en las homilias, entonces era nuestro spot publicitario en cada homilia cosa que nos garantizaba llegarle a 300.000 personas por lo menos cada fin de semana. Trabajamos también algunos avisos de prensa con la imagen del Divino Niño y los trabajamos pensando en quienes son las personas que van a esa Iglesia, personas del sector popular o de clase media, ubicamos como por niveles y los estudios de venta de periódicos, perfiles y los estudios de mercadeo que hace los periódicos y decidimos pautar en El Espacio. Salimos con un anuncio del Divino Niño y se hicieron algunas curas radiales en AM.</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
Espacio público Formulación Quintero	La claridad del proyecto, del objetivo que se quiere cumplir y en este caso que hablamos de comunicación para toda la ciudad, entonces proyectos de interés para toda la ciudad, proyectos de impacto y que tuviera además de la claridad una sustentación que le permita a uno comunicador, una sustentación conceptual o teórica que le permita a uno como comunicador tener elementos de donde agarrarse. Una cosa es que le digan a uno que vamos a regalar una flor a la ciudad, en donde entonces vamos a generar acciones masivas de regalar flores pero con un discurso sobre la ciudad, que además posibilite que la siembra de flores haga que la gente se encuentre, que la gente se apropie de manera colectiva de la ciudad. Pero regalar flores sin nada, pues la gente le parece muy bonito que la Alcaldía regale flores pero eso no es el discurso. El discurso que ellos tenían es que hay que hacer un evento de flores.
Públicos 20 de julio Formulación Logros Quintero	Pero por supuesto esto tiene elementos complejos que de pronto en el momento de la intervención no eran considerados con la suficiente consciencia, no eran tan conscientes, ahora los pienso a la distancia y sí. Teníamos públicos segmentados, las piezas, el cartel iba dirigido sobre todo a los comerciantes organizados, los formales, que ellos lo tuvieran nos garantizaba visibilidad en toda la calle y en las calles aledañas. Teníamos camisetas para los ambulantes pero eso fue una negociación con ellos donde ellos ponían una parte para las camisetas y el Instituto la otra. La idea era que con un uniforme, un distintivo ellos generaban la imagen de identidad y de pertenencia y de apoyo al proceso. Las postales iban dirigidas a todo el mundo. Cada segmento del público era de por sí un segmento problemático, si le hubiéramos llegado solamente a uno no hubiéramos garantizado el éxito de la intervención, teníamos que llegarle a todos. Desde el parroquiano que no tenía ni idea que algo estaba pasando en la calle y que tenía que haber algo distinto, desde los pendones y los mismos miembros del equipo de lúdica, hasta la postal y la tarjeta ciudadana, que viera que algo estaba sucediendo, hasta las autoridades locales que tenían que participar en el proceso de negociación. Esta fue una intervención a distintos niveles pero se trabajó de una manera bastante intuitiva.
20 de julio Formulación Logros Quintero	La apuesta era que si le llegábamos directamente a la gente, los tocábamos en los intereses que los representaban. No podíamos basarnos en una estrategia de medios para cambiar los comportamientos ahí porque teníamos que tocar a los actores de este espacio. Antes de la intervención este era un espacio de comunicación por supuesto, comunicaba el desorden pero comunicaba con elementos de lo sagrado y de lo profano de manera permanente y en ese sentido era un espacio privilegiado. Una de las dificultades era montarnos sobre los significados que ya se movían allí y que estaban posicionados desde muchos años atrás por la tradición, íbamos nosotros a intervenir con elementos nuevos sobre un escenario que ya estaba muy montado y muy organizado a pesar de su caos aparente, pero tenía unas dinámicas que le daban coherencia para la venta de las velas, de los Divinos Niños, de la miseria, para la recolección de los mercados para los pobres que hace el cura. Y llegar allí y montarnos intentando montar elementos nuevos de comunicación era un riesgo grandísimo, pero nosotros en nuestra idea de que todo lo podíamos y por supuesto era un reto, llegamos a montarnos sobre eso sobre la base de que por lo menos la organización de los ambulantes funcionó. La apostábamos a que por lo menos eso funcionara y cambiaron las relaciones de los ambulantes y comerciantes, entre ambulantes e iglesia, entre las organizaciones de ambulantes porque comenzaron a interlocutar. Se generó un proceso más de construcción de tejido social desde lo que sería un proceso de intervención social tradicional, lo que hicimos fue aprovechar el escenario como un lugar de circulación permanente de símbolos, de significados, y nosotros dijimos vamos a ser parte de ese espacio.
Públicos 20 de julio Formulación Quintero	Los que presentan más resistencia en un primer momento son los ambulantes y la resistencia se mueve sobre la base del miedo, de que van a perder el negocio y sobre todo las matas pequeñas que se mueven detrás de los negocios. Entonces a ellos no les interesaba mucho que uno de los acuerdos de pronto que estaban sobre el tapete era cada familia un puesto, a eso no se pudo llegar porque desbaratar esa dinámica económica que se mueve en los linderos entre lo legal y lo ilegal, nadie debería en principio tener más de un puesto pero si tu te mueves en el monopolio de eso, no estás de acuerdo con eso. Ahí se presentaron los principales problemas y por supuesto estos personajes empezaron a circular informaciones de que lo que se quería era sacarlos de ahí, entonces esto generó reuniones en Cultura Ciudadana a donde llegaban los ambulantes gritando porque los queríamos sacar y eran reuniones bastante complicadas porque no entendían que el proceso era de ordenamiento y no de desalojo. Esa fue una de las principales fuentes de resistencia. Los comerciantes organizados estaban

ITEM	AFIRMACIÓN
	interesados en el proyecto. Los ciudadanos comunes no tenían una influencia sobre lo que allí ocurría pero la gente del barrio que de pronto estaba representada en los grupos de la parroquia estaba dispuesta a apostarle a esto y el mismo cura. El cuello de botella fue la negociación con los ambulantes.
Circuitos de Comunicación Sanción Logros Quintero	¡Llevamos bastantes años trabajando en esas campañas y la empresa privada se ha vinculado, la policía retomó luego varios postulados de cultura ciudadana y sacó luego una campaña que se llama 'Convivencia Ciudadana', entonces se dedicó a hacer publicidad sobre eso. Pienso yo que a largo plazo este tipo de campañas pueden funcionar pero son campañas de un costo elevadísimo y con mucha dificultad de medición, mientras que la apuesta nuestra era generemos unas condiciones de comunicación y físicas por medio del espacio público. Se trataba de que la comunicación potenciara los circuitos que existen normalmente en el espacio público urbano, en el espacio físico, demos las condiciones para que nuestro mensaje en el sentido clásico llegue a la gente de una forma que nos comprometa más. No es lo mismo cuando yo lanzo una cuna sobre no bote basura a cuando en determinado espacio debo botar la basura en un lugar específico, la misma gente es la que me da la sanción y eso funciona con comunicación directa, porque la vergüenza que tu sientes cuando te dicen 'oiga no sea cochino, recoja el papel' y te lo dicen de una manera que no es agresiva se genera de inmediato el cambio de comportamiento. Le apuesto a que el asunto no puede ser sólo comunicación directa, se necesitan un conjunto de acciones que consideren la comunicación directa, la modificación de los espacios físicos, la comunicación masiva.
Evaluación Quintero	Yo creo que ese es un problema de planeación. Lo que pasa es que la comunicación es el último invitado de los proyectos, cuando ya todo está listo llaman al comunicador para que haga la campaña y apoye el proceso. Es en el momento de la planeación que se definen esos indicadores. Yo sí creo que hay indicadores, complejos como todo indicador social pero sí es absolutamente necesario, de lo contrario se va a seguir fortaleciendo el imaginario de que la comunicación es una cosa como magia que debe entrar a solucionar los problemas existentes. Al final nunca vamos a saber para qué sirvió la comunicación porque no hay indicadores desde el comienzo. Ahora se pueden hacer mediciones posteriores, recordación de piezas o de campañas, percepción ciudadana y no es lo ideal, lo ideal es que en la planeación la comunicación intervenga como integral de la propuesta y como gestora de la misma, porque la necesidad hace que desde el comienzo se diga yo voy a medir esto así ¿Cuántas personas no pisan la cebra en la calle 19 en hora pico? Si la campaña ha sido de comunicación sabes que fue por eso que cambió pero nosotros acostumbrados a la informalidad, esa cultura institucional de que nos llaman para hacer productos y no pensamos en medición ni en evaluación ni seguimiento. Hacemos el producto, ya está el libro y no sabemos cómo distribuirlo, el video y no sabemos dónde presentarlo. Montamos eventos para distribuir la tarjeta, muchas veces hicimos eso. La tarjeta era una locura porque la tarjeta era el proyecto y no era una herramienta. Sabemos que la comunicación no tiene objetivos per se sino objetivos para.

A4.3.9. Comunicación Masiva

ITEM	AFIRMACIÓN
Canales locales Logros Mockus	Es claro que a la ciudad le ayuda mucho el contar con canales locales, al mismo tiempo cada canal local acoge sus códigos aunque ambos han sido innovadores pero tienden a un cierto congelamiento, son aliados muy importantes a la hora de difundir la problemática ciudadana general. CivTV ha hecho un esfuerzo muy importante por empujar la lectura de la ciudad en dirección propositiva y de reconocimiento de avances creo que hoy en día la representación vía medios de las conductas que están siendo objeto de problematización o de transformación o que están irrumpiendo es clave, o sea la visibilidad es clara, muy importante. Creo que eso puede ser estructurado de manera más o menos abierta y es cuando produce más cuando digamos hay una explosión de sentido que es cuestionada, desarrollada, explotada por diversos sectores un poco menos eficaz pero también tiene su eficacia cuando se trata de una comunicación más dirigida.
Publicidad	Exceso de publicidad masiva hubo siempre digamos y sí es cierto lo novedoso de este cuento fue la capacitación y eso se traslada más en

ITEM	AFIRMACIÓN
Formulación Bromberg	terminos de lo que hay que hacer ahora. que todo el mundo pretende hacer ahora acciones que nosotros va un poco burlándonos llamábamos lúdico-pedagógicas. Eso fue un logro y también corre el riesgo de agotarse, no estoy seguro que uno pueda localizar la <i>comunicación en los dos, no hay un corte en si de la comunicación en los dos lados, no era la por la menos la idea de la contratación de la agencia de publicidad el convertir el asunto en publicidad masiva sino de simplificar el tema administrativo y si había que hacer comunicación directa también podía hacerse, como se hace también en la publicidad comercial, también hay promotoras y promotores y cosas y todo eso existe. Creo que durante los tres años hubo un exceso también de publicidad masiva que yo recortaría en los proyectos que siguen, un bombardeo tremendo en todo caso en todos los procesos.</i>
Canales locales Formulación Bromberg	En ese entonces teníamos mucha urgencia de conseguir el canal de TV para poder trabajar las acciones desde el punto de vista pedagógico, pues el canal apareció también en diciembre y apareció mal, yo no estoy muy seguro si puede uno pensar en convertir el canal en un <i>divulgador de la idea cuando tiene una audiencia tan baja.</i>
Publicidad Formulación Munoz	Yo sigo pensando dos cosas, que la misma dinámica de la ciudad exigió un tipo de comunicación y si hubo recepción pero era nuestro análisis porque yo sostengo que cuando uno está promoviendo un proceso creo que todo el mundo lo puede saber. Yo preguntaba quién estaba viendo las cosas que se publicaban, nunca lo supe y yo no entiendo los rating y no sé cómo se lee. No sé si es que si esa misma tensionalidad de cumplir con el éxito, le da a uno como ese <i>filig</i> de hacerlos bien o equivocarme. Yo no tenía unos elementos que me permitieran saber si esa era la forma indicada. La agencia no fue una idea mia sino una idea de Bromberg. Yo no sabía nada de comunicación y lo que aprendí lo aprendí en el programa y yo no quería meterme porque esa costumbre colombiana de querer saber de todo y dar catedra sobre todo no me gusta, yo soy muy respetuosa de los saberes de la otra gente, entonces habían cosas que técnicamente yo no manejo entonces yo no puedo decir que desde la comunicación habían cosas que yo sé si tuvieron éxito o no.
MMC Formulación Cubillos	Básicamente te cuento desde mi perspectiva porque yo empecé a ser la jefe de prensa de Antanas en el periódico <i>El Tiempo</i> en la sección de educación [...] Cuando él me llamo pues yo si senti como un divorcio completo entre lo que yo estaba haciendo y meterme a una jefatura de prensa que se maneja tradicionalmente. Pero él lo que me dijo: 'mire es que aqui están esos trabajos, lo que quiero es no una jefatura de prensa tradicional, yo lo que quiero es que me cambie e introduzca el cuento de educación también' [...] prácticamente lo que buscábamos nosotros en ese momento era algo que los comunicadores hicieran como un mecanismo ademas de informar, de formar, que era por ejemplo, te doy detalles. Antanas no quiso nunca que se dijera quién lo hizo sino que se hizo y cómo hizo, así?, el quién que es lo tradicional <i>perdía aqui importancia, ¿quién hacía?, ¿qué era el alcalde?, no. Se hizo esto, sirve para esto y vea al fondo a la derecha. Entonces nuestro trabajo reflejado en los comunicados, reflejado en la política tal, donde lo importante no es la inauguración [...] Ni tampoco proteger la imagen del Alcalde sino enfrentar los errores [...] era como la transparencia total del proceso, se cometió un error aqui, pasó esto, entonces es esa la verdad del asunto [...] tal vez en cuanto al formato de las administraciones pasadas la elaboración de discursos y ese tipo de cosas, favorecía mucho que él con su trayectoria de docente, es un orador que perfectamente se puede parar a un auditorio y hablar sin casi haber leído un discurso que ni siquiera había escrito, como ocurría en casos anteriores, yo también prescindi de eso, no tuve que escribirle discursos, entonces a mi me facilitó mucho.</i>
MMC Formulación Cubillos	Pues mira el trabajo con los periodistas ya había sido muy intenso particularmente sobre el problema de la imagen de la ciudad y la forma como la presentaban los medios, con Gabriel también habíamos trabajado muy duro en cambiar las oficinas de prensa del Distrito que eran como agencias de publicidad del funcionario de turno. Con esos proyectos se facilitó el trabajo conjunto que va habíamos emprendido y el hecho de que contamos con expertos en las dos áreas, así que las decisiones de comunicación las tomamos en conjunto. Yo tenía una labor que llamábamos 'Venta de información' que consistía en llamar al periodista que trabajaba sobre el tema que íbamos a comunicar y le vendíamos la información, eso se hizo cada semana para la publicación de artículos largos en los diarios sobre las gestiones de la Alcaldía. Así que esa venta de información estuvo al servicio de esos dos proyectos y permitieron su cobertura.
Imagen de	Hicimos un trabajo sobre el 20 colegio del distrito, distribuido por el territorio de la capital sobre la imagen de la ciudad que tienen los

ITEM	AFIRMACIÓN
Ciudad MMC Pergolis	<p>jovenes y fue notable, el primer rasgo que yo vi clarísimo es que la institucionalización de la imagen produce rechazo en el proceso cultural, incorporar la ciudad al tema escolar, se vuelve como educación sexual o de ecología, de la paz, de trases hechas ¿Viste los dibujos que salen en los periódicos que mandan los niños de colegio? Dibujan el picachú, el picachú quiere la paz, dibujan a batman, batman quiere la paz y entonces satisfacen su gusto por dibujar el personaje que los atrae y a la vez cumplen con el colegio, pero cumplir con el colegio es una formalidad, es la paz, poner cualquier otra cosa da lo mismo y meter la ciudad en ese contexto es dañar la posibilidad, tirarse la posible relación educadora, bueno, tenemos un montón de cosas en la investigación. Otro es el problema con los medios de comunicación y la imagen de paz y la imagen de paz que presentan de la ciudad, la ciudad es peligrosa, sucia, atracan, roban, violan, los buses son horribles, las calles están rotas, bueno, es una imagen decepcionante y es tan gracioso que una periodista de <i>El Tiempo</i> nos pidió una entrevista cuando hubo un encuentro de Ciudades Educadoras, vengan y charlamos y le llevamos la nota, listo, vamos. Y lo primero que le dijimos es los medios de comunicación crean esa distancia con la ciudad porque la muestran agresiva ahora ¿Sabes cómo se llamó la nota en el <i>Tiempo</i>? 'Bachilleres aterrorizados por Bogotá'. Yo me imagino, deben ser los pobres policías bachilleres, pobrecitos, con un bolillo hasta las doce de la noche, ahí metidos en la Caracas. No! éramos nosotros, nuestra investigación, nuestros chicos que trabajamos talleres de relato urbano, hubo de todo, hubo encuentros violentos, encuentros pasionales, de todo, pero sólo miraron las cosas terribles, otro relato era un encuentro sexual alucinante en un parque, ése no le interesó, sólo las tragedias, esa fue la investigación.</p>
Publicidad Formulación Gómez	<p>Ahí hubo también discusiones, de hecho discusiones dentro del equipo de comunicadores, gente que decía yo no puedo hacer comunicación adecuada porque no tengo una agencia de publicidad atrás de mi apoyándome mi creatividad. Yo particularmente nunca estuve muy afanado, creo que de hecho nosotros terminamos montando una agencia de publicidad informal, en el sentido de lo que las agencias pueden aquí darle a uno que es una creatividad muy, muy limitada por el cliente, de hecho uno muchas veces descubría que se sentaba con una agencia de publicidad, le explicaba todo el problema, le planteaba todo, le decía y al otro día la agencia presentaba una formalización, un ordenamiento de todo lo que uno había dicho. Entonces uno decía, yo no voy a terminar pagándole a una agencia para que me pase en computador mis palabras. Entonces armamos un equipo de diseñadores gráficos, se contrataba cuando había necesidad de cosas de video y cosas de sonido, se contrataba gente. Y entonces en ese sentido lo publicitario entendido como cuñas, avisos, televisión, muy poca televisión se hizo en el momento en que nosotros estamos allí no existen canales sólo para la ciudad y los canales son todos nacionales, entonces los costos son particularmente fuertes; pero se hicieron en algunos casos cuñas para televisión. Prensa, no tanto y se maneja la prensa más con el criterio de que a pesar de que llega a muy pocos ciudadanos tienen una fuerte capacidad de formación de opinión en grupos importantes de opinión en la ciudad, sobre todo grupos de poder, de incidir en los grupos de poder, y muchísima radio por su capacidad de segmentación de público. Casos en que yo recuerdo que fue útil esto, creo que el más importante de todos: la emergencia del agua; cuando la ciudad se ve abocada a una falla en el suministro de agua por un accidente geológico y hay que generar en tiempos muy cortos una inmensa movilización de todo el mundo, a decirle a todo el mundo: tiene que estar dispuesto a ahorrar, en ese caso creo que se utilizó y se utilizó de manera fuerte, incluso televisión; poco convencional digamos en términos de creatividad, se trató de ser lo menos formal en términos de creatividad, o sea muy agresivos en la creatividad y fue creo que el caso donde mejor y más evidente fue que no se podía esperar otro tipo de comunicación. ¿Aquí qué había?, había un problema a resolver básicamente informativo, hacerle sentir a la gente el tamaño del riesgo, hacerle sentir a la gente la posibilidad y la necesidad que tenía de ser responsable con su comportamiento y comunicarle a la gente una decisión que fue muy dura para la administración que era los técnicos del acueducto dicen que la única solución sería es el racionamiento, racionamiento desde el acueducto, cerrando allá para que no llegara suministro a muchas partes en un horario determinado y la contrapropuesta de la administración a esos técnicos, diría uno, desde la cultura la contrapropuesta es si el problema es que no debemos gastar tantos metros cúbicos de agua al día, digámosle a la gente que no los gaste, con riesgos pues muy calculados, digamos, habiendo reservas, habiendo opciones, esa es una de las campañas que yo veía que fue más exitosa decir tenemos tantos días para producir el efecto y si no lo logramos hay que aceptar la otra propuesta. Se lanzó la campaña, se hizo, se apoyó mucho, eso</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>si, no tanto al principio pero después se sostuvo mucho en encuestas casi semanales y a veces diarias de opinión para saber como recibía la gente la comunicación, qué creía, que no creía, qué resultados, qué efectos tenía en los comportamientos; ese es un caso claro. En otros casos masivos de pagar publicidad, se hacia publicidad limitada para los septimazos, por ejemplo, pero no era una cosa así muy importante y yo no recuerdo.</p>
<p>Publicidad Reglas para convivir Evaluación Gómez</p>	<p>Otro caso donde creo que no funciono es en el caso de los semilleros de convivencia, los semilleros de convivencia tuvieron un apoyo fuerte de comunicación publicitaria, página completa en el periódico pagada para cada seminario de convivencia con textos, con todo, con muy buen diseño, digamos, desde el punto de vista de textos de comunicación, diseño gráfico bonito, incluso una campana con nombres bonitos, yo no recuerdo ahora esos textos tenían un nombre, Camacho seguramente se acordará de eso mejor, pero yo diría no funcionó, ¿por qué no funcionó?, porque el proyecto en si mismo no tenía la fuerza, el impacto del proyecto desde su diseño técnico no era lo suficientemente grande, entonces un semillero de convivencia se publicaba una página completa del diario que vale, cuatro veces más caro que se puede hacer para reunir en el mejor de los casos 200, 300, digamos 500, creo que 1000 personas no ser reunieron nunca, pero suponemos que se reunieron 1000 personas en un semillero de convivencia, era desproporcionada la inversión en una cosa que nadie mas iba a leer porque, pero el problema venia, este es el tema de mi pelea con Paul, él dice: usted nunca reconoce que desde la comunicación hubo fallas, yo digo, sí hubo fallas, pero las fallas en comunicación tienen que ver con que si la persona que diseño el proyecto de semilleros no tiene una propuesta que realmente sea atractiva no puede comunicar nada, entonces la propuesta del semillero se suponía que eran problemas serios, trascendentales para la ciudad y nunca lograron ser de ese tamaño. De pronto la comunicación pudo haber sido más creativa en ayudar a proponer otros problemas pero realmente en la parte ya de hacer comunicación para lo que había fue un fracaso.</p>
<p>Radio Publicidad Formulación Gómez</p>	<p>En ese caso los criterios si fueron absolutamente tradicionales de agencia de medios, de lo que la agencia de publicidad le indica a uno con el rating, con lo más tradicional del mundo, que yo quiero llegarle a jóvenes de estrato 3, 4, esos jóvenes oven tal emisora, que yo quiero llegarle a amas de casa, las amas de casa oyen tales programas, en ese sentido la publicidad y los rating estuvieron bien, en el caso del la emergencia del agua ilustra una situación donde aprendimos a leer los rating con otros ojos, gracias a lo que las encuestas de opinión nos daban ¿Quiénes ahorran agua en estrato seis? Pues no nos dirijamos a las señoras de clase alta en estrato seis, en la emisora de estrato seis, dirijámonos a las señoras de estrato uno que son empleadas de esas señoras en la emisora de estrato uno, cosas de esas, son las que funcionan. Por ejemplo, en el caso de seleccionar aunque ilustre un poco suigeneris el último año se hizo un programa de televisión, media hora semanal para tratar casos, con producción toda por cuenta nuestra y el horario en que se escogió para ubicar ese programa fue distinto a lo que indicaba todo el mundo, todo el mundo le decía a uno: escoja tripte A, escoja Prime time, y uno no tiene plata ni ganas de prime time porque resulta que la gente que uno quiere que vea el programa lo ve en un horario mucho más barato a las diez y media de la noche. Segmentar público en radio se hizo desde lo más tradicional y lo otro es que, por ejemplo, es que si hay que aprender a leer el rating con algunas preguntas distintas de las que se hace el publicista usual, muy elementales pero que no se la hacen los publicistas, en el caso del programa de televisión que estaba mencionando que se llama DC cuenta, nosotros no queríamos llegarle a todo el mundo en el distrito, no queríamos llegarle con todo lo que uno respetara a las amas de casa, pero no me interesaban las amas de casa y descubrimos mirando un día los rating de sintonía de IBOPE que el rating baja hacia las nueve y media de la noche, baja, el canal 9 y 10, llega a su límite bajo y entre 10 y 11 tiene un repunte pequeño, entonces, por ejemplo, la pregunta a IBOPE que era la gente que mide esos rating es por qué ese repunte, nunca se la había preguntado nadie, esa franja a nadie le interesa, total los espacios de televisión ahí son baratos y la respuesta es ese repunte se debe a un montón de gente joven que estudia y trabaja y entonces salen a las nueve y media, diez de la noche de clases, llegan a su casa, prenden el televisor, se comen un plato de comida mientras descansan, antes de ponerse a estudiar otra vez o acostarse a dormir, listo, a mi me interesa esa gente. Total, muy barato el espacio, no lo regalan, entonces era leer con esos ojos, pero no es mas, ahí no hay nada diferente.</p>
<p>Prensa</p>	<p>Se decidieron, primero que todo quitándose de la cabeza el problema puramente moral, no ético sino moral de que como el Espacio publica</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
Publicidad Formulación Gómez	crónica roja sensacionalista, es un periódico amarillista por excelencia y viejas empleta, entonces que ahí no se puede pautar. Pero se pautó en El Espacio porque uno, es el único periódico de Colombia y uno de los poquisimos del mundo que circula tanto que puede sostenerse sin publicidad, entonces hay un nivel de circulación alta; segundo, tiene un nivel de lecturabilidad, una tasa de lectura altísima, mientras el promedio casi mundial es de 3, 4 personas por periódico, El Espacio tiene mediciones de 10 y hasta 11 lectores por ejemplar y lo leen, lo consumen, digamos de una manera total; no tanto lo leen, lo consumen en el sentido más extenso de la palabra, mucho gremio de conductores y es importantísimo allí, tiene productos específicos para los conductores, tiene un crucigrama de esos gigantes, especial para ese grupo de gente y gente del sector popular, entonces ese es un criterio importante, lo que no hacían ni El Tiempo, ni El Espectador; y se pautó tratando de acomodarse al lenguaje propio, no al mensaje amarillista pero sí a un lenguaje sencillo, yo no recordaría en este momento, ahí son específicos, pero sí se pautó acomodándose al perfil del lector del periódico, que no es usual tampoco.
Publicidad Interacción Tarjeta Logros Gómez	Hubiera sido más difícil sin la tarjeta, se podría haber dicho: cuando usted esté de acuerdo, pero imagínese todo lo que uno tiene que decir, cuantas veces y cuántos avisos para una cosa que es una exhortación. Fíjese que hay un elemento de comunicación complejo, una cosa es una exhortación, cuando usted vea a su vecino hacer algo bueno indíquelo con el dedo hacia arriba, cuando lo vea hacer algo malo indíquelo con el dedo hacia abajo, todas esas instrucciones para algo que yo no hubiera tenido la iniciativa, por mi cuenta de ser el primero en sacar la mano con el dedo, hubiera sido un fracaso, en cambio la tarjeta simplemente invitaba, la gente la sacaba, la gente incluso no la sacaba ni por amarillo, ni por rojo, ni por blanco, simplemente sacaba la tarjeta, a veces en que amenazaban con ella así para sacarsela al otro para decirle todo pero no te decían y eso era importante, si la tarjeta yo creo que sí es importante.
Información Formulación Gómez	Nos ayudó a entender y en ese sentido se intentó trabajar con las oficinas de prensa de las distintas entidades del distrito para entender que hacer frec press no es andar lagarteándole a los medios un favorcito para que nos saquen una columnita de cinco centímetros, sino proponer cosas que realmente sean noticia.
MMC Información Formulación Gómez	Hicimos varias cosas, una fue, entre otras cosas desde el principio proponer cuando lanzamos los juegos ciudadanos, de hecho la primera idea que se lanzó así y desafortunadamente no pegó mucho, hicimos una rueda de prensa que ya fue suigenens; fue una rueda de prensa donde se invitó a los medios diciéndoles empezamos a tal hora y terminamos a tal hora la hora, diciéndole que el funcionario iba a llegar puntual, cosa que aquí no es usual, aquí el funcionario cita la rueda de prensa a las 8, los periodistas llegan a las nueve, porque saben que el funcionario aparece a las 10 u 11, fue además prever horas y se manció, eso se manció muy fuerte, tal vez la jefe de prensa del alcalde no lo perciba muy fuerte porque digamos que era como parte del diseño que ella va encontró, ella llegó como dos o tres meses después de que se arrancó, ya encontró como ese diseño de ruedas de prensa pensadas a la hora que es, se tal manera que los medios puedan cerrar oportunamente, pensadas con el impacto que debían tener, esa primera rueda de prensa que hicimos en el Planetario fue buenisima, a las 9 de la mañana, por decir algo, y a las nueve de la mañana estaba hablando Paul Bromberg solo para un periodista que había, claro, se diseñó de tal manera que lo que estaba diciendo pudiera después recogerse y volverse a armar, pero los periodistas si tuvieron la sensación de que había una nueva administración, sería, que quería tener con ellos una relación de amabilidad y ni de tamboneria, ni de confrontación, simplemente de claridad y diciéndoles, vamos a dar la información que ustedes necesitan, de la manera en que ustedes la necesitan, pero vamos también a pedirles a ustedes que nos colaboren. Eso fue ya novedoso.
Información Reglas para convivir Mimos Logros Gómez	Yo creo que las cosas que en realidad tuvieron impacto las tuvieron porque eran realmente noticia, el caso de seguridad y convivencia efectivamente es un caso muy conflictivo porque siendo un tema vital para la ciudad, muy importante donde incluso creo que se hicieron propuestas muy interesantes, no lograban ser propuestas masivas, si yo tuviera que repensar ese problema hoy, me plantearía proyectos mucho más descentralizados, proyectos mucho más chiquitos, pero también eran proyectos que no llegan a los medios, en ese caso, es que uno dice, esos proyectos no son para manejar a punta de frec press, esos proyectos necesitan inversión en publicidad, esos proyectos necesitan inversión en comunicación masiva por otros canales, de pronto por ahí de pronto logran hacerse. Pero claro, poner un mimo en una csquina era suficiente para que se llenara de prensa, reunir un semillero de convivencia con 500 personas, no. Eso era un poco, parte

ITEM	AFIRMACIÓN
<p>MMC Imagen de ciudad Logros Gómez</p>	<p>de la perversidad que tiene la lógica noticia.</p> <p>Desde la administración creo que se pusieron en la agenda de los medios los proyectos que tenían realmente un impacto grande y los temas que se pusieron eran definitivamente importantes, los que tenían importancia en el sentido de que logramos, se logró realmente cambiar la sensación de desarraigo con la ciudad, la sensación de desapego con la ciudad, los medios empezaron a plantearse como medios de la ciudad, el Espectador estuvo incluso, estaba entrando en una quiebra fuerte, se planteó muchas veces el proyecto de ser el periódico únicamente local de la ciudad, ahora de hecho es un periódico local, entiendo que sólo circula en Bogotá y si circula en otras ciudades, tiene un número absolutamente mínimo y aun así sigue siendo un periódico con primera página nacional en lugar de tener una primera página de Bogotá; eso en prensa. En televisión, yo recuerdo por ejemplo que en televisión en la medida en que nosotros teníamos planteamiento de comunicación hacia la ciudad pensando en imagen, la televisión acudía a nosotros a mostrar esa imagen, los septimazos eran ricos en imágenes, entonces la televisión llegaba. Bogotá Coqueta, el lanzamiento de Bogotá coqueta fue lo suficientemente lúdico, caballeros de la cebra, 500, 1000, no sé cuántos, 5000 taxis parqueados, no, eso es una exageración, un montón de taxis parqueados en la plaza de Bolívar, todos los taxistas comprometiéndole a hacer lo que tenían prometido, (RISAS), pero con una cebra colgada del espejo, por ejemplo, era elementos visuales que ayudan a que los medios hagan comunicación de esas cosas sin que uno tenga que hacer sólo publicidad. Lo sonoro igual, buenos jingles, buena calidad, yo creo que en general, como en el caso de los eventos al parque, yo creo que el caso de los eventos al parque era buena calidad que permitía que los medios pudieran hacer su trabajo bien pensado, incluso en eso que no es propiamente, para mí, la logística que no es propiamente comunicación, entre comillas no es comunicación pero sin ella no hay comunicación posible, un evento que no empieza a la hora en punto y no termina a la hora en punto no es programable por ningún medio, yo hago televisión y a mí me garantizan que el evento empieza a las 7 y 30 y termina a las 8, yo puedo prever una transmisión en directo, pero si nadie me garantiza eso yo no me llevo equipos para allá a que se me vayan a perder, entonces creo que todo eso fue generando una relación, muy invisible y muy poco perceptible, pero que uno sabe que generó una relación de confianza de los medios, confianza en que por ejemplo nosotros no utilizábamos indebidamente el medio para hacernos propaganda politiquera, eso también creo que fue el tono, el tono de la comunicación era sereno, nunca había comunicación para hacerle imagen al alcalde, sólo imagen al alcalde, no. Era comunicación para la ciudad, entonces eso también generaba en los medios una tranquilidad de no ser utilizados, sobre todo en un periodo en el que veníamos fuertemente, del terrorismo de los narco traficantes donde los medios fueron utilizados por todos los contendientes, Estado y no Estado, narcotraficantes, todos eran utilizados para hacerse propaganda, nosotros llegamos con una propuesta en ese sentido muy claramente honesta, abierta y juego limpio, juego abierto, eso creo que ayudó a colocar la ciudad en los medios.</p>
<p>MMC Imagen de Mockus Lev zanahoria Bogotá Coqueta Logros Formulación Gómez</p>	<p>Es una persona que tiene una capacidad de comunicación muy especial, no porque sea el gran orador, no porque sea, siempre esté haciendo payasadas, incluso a veces uno se aterra que en intervenciones que eran manifiestamente pesadas con una lengua y una jerga muy fuerte, eso sobre todo al principio, había algo de expectativa, la confianza en ese periodo de una imagen muy limpia, digamos que eso se rompió muy fuerte con la renuncia extemporánea de él, pero en ese periodo él tenía una imagen de alguien que no tenía intenciones de mas allá de, o segundas intenciones era algo que ayudaba mucho. El problema de construir la agenda creo que hizo parte de dos cosas, uno de muchas incapacidades, desconocimientos y falta de experiencia de nosotros para construirle una agenda a su tamaño y de adelantarnos a eso, falta de experiencia de él, o incluso desespero muy propio de académico por aprovechar un chispazo en un momento para hacer algo, yo con el tiempo fui aprendiendo a valorar las intuiciones de él, pero empieza también uno a descubrir que son intuiciones, a mí me costó mucho trabajo eso, porque si se pudiera planificar, uno prefiere alguien más lineal, alguien más predecible, alguien tan impredecible como que lanza una Navidad Zanahoria sin anunciarte a nadie es muy fuerte, pero después uno aprende que esas intuiciones había que pararle bolas a tiempo y tomarlas, creo que fue el caso de Bogotá coqueta. Bogotá coqueta él la lanza y no sabe qué es tampoco, incluso cuando le pedimos qué es Bogotá coqueta, Bogotá coqueta es una ciudad atractiva y competitiva que son dos temas digamos, generales de todas las ciudades, como de mercadeo de ciudad, las ciudades deben ser atractivas y competitivas, eso era mucho más que comunicación, hacer una</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>ciencia política propone, en la administración de la ciudad, que son muy racionalistas o muy iluministas, piensan que la buena administración genera buena imagen, como si eso fuera el producto de una discusión libre, espontánea, todo esto que dice Habermas de las condiciones de la discusión racional. Entonces en una discusión, los ciudadanos debatimos entre nosotros, evaluamos la administración a partir de la administración decidimos nuestra idea política, eso no es cierto, los ciudadanos no tenemos condición de debatir en condiciones de igualdad con la administración, entonces, una comunicación directa desde la administración, una comunicación honesta, con intenciones claras, pero no se entiende, y yo creo que ahí sí hay un problema de, ese es un problema serio que tendemos a aventárselo a los políticos, pero creo que la culpa es del comunicador, los comunicadores no tenemos todavía capacidad de demostrar con proyectos como el que fue el de cultura ciudadana la importancia de la comunicación.</p>
<p>Publicidad Caballeros de la Cobra Formulación Sarmiento</p>	<p>El proyecto o el programa de caballeros de la cobra no tuvo publicidad en ese sentido, mejor dicho no hubo televisión, no tuvo, si hubo prensa y hubo radio era para informar a los usuarios o para invitar a los usuarios o a los taxistas que se unieran al proyecto, no para decirle a las personas que compraran o dijeran o hicieran, se encargó, fue autoevaluativo, autocontrol... autoevaluador, había una fase interesante ahí que era: yo entiendo y si yo lo entiendo lo hago respetar lo hago entender.</p>
<p>Publicidad Reglas para convivir Formulación Camacho</p>	<p>Había un ejercicio de prensa, la nota para entonar era un documento muy corto, usualmente cada tema tenía un documento que era mucho más grande y había un ejercicio de free-press con la oficina de prensa donde se le enviaba a todo el mundo la nota para entonar, el documento técnico. Ah, bueno, había cuñas de radio también.</p>
<p>Publicidad Intervención Lúdico- pedagógica Reglas para convivir Evaluación Camacho</p>	<p>Este proyecto en particular tenía 1500 millones de pesos para comunicación, entonces se hicieron diversos intentos de contratar una agencia para montar todo lo masivo, sin embargo nunca fue aprobado, eso fueron tres o cuatro veces que se hizo el intento y nunca recibió aprobación porque la agencia que al final funcionó con cultura ciudadana se contrató, esto es del año 96, creo que la agencia entró a funcionar en el 97 porque en ese momento hay una discusión bien grande sobre si era necesaria la agencia, mejor dicho sobre si era necesario lo masivo, cuando te mencione anteriormente el sobredimensionamiento del asunto, recuerdo bien alguna de las entregas del proyecto a Paul Bromberg entonces encargado del Instituto, donde básicamente él planteaba si el ejercicio no se podía hacer con comunicación directa, con los mimos, con los, ah, bueno, también se consideraban muchos de estos ejercicios que fueron recurrentes en la comunicación de cultura ciudadana, los cantantes en los buses, todo eso iba incorporado, pero la única manera de que la ciudad se montara en el cuento era meterle una campaña muy grande, y creo que, incluso era una campaña absorbente desde cultura ciudadana, uno podría, la discusión era: y bueno, cómo combinamos esta campaña con la campaña del medio ambiente, con la campaña de no sé qué, había, cada campo de acción quería hacer sus propias campañas y todo el mundo quería hacerlas masivas y en esa discusión, en eso que yo calificaba como una pugna interna por definir quién era más poderoso y quién era más comunicativo y quién era más exitoso, nunca hubo una decisión de decir, bueno va pa' esa y le vamos a tirar a que, creo que fue la decisión que se fue cogiendo al final, al final de todo el ejercicio, donde se dice que el eje es convivencia y va pa' esa pa' convivencia, se llegó, a mi juicio, bastante tarde a esa decisión.</p>
<p>Inversión Publicidad Evaluación Camacho</p>	<p>Pues creo que para posicionar cualquier tema en esta ciudad se requiere de campañas masivas, estamos hablando de 7 millones de habitantes, estamos hablando de una ciudad en donde cada localidad es una ciudad intermedia y si tu quieres sintonizar a la gente en eso, tienes que hacer campaña masiva, no basta sólo la campaña masiva, pero si tu quieres que en los conjuntos, en los barrios, la gente se reúna a mirar las reglas tú tienes que contarle a todo el mundo que hay eso y luego podría hacer la oferta de decir, listo, ustedes quieren hacerlo tenemos las metodologías, tenemos la gente que los apoya, su propuesta va a ser recogida, va a ser estudiada, fíjese que hablamos de los parques, y fíjese que estuvimos un mes hablando de los parques y esto fue lo que salió de ahí, se le devuelve, cómo te devuelves tu eso a la gente desde lo masivo?, yo creo que sinceramente había una escasa comprensión de para qué servía la comunicación en lo masivo</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>en el nivel directivo, y todo, como a los vicisitos, todo les parecía carísimo, todo les parecía carísimo y yo lo que siento es que estas personas que estaban en el nivel directivo, tal vez exceptuando a Gabriel, ninguna había estado nunca en campañas de comunicación de nivel masivo, entonces veían con mucha desconfianza el ejercicio y seguramente no supimos argumentarlo, aunque siento que tampoco había muchos espacios para hacer un ejercicio de argumentación de la cosa, y a eso se suma, que en los inicios de la alcaldía, con lo que costaban diez mil millones habían logrado un éxito total, un éxito total donde se jugaba la imagen de Antanas como figura pública con un reconocimiento muy grande más la novedad de esta alcaldía, más todos los periodistas funcionando, entonces vos ponías, por decirte, 50 mil millones en la 19 en dos cruces y lograste todo, pues eso fue el común. Y era un comportamiento de una simplicidad total, eso creo que no se podía extrapolar a todo, pero había la confianza de que de pronto sí, sin embargo esto que mucho más denso, mucho más largo y mucho más complicado, creo que no podía funcionar así, y ahí creo que no había mayor cosa que hacer.</p>
<p>MMC Reglas para convivir Formulación Camacho</p>	<p>Específico con periodistas no se hizo semillero, los periodistas fueron invitados y algunos semilleros obviamente resultaban más, con un mayor atractivo; recuerdo el de prostitución que resultaba interesante para los periodistas dentro de una lógica del free-press y es que a los periodistas hay que tenerlos en la calle, en el ambiente donde ocurran cosas interesantes ellos lo cubren solitos. En general, Antanas sentado en la mesa con la presidenta de la asociación de prostitutas de la ciudad y con él de los recicladores y de la gente del cartucho, pues en general los periodistas iban y cubrían, y hubo creo que en general en los semilleros distritales hubo una cobertura decorosa del asunto que pues a medida que se fue pasando el tiempo de la alcaldía fue decreciendo porque hubo un boom muy grande que exigía mucho comunicativamente y que, al cual se le puede atribuir en buena medida los logros de cultura ciudadana en algún momento, pero luego fue decreciendo, en la medida en que ya en el décimo semillero al periodista, iba y pasaba la misma carreta, la misma metodología, algunos de temas no tan atractivos para ellos, entonces ahí quedó el asunto.</p>
<p>MMC Formación de Formadores de Ciudad Formulación Camacho</p>	<p>Había un aspecto que resultaba interesante o atractivo para la prensa, que eran unos conversatorios que se hacían con unos policías en el cuento de formación, entonces por decir algo se llevaba los parches y las pandillas, se iban los pelados allá a hablar de su relación, iban también la gente relacionada con la prostitución, iban algunos expertos de esos que no tienen relación con la policía normalmente a cocharles carreta, entonces se canjeaba que en una posible estrategia para darle visibilidad al proyecto, esos puntos resultaban interesantes porque el proyecto en sus inicios básicamente era como las graduaciones en el Jorge Eliécer Gaitán y tal, pero no pasaba de ahí, entonces era darle un poco de visibilidad, hacerle un cubrimiento en video, desde el asunto para poder darle a los periodistas alguna mirada al interior del curso porque todo sucedía muy adentro. Y la idea era que la gente supiera en que estaban los policías para que pudiera evaluar los cambios positivos porque es que los cambios se referían a que vos te fueran a requisar lo hicieran de una manera correcta, teniendo en cuenta toda la técnica de la requisa, que no vayan a quebrar al policía, pero a la vez todo el respeto a vos como ciudadano, que en ese momento máximo era el sospechoso de algo, no eres un delincuente para que te traten de una manera abrupta, pero para que la gente pudiera percibir que allí había cambios se requería que la gente supiera qué se estaba trabajando, creo que ese era el ejercicio y se buscaba un poco que en las campañas institucionales de la policía se empezara a hablar un poco de ese proceso que realmente no se trabajó mucho, las campañas institucionales de la policía por televisión, canales nacionales, y trabajaban las globalidades, era el momento de como es?, estamos cambiando y hacemos amigos, una carreta así que era el momento de Serrano, que arranco con una referencia muy interesante de la policía, pero el ejercicio propio de Bogotá no se conocía mucho.</p>
<p>Publicidad Reglas para convivir Evaluación Camacho</p>	<p>Quedaban cuatro meses de alcaldía, que querían hacer el ejercicio de difundir masivamente la carta de civildad, y en esos momentos va dirigía el Instituto Norma Constanza, Paul era el alcalde y yo entre a esa reunión y digamos que la, había una versión de la carta de civildad lista, un documento, digamos el documento jurídico, un documento gordo, unas 200 páginas que tenía, se había hecho el ejercicio, una de las características de esa carta de civildad era no sólo poner las reglas sino incluir dentro de la misma carta como los argumentos de una cierta mirada pedagógica de por qué cada grupo de reglas, esa era como la parte A, y la parte B era la de los procedimientos que hasta donde entiendo porque mi saber jurídico es mínimo, lograba como organizar los procedimientos en el código de policía actual que sigue</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>vigente y están muy despelotados, se pisan las mangueras y tal, esta era una propuesta como de darle cierto orden y cierta agilidad a los procedimientos, entonces estaba ese papel que había sido el resultado un poco de los semilleros distritales, de los semilleros autónomos; yo tengo mis dudas sobre qué tanto las propuestas de la gente lograron incidir, yo siento que el juicio de los expertos fue muy importante allí. y en la medida en que las propuestas de la gente no, uno, no fueron demasiadas y dos, al no haberse hecho el ejercicio comunicativo ese, creo que se había perdido casi por entero la posibilidad de decir: nosotros hicimos eso, que era lo que tenía que garantizar la comunicación; puede que la mayoría de las propuestas no sirvieran demasiado, o que la mayoría de las propuestas fueran obvias, como te digo ahí nadie se podía inventar pues una, es un campo en el que no hay mucho que inventar, pero lo importante era que la gente hubiese participado masivamente. Yo no sé. creo que no tengo el dato, tal vez hubo 25.000 tarjetas diligenciadas por las personas, tarjetas de reglas, no sé eso que tanto haya afectado el texto final, había una comisión de expertos que hizo un ejercicio interesante a mi juicio de organizarla [...] había una decisión grande de lanzar eso, había un problema, no había sido aprobada por el Concejo Distrital ni tenía la menor posibilidad de ser aprobada por el Concejo Distrital. En ese momento el alcalde iba de salida, el Concejo había tenido pugnas con el alcalde durante todo el tiempo y no había ambiente para aprobarlo, siempre se jugó hasta última hora con que de pronto por lo del Concejo siempre aplazó la sesión para discutirla y aprobarla, no había la menor voluntad política ya, eso para mí era un inconveniente grandísimo en términos de comunicación porque vamos a lanzar una propuesta, algo que no tenía como el respaldo de que fuera efectivamente la carta de convivencia para la ciudad, sino es una propuesta de la carta de convivencia para la ciudad, en algún momento mi opinión fue, no vale la pena este ejercicio, no vale la pena porque digamos es muy atacable hacer una inversión fuerte en una propuesta que no tiene respaldo, sin embargo el acuerdo de ese grupo en donde va la situación, no sé si esto sean infidencias, pero la situación ahí era realmente de agotamiento, digamos que el proceso de agotamiento de Cultura Ciudadana cuando yo me fui ya era notorio, ahí cuando volví ya era, ya alcanzaba niveles patéticos, la gente ya estaba todo el mundo mamado del asunto, entonces se aprobó eso, yo dije, bueno, ustedes me autorizan, yo hago. Y entonces ahí el ejercicio fue, aprovechar el contrato que en ese momento ya había agencia, entonces uno podía hacer, entonces se ajustó, necesito referencias para la carta de civildad, entonces los de la agencia hacían una propuesta, fue bastante complicado, yo creo que terminé haciendo todos los cortos de televisión, de radio y tal, porque los de la agencia también estaban saturados ya de hacer cosas, entonces ya no daban mucho pie con bola, y se hicieron cunas de televisión, se hizo radio, para la carta de civildad y sobre todo se planteo que la carta de civildad debía ser algo así como el directorio telefónico, en cada hogar una carta, en cada hogar una carta que me parecía muy bonito, si queremos que la gente alguna vez si quiera la consulte, la única manera es que la tenga en la casa, pero ¡todo ese mamotreto!, entonces hicimos una versión light de la carta, entonces ponían un folleto pequeño, donde se recogía la primera parte, se le quitaba todo el tema sancionatorio, se dejaba solamente el tema de las propuestas de las reglas y se hizo una impresión de un millón cuatrocientos.</p>
<p>MMC Reglas para convivir Evaluación Camacho</p>	<p>Bueno, íbamos en la historia de la carta de civildad, eso obviamente generó reacciones, hubo, digamos el Tiempo titulaba: "Se hundió la carta de civildad", ¿cierto?, porque en el debate que se esperaba que de pronto la aprobaran, efectivamente, ni siquiera la discutieron pero entonces nosotros, yo jugaba con va, que creo que era la ventaja y creo que ahí senti que tenía la razón, el Tiempo titulaba: "Hoy se hundió la carta de civildad", yo podía mañana sacar un artículo, un aviso de página entera en el Tiempo donde dice: "se hunde en la carta de civildad en los buzones, en las rendijas de las puertas, en no se qué, cha, cha", porque la estábamos distribuyendo, que era realmente la posibilidad de hacer comunicación sobre la jugada, de un día para otro, impactar, sacar referencia en radio, sacar referencia en televisión, obviamente con, yo juzgaría completamente a destiempo y a partir de un producto débil en la medida en que no había sido aprobada.</p>
<p>Publicidad Televisión Logros Camacho</p>	<p>En este momento hay como mayores recursos comunicativos en la ciudad, definitivamente bajan costos, en esa época pautar en la televisión era prohibitivo y además trataba uno pautando unas vainas que las vieran en la Guajira, ¿cierto?, y pagando para que las vieran en la Guajira para algo que interesaba prioritariamente aquí aunque el hecho de que lo vieran en la Guajira redondeo en que si tu te fijas en los planes de gobierno de los alcaldes que lo hicieron después de Antanas, en muchísimos estaba el tema de cultura ciudadana, es decir</p>

ITEM	AFIRMACIÓN
	tiene impactos nacionales muy importantes, entonces ese es un ejercicio que hay que rescatar. Creo que en lo teórico, por ahí en algún artículo Martín Barbero señala el punto de empezar a trabajar la cultura por qué era de lo culto, por qué era del folcior y el cuento, creo que ahí en esa perspectiva es un asunto de seguir trabajando, hay un espacio ganado grandísimo que la administración Peñalosa desaprovechó por completo con el cuento de Misión Bogotá que ahora continúa, ¿no cierto?, que le bajó por completo el perfil <i>aunque</i> trato de hacer lo mismo, yo tuve por ahí algunos coqueteos con eso, algunos contratos inclusive, pero era hacer lo mismo con un perfil bajitico, bajitico, bajitico. Creo que si se hubiese podido continuar en el plan anterior los logros hubieran sido grandes.
MMC 20 de julio Imagen de Mockus Evaluación Quintero	Fue mas bien pobre el cubrimiento que tuvimos. Yo realmente recuerdo que si fueron los medios un día no fueron más, cuando fue el <i>alcalde</i> porque el alcalde por sus propias características y por ser él mismo un personaje público, atractivo, que vende pues el mismo convoca mas que el mismo proceso. Yo creo que ahí nos faltó perspicacia y hacer un trabajo más sereno con medios. Nos centramos demasiado en lo operativo, fue un trabajo denso, complejo, con muy poco recurso humano para ser ejecutado, yo no tenia un equipo que me ayudara en cuestiones operativas, o sea había gente para hacer cosas pero no había gente en coordinación a mí me tocaba coordinar en lo macro y en lo micro.
Publicidad 20 de julio Evaluación Quintero	Eso no tiene mediciones, sin embargo yo creo que el hecho de que los vendedores ambulantes hubieran visto que <i>todo lo que iba a ocurrir</i> en el 20 de julio tenia una repercusión Distrital eso sirvió como elemento de presión para generar un mayor compromiso por parte de ellos. Siento que de pronto la ciudad no se percató mucho del asunto, pero el proyeco en sí le apostaba a que transformando u ordenando las acciones de las ventas ambulantes y de circulación, podía propiciar que la gente tomando como punto de partida ese proceso, tomara la <i>actitud frente a su comportamiento y cambiara sus actitudes frente a ese espacio que era la calle 27.</i>
Publicidad 20 de julio Formulación Quintero	Sí, digamos al principio el principal argumento de él era que te íbamos a poner más trabajo y que de pronto te íbamos a cambiar su libreto y sobre todo que bien que mal como venia funcionando eso a la iglesia le servia porque la gente no sólo iba a rezarle al Divino Niño sino iba a llevar mercados para los pobres y estaban los pobres allí, los mendigos. La gente iba a lavar sus culpas llevando un mercado y también se comia su buen plato de fritanga y encontraba los cordones para los tems de los niños. Es un espacio súper multifuncional en ese sentido, donde como dije lo sagrado se junta con lo profano permanentemente. Entonces esas <i>dinámicas anteriores le funcionaban al cura y le íbamos a cambiar la película y le íbamos a cambiar algo de lo que él era dueño. El era el dueño de la imagen del Divino Niño. Esa fue una negociación difícil al comienzo, creo yo no tanto porque él se hubiera visto amenazado por el uso de la imagen del Divino Niño sino porque de pronto desconfió un poco del uso que le fuéramos a dar. No nos íbamos a aprovechar de la imagen, realmente de pronto en el fondo es que su moral cristiana pensaba que una imagen sagrada podía ser manoseada, pero el argumento se desbarata fácilmente cuando nosotros le decimos que si nosotros hacemos esto a el le va mejor y además le hicimos ver que mucha gente no viene al 20 de julio por el desorden. Y si garantizamos este orden y te damos la información a la ciudad de que este lugar esta organizada, usted (el cura) puede tener más gente y puede garantizar que en sus misas de 12 no tenga que espantar a los mendigos y no tiene que sacar como Jesús a los mercaderes del atrio de la iglesia y finalmente la ciudad es de todos, usted tiene responsabilidad en esto y estamos todos del mismo lado, somos del mismo equipo, usted no tiene que hacer gran cosa, lo único que usted tiene que hacer gran cosa es decir que si para que usemos la imagen del Divino Niño y contar a los feligreses lo que esta ocurriendo.</i>
Inversión Quintero	Yo creo que es porque las personas que trabajan en comunicación se han encargado de generar un imaginario en el cual la comunicación se limita a piezas o a campañas costosísimas y generan gastos onerosos dentro de las instituciones que la final no tienen forma de medir si esas inversiones dieron resultados o no. Cuando se piensan acciones de comunicación, los encargados dicen vamos a hacer el video, la propaganda, etc. la comunicación no es hacer el producto la comunicación es pensar un proceso en el cual tú utilizas los productos para fines determinados, la comunicación no te va a solucionar los problemas, la comunicación siempre y cuando se tenga claro cuál es el problema que se va a solucionar contribuye a resolverlo. Pero existe el imaginario de que cuando hay problemas se hace una campaña institucional: <i>la Alcaldía cumple</i> y te botan millones de pesos al eslogan y resulta que la Alcaldía no cumple, entonces la comunicación

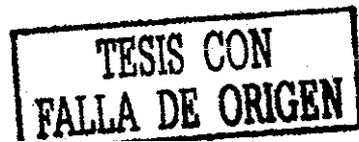
ITEM	AFIRMACIÓN
	sirve para mostrar resultados mínimos porque la gente no es boba.

A4.3.10. Comunicación Directa

ITEM	AFIRMACIÓN
Gratificación Interacción Visibilidad Caballeros de la Cebra Logros Mockus	Programas como Caballeros de la cebra que están muy lejos de la lúdica, aunque tienen elementos plásticos, estéticos incorporados [...] lo estimo mucho porque fue el primer programa basado en la antidenuncia, lo que hoy en día yo llamo el sapo zanahorio uno, el que se atreve a comunicar que otra persona ha hecho bien las cosas [...] para mí la primera reunión de 150 taxistas seleccionados por buenos, por ciudadanos amigos, que fue una cosa muy rápida, esa primera reunión la recuerdo como cambiándome totalmente el imaginario sobre el taxista, demostrándome en la práctica taxistas frente a los cuales uno se siente moralmente pequeño. Esa excelencia moral de ese grupo de taxistas, resolvía de entrada el tema de si es posible o no que el taxista sea un sujeto humano óptimo. Eso me enseñó mucho y ahí había el elemento de cómo en muchas de las acciones, como cierta ingenuidad nuestra de decir: vamos a cambiar los protocolos básicos, el taxista va a saludar siempre cuando se sube, pero aún esas cosas incidieron [...] Entonces es un círculo muy curioso porque es el reconocimiento a la calidad humana de parte de los taxistas, como pieza clave de un proceso educativo reconocido por algunos de ellos como un proceso pedagógico externo, hay estrategias de visibilización del buen comportamiento que están muy cerca, con matices pues, del elemento esencial del arte.
Reglas para convivir Reglas Evaluación Mockus	Cuando usted cada 15 días reúne un grupo de ciudadanos distintos, de expertos y los pone a discutir sobre una norma de convivencia específica, cada 15 días distinta, usted no logra la misma visibilidad ni la misma transparencia porque está de algún modo apuntándole como a muchas cosas con el mismo nivel de importancia. Los Semilleros de convivencia fueron muy atractivos como lo dice usted en su interior, cada uno producía a veces algo muy intenso muy bonito, pero no se acumulaba en parte porque primaba una lógica de preparar un texto final de código de civilidad, pues que además se jugaba aunque fuera un preámbulo o una reflexión mucho más filosófica terminaba jugándose en el puro terreno del derecho. Entonces hacíamos como un proceso de preparación de legislación sin las prácticas propias ni parlamentarismo democrático cosas así y también, sin un puente suficientemente claro entre el cambio cultural y las teorías de cambio cultural y la escritura de reglas. Eran muchas reglas las que estaban en juego, en el fondo cuando al taxista se le decía saludémonos pasajero y taxista, llevemos al pasajero (a) donde pida y cobrémosle lo que marca el taxímetro, pues esas tres o cuatro reglas eran fáciles de comprender, suficientemente deseables. Los semilleros de convivencia eran embriones de vida democrática, tratando reglas difícil, reglas donde hay intereses contrapuestos y a mi juicio aunque estaban bien estructurados, había un ordenamiento del tiempo, etc. No era explícita la lógica democrática o técnica que podría llevar al consenso, es decir los dos ejemplos son muy distintos porque en el caso del taxista lo que se proponía era altamente defendible ante todos y deseable, pues en el tema de que nos cobren lo justo si había un tema de intereses fuerte envuelto, pero ahí además nos apoyamos muy bien en taxistas que cumplían con el comportamiento, es decir se sembraba no partir de los transgresores sino a partir de los que mejor cumplían la norma.
Reglas Sanción moral Formulación Bromberg	No cabe duda también que la novedad del Programa era un trabajo de comunicación directa y una localización de los factores mismos en cada conflicto que nosotros encontrábamos para que ellos se convirtieran en mecanismos importantes de regulación, esa es quizá la otra parte, por ejemplo, ley, moral y cultura teman que ver en regulación cultural y regulación cultural qué quería que decir más allá de la introspección. de mis valores éticos y todo lo que significa que yo tengo que comportarme bien conmigo mismo, sino no duermo o más allá de la presencia de la policía que me sanciona si cometo una falta, el hecho de que haya un ciudadano que me mire, que me censure, o también, que me mire, que me apruebe. Ese era un tema central en el proceso que es nuevo comparado con lo que se hizo en otros lados.
Canales locales Evaluación	No hay canales, entonces el resultado también depende mucho de como yo me pueda comunicar y usted puede comunicarse, yo creo que a pesar de que Hernando Gómez Serrano sacó 5000 votos, no más toda en la ciudad, la inmensa mayoría de ciudadanos saben que él fue

ITEM	AFIRMACIÓN
Bromberg	candidato porque el sistema de comunicación es el de los medios masivos. El sistema de comunicación para las democracias locales no pueden ser el de los medios masivos, entonces cuál es? termina siendo el ir a los supermercados como lugar de contacto que tiene muy poco impacto de comunicación, entonces a pesar de que yo digo que hoy descentralizaría un poco más el programa existe todavía el problema de la apropiación local, desde la perspectiva del conocimiento de los ciudadanos de las pequeñas comunidades para que sepan que el proyecto está en marcha y siempre manejar el colectivo tenga muchos resultados o no, lo más importante para producir el cambio en una sociedad es lograr crear la ilusión de que se está cambiando.
Funcionarios Legitimidad institucional Logros Munoz	Con los funcionarios con relación a que hubo un sentido de pensar a reconocer que su trabajo es válido, que no es un trabajo rutinario de llenar el formulario X sino que tiene un sentido civil, un sentido ciudadano y eso también enriquece la vida del funcionario. Programas como de 'Cada funcionario un alcalde' hizo que ellos valoraran más su trabajo y también humanamente. Yo creo que esto lo vi en el IDCT con gente que al principio los llamaban los vaquanos que eran los que podían detener los procesos, pero después la gente se gratificó mucho con un nuevo trato, un respeto hacia su trabajo. No sólo en el Instituto sino también en otras entidades, el trato en ventanillas cambió y mejoró. Se adecuaron los espacios arquitectónicos para que los ciudadanos se sientan mejor recibidos. En esos procesos hay un relativo éxito, pensando al nivel de la comunicación en el terreno mismo de la relación en las ventanillas de esa relación de los ciudadanos con el Estado, se pudo haber pensado un trabajo más interdisciplinario. Esa comunicación no la puede pensar una sola disciplina.
Comunicación pública urbana Evaluación Munoz	Pero yo creo que un tema importante en comunicación es que cuando uno está adentro cree que todo se sabe afuera porque uno está en los procesos y sabe lo que se hace. Pero una ciudad tan compleja, tan grande, tan sobre comunicada y más en ese momento que había tanta contaminación visual es difícil que los ciudadanos se enteren de los procesos que está emprendiendo el Estado, creo que allí cabe una evaluación de costo beneficio no en términos demasiado economicistas sino de saber informarle a la ciudadanía lo que implica el costo de comunicarse eficientemente. Yo todavía me pregunto que es una comunicación eficiente. Saber a quién finalmente llegó la información. Si la comunicación convoca a los públicos a los eventos o si es al revés que la gente busca lo que le interesa y por eso va porque si es así la labor de fomento está perdida. Entonces me sigo preguntando si el problema del arte como el de la educación es generar marginalidad, así uno no quiera está generando de nuevo marginalidad. Porque en la medida en que la comunicación no puede llegar a esos sectores a los que se quiere acercar a procesos artísticos o pedagógicos, entonces se llega al que está interesado nos busca y el que está interesado no es el que necesita la formación del Estado. Son procesos que la sociedad permanentemente está reproduciendo. Esa es la contradicción que tiene el funcionario que ejecuta y es demostrar éxito en un periodo temporal corto y para mostrar resultados tiene que trabajar con la gente que le va a permitir demostrar ese éxito, de alguna manera así no sea perversa la cosa. Mientras se busquen resultados de largo plazo no va a poder demostrar el producto de su gestión pero si va construyendo sociedad de una manera más sistemática, esa es una tensionalidad que existe en nuestros procesos de gobierno y que la comunicación se puede estar observando. La ejecución es muy rápida. Los instrumentos de evaluación por ejemplo yo no sé si realmente puedan estar demostrando un impacto real.
Publicidad Calle 80 Logros Evaluación Gómez	Bueno, hay un caso que todo el mundo podrá sacarlo como el ejemplo que es el de la calle 80, en el caso de mejorar el tránsito... yo he revisado ese caso mucho, entre otras, porque me generó muchos problemas incluso personales con Paul Bromberg, yo sigo pensando que hicimos una publicidad creativa pero que las otras partes y en ese caso vería uno como una estrategia de comunicación sola, funcionando sola no resuelve un problema; tuvimos unas situaciones que después uno vio que estaban mal planeadas desde otra perspectiva. El IDU que es el responsable del espacio público y de las vías nos dicen no construyan nada, no hagan ninguna adecuación física porque dentro de seis meses se convierte en una vía así, así. Y esos seis meses en realidad fueron cuatro años, cuatro años después apenas están terminando, todavía, cuáles cuatro años, casi seis, siete años después apenas están terminando una vía que uno sí podía haber hecho; entonces eso no funcionó, tránsito no respondió de una manera adecuada, entonces ese es un caso en que la publicidad, se gastó mucha plata, 350 millones de pesos y realmente, bueno, no todos en publicidad, todos en comunicación, pero no todos en publicidad y realmente uno diría, después, con los años, yo no volvería a hacer la publicidad que hicimos, me habría concentrado más en lo que hicimos interpersonal, en los

ITEM	AFIRMACIÓN
Publicidad Comunicación pública urbana Logros Gómez	<p>cuenteros, los buses, me habría concentrado más en el trabajo con grupos de población más específicos, pero creo que es un caso en el que no funcionó bien, más allá de que hubiera habido, que haya razones no necesariamente cargables a la comunicación.</p> <p>Habría varias cosas en ese tipo de comunicación, uno, que en una ciudad que no estaba acostumbrada a una comunicación callejera, bonita y atractiva, eso debía tener un alto impacto, primero que todo. Hubo además algunas cosas que yo no sé si la gente las percibe, lo percibe de una manera no muy consciente pero lo percibe, y es que esas piezas se ponían en unas condiciones perfectamente distintas a las del sector comercial y nosotros teníamos piezas en la calle durante un tiempo limitado y se quitaban, se seleccionaban además muy bien. No fue tampoco la publicidad tradicional, es decir, la ciudad tiene un número de vallas publicitarias, limitados además, se usaron relativamente poco esas vallas, incluso hubo una, Asomédios que es la agrupación donde están asociados, entre otros los valleros, nos ofreció veinte vallas, se usaron pero ellos lo hacen más como una forma de lobby para que uno los autorice después más vallas, en la medida en que eso no funcionó entonces ellos no volvieron a ofrecer, eso no produjo mucho impacto. Pero estas otras piezas diseñadas, pensadas y desarrolladas tenían la característica de ser ubicadas en sitios muy hábilmente escogidos y ser muy baratas, por lo menos yo mencionaría, para el segundo cumpleaños de Bogotá que nosotros tuvimos que celebrar que fue donde además se manejó la imagen de Bogotá Coqueta, el caso de los ringletes que son estas hélices amarillas y rojas con los colores de la ciudad yo recordaría ahí un dato así como preciso, 800 postes en una ciudad que debe tener no sé cuántas esquinas tiene en Bogotá, ese dato está en algún lado, se utilizaron 800 postes y el requisito era un despliegue logístico muy fuerte, se instalan todas en una noche de tal manera que un día aparezca la ciudad engalanada con estos adornos y se quitan todas en una noche de tal manera que al gente sepa que hubo y dejó de haber. Allí el impacto de estas piezas visualmente es muy fuerte, los afiches también de Bogotá Coqueta también tuvieron un despliegue similar, nunca, yo después me vine a enterar por la diseñadora, se contrató una diseñadora llena de premios internacionales en ese tipo de carteles, ¿Marta qué?, es vecina mía, después me enteré que ella que ha vivido de hacer carteles toda su vida, Marta Granados, nosotros hicimos 20.000 afiches que además se imprimieron a 13 tintas que además es una vaina retelea porque el diseño y uno cuando ve la impresión a cuatro tintas se da cuenta que no es lo mismo que a 13 tintas, pero se hicieron 20.000 afiches, ella después me contó en algún momento que era la vez que más cantidad de afiches se habían tirado de una producción de ella; normalmente tiran 2000 afiches, 3000 afiches, 20.000 afiches puestos en toda la ciudad, pero no solamente regalados y distribuidos en todas las esquinas, sino pegados en las vitrinas de los locales comerciales, pegados en sitios estratégicos de la ciudad, generaron una imagen de la ciudad, entonces lo que demuestra eso, ahora todas con una altísima calidad visual en una ciudad en que se ve muchísima publicidad de muy baja calidad visual, eso generaba un impacto muy fuerte y había además de eso como un rescate del uso del espacio público pero de una manera responsable, lo que no estoy seguro que la gente haya percibido del todo. En este momento, por decir algo, la Candelaria, el centro histórico está lleno de pequeñas vallas metálicas puestas provisionalmente para resolver un problema de obra pública que tres años, un año, dos años después no las han quitado, ahí siguen las señales de desvío donde no hay desvío, señales de vía cerrada donde ya no está cerrada porque ya pasó la obra y esas señales siguen ahí, eso genera una imagen en el ciudadano que yo creo que percibe el descuido, y otra muy evidente: aparecían y desaparecían.</p>
Circuitos de comunicación Imagen de ciudad Formulación Logros Gómez	<p>Pues esos circuitos se pensaron, se estudiaron, creo que hubiera podido hacerse algo más sistemático de estudio, nos basamos en el conocimiento que teníamos como ciudadanos de la ciudad, lo recogimos en buena medida y reconocimos además, y en esto si fue lo novedoso, reconocimos ciertos entornos nuevos en la ciudad, casos muy concretos: los centros comerciales. Mientras la mayoría de las vallas están puestas en los techos que simplemente tienen espacio para ponerlas o los carteles están puestos en las paredes, donde como no se ha construido nada allí en una pared, pegan los carteles, nosotros usábamos relativamente poco de eso y más sitios como centros comerciales, alrededores de lugares específicos. entonces en ese sentido yo creo que lo que se hizo fue un reconocimiento de las nuevas realidades de la ciudad y un buen reconocimiento de lo que el ciudadano aprecia en una ciudad como estas, yo creo que los centros comerciales está la gente más fuerte, recuerdo la distribución no solamente para poner este tipo de comunicación visual, distribución de plantas con flores previo al cumpleaños de Bogotá, quince mil plantas regaladas en los centros comerciales en un fin de semana, todas a</p>



ITEM	AFIRMACIÓN
	cambio de que el ciudadano que recibía el obsequio le expresara un piropo a Bogota, todos podíamos haber hecho simplemente el piropo, podíamos haber hecho una campana grandísima y muchos más piropos, microfóno en mano y cámara, echele un piropo a Bogotá, dígame un piropo a Bogotá, pero no, la gente sentía un intercambio con la ciudad que nunca había tenido, yo recibí una planta con una flor que puede valer \$2.000 en el comercio, pero si yo nunca la compro, pero me la dan a cambio de que eche un piropo, empiezo a generar un piropo con ganas, con el sentido de pertenencia social y recibo de la ciudad una cosa bonita que es mi planta con una flor, pero eso eran sitios de gran aglomeración, yo creo que se reconocía eso.
Circuitos de comunicación Formulación Gómez	Igual en la calle 80 hicimos comunicación de ese tipo en los sitios donde se reúnen los conductores de buses, llevarles un trovero a que les anuncie un rato, un poquito el descanso, en los tinteaderos de los taxistas se hizo comunicación, no recuerdo ahora qué otros sitios, pero en sitios generales de aglomeración natural de la gente, aprovechar esos sitios para comunicar ha sido como uno de los aciertos.
Circuitos de comunicación Formulación Gómez	Creo que hubo dos formas de definir esos contextos y esos espacios de trabajo, uno, hubo reuniones inmensas, intensas y largas y complejas reuniones donde se discutía y discutía con cada uno de los campos, se miraban opciones y había lo que es usual en estos casos, un requisito de acciones rápidas con efectos relativamente asegurados, ciertos positivos más o menos asegurados, era un criterio y problemas que pudiéramos realmente resolver, ese fue otro criterio, es decir, donde todas las cosas que había que hacer pudieran realmente manejarse.
Circuitos de comunicación Caballeros de la cebra Formulación Gómez	En comunicación contaba bastante creo, creo que las discusiones eran muy claras, que nosotros desde comunicación planteábamos, no puedo hacerle comunicación efectiva a ese proyecto, ese proyecto no tiene un mensaje claro, ese proyecto no tiene capacidad de impactar, cosas de esas que eran muy intuitivas para uno pero que apoyaban también una decisión y algunas otras cosas eran, digamos, que hubo en algunos casos por lo menos hubo situaciones coyunturales que nos llevaron a manejar eso. Tal vez uno de esos casos es el de los taxis, caballeros de la cebra tiene un origen un poco coyuntural, por supuesto que el taxi no es el problema más serio de la ciudad, sin embargo uno después entendió que había mucho de imagen de la ciudad allí metido, de todas maneras son 60.000 taxis, tenían un impacto fuerte. Pero más allá ese proyecto se genera a partir de una discusión que anualmente era complicada, que era el alza de tarifas de los taxis, siempre ha habido problemas por eso, paros de taxistas, un forcejeo muy espantoso entre administración, taxistas y dueños de empresas, chantajes y en últimas todo el negocio chiquito y poco claro de respaldos políticos a un lado y al otro y todos los negocios. Cuando se inicia esa discusión el alcalde plantea tarifas a cambio de calidad en el servicio y eso transforma por completo la discusión, tarifas a cambio de calidad en el servicio significa, señores cultura ciudadana a qué pueden hacer para ayudar en esto. Eso fue muy coyuntural, eso es un caso por ejemplo en donde no se presentó ese caos que se presentaba en otros, el alcalde no nos lanzó un proyecto, no tuvo miedo nunca, por eso cultura la lancé, lo que llamó fue a decir, ¿qué podemos hacer con los taxistas desde cultura ciudadana?, y se originó la propuesta de Caballeros de la Cebra, que poco a poco uno va perdiendo de vista que estaba originada en él, pero eso marcó un cambio total en la ciudad, hasta ahora cada año, el pasado, antepasado sino estoy mal, son los taxistas los que piden no tener aumento en las tarifas porque dicen, la situación económica está muy mala, el nivel de servicio está muy bajo y tenemos mucha desocupación, no nos vayan a subir tarifas que nos friegan y eso es novedoso, pero porque ya se entabló un diálogo.
Público Gómez	Un público yo diría que no fue muy trabajado pero que en algunos tiempos pudo tener un nivel de importancia muy grande, el público interno, no sé si tenga sentido, pero los mismos funcionarios en muchos casos había que motivarlos a que respondieran para que la oferta comunicativa tuviera a veces realidad, un caso de esos es el de la policía, cuando yo entreno policías, les dicto curso de cultura ciudadana, estoy intentando que el comportamiento del policía responda a la oferta que la ciudad le está haciendo al ciudadano. Cuando yo cojo a los funcionarios del frente administrativo distrital porque atienden en ventanillas, les dicto curso, los capacito, los meto en el cuento, los pongo a diagnosticar, hago, nosotros no fuimos muy participativos, la verdad sea dicha, pero hubo casos donde se imponía la necesidad de una participación, más allá de una intención, más allá de la intención participativa era que había que contar con ellos, si usted no pone a los funcionarios de ventanilla a prestar un buen servicio, qué oferta puede hacer afuera de buen servicio, entonces los públicos se definen

ITEM	AFIRMACIÓN
Transporte Evaluación Gómez	<p>por ahí.</p> <p>Con los buses no funcionó, yo creo que el problema de los buses y eso se sigue viendo ahorita cuando tenemos Transmilenio y todavía no se llega a acuerdos y eso lo explicó también muy bien el estudio de YAICA de los japoneses y es que Bogotá no tiene empresas de transporte, tiene un sistema que alguien justificaba muy bien, no recuerdo quién fue, alguien justificaba muy bien como un sistema típicamente colonial, es decir el rey, el soberano le entrega a uno una carta para que explote el bien público, para que cobre una aduana en un sitio, el Estado le entrega a una persona que dice que es gerente de una empresa de transportes el disfrute de un bien público que son las vías de la ciudad y reparte esas vías entre diez, quince, veinte gerentes, esa empresa lo que tiene es afiliación de vehículos pero no son como tal, más que afiliadoras de esos vehículos y no tienen autoridad gerencial sobre esos vehículos, entonces, el que tiene autoridad gerencial sobre ese vehículo es el dueño de ese vehículo, que puede ser su conductor o el que le paga al asalariado que maneja el vehículo, ni siquiera al asalariado, al arrendatario del vehículo que al igual que los taxis no tiene un sistema laboral, tiene un sistema de arrendamiento, usted me paga tanto al día, usted me paga tanto por pasajero, usted me responde por tanto y mantenimiento. Y la llamada gerencia de la empresa no tiene ninguna capacidad de control de servicio, ese es el problema serio.</p>
Caballeros de la Cebra Evaluación Logros Gómez	<p>En los taxis mejora porque la mitad de los taxis los tiene el dueño, los maneja su propio dueño y la capacidad de control de la empresa sobre el taxi aumenta porque el taxi vive de y cada vez es más importante en una ciudad como Bogotá el servicio de radio teléfono, cuando la empresa tiene el radio teléfono, la capacidad que no tiene el gerente de bus, y es que cuando usted comete una infracción le suspenden el servicio de radio teléfono, usted sin radio teléfono no gana lo suficiente para pagar el arrendamiento, entonces ahí hay un control mucho más grande.</p>
Calle 80 Logros Gómez	<p>Creo que lo poquito que lo pudo hacer interesante se hizo en el corredor de la 80, pero con un trabajo muy grande para un resultado, muy, bueno, no tan pequeño porque el famoso día del ensayo más allá de lo que ocasione eso, por lo menos estuvo toda la buena disposición de los conductores para hacer los experimentos más locos que se nos ocurrieron que fue el metro de lana y esas cosas, pero los conductores le caminaron al asunto, le caminaron, de buena gana, ahí es donde yo no reconozco tantas fallas en la 80, habíamos logrado nuestra responsabilidad que era predisponer a la gente, después se hace y deshace en transportes, otra acción en la 80 que es importantísima que la Secretaría de Tránsito como imposible que era el cambio de los corredores de la 92 y 94, las dos vías que entran a Quirigua, cambio de sentidos diarios allí que era indispensable para organizarlos, que ahora entre otras cosas Transmilenio se beneficia de eso y eso se hizo y nunca nadie, en dos administraciones anteriores se había intentado hacer y había habido asonadas de los comerciantes y ahí se hizo, eso nunca lo cobramos como un éxito de comunicación pero fue un éxito de comunicación, la gente aceptó que se le cambiaran las vías, que se racionalizara el servicio y creo que en el tema de transporte no necesito ahondar mucho.</p>
Caballeros de la Cebra Formulación Sarmiento	<p>Caballeros de la cebra, que pertenecía estrictamente en ese momento a los conductores de taxis, detectábamos uno o dos problemas graves o gruesos, el primero que siempre teníamos roces pasajeros y conductor, o roces porque el conductor tenía una ruta que él no concertaba con el pasajero, o un roce en el sentido de que si se pagaba lo que marcara, o el conductor era el que decía, vale \$2.000, \$3.000, vale \$4.000. Esas fluctuaciones, esos climas, pues uno iba controlando; pero teníamos un indicador de las peleas en ese caso había peleas verbales, es decir se mentaban la madre al entrar o se mentaba la madre al salir, pero había ciertos roces de entrada con ese servicio, el roce peor que teníamos nosotros y que comprobábamos, era tirar la puerta, tirar la puerta para el habitáculo en ese momento, tener un habitáculo, por decirle un nombre genérico con que el conductor tiene su carro, porque vive dieciocho horas, catorce horas o doce horas en él; era como mentarle la madre también. Entonces teníamos ese roce. En principio se concertó para hacer ese proyecto con algunos taxistas porque estaban interesados y la administración va se había acercado no sólo con algunos taxistas, sino con varios empresarios de taxistas. Por ejemplo con los unos, los del aeropuerto, ese tipo de cosas ya se habían concertado. El proyecto estaba mirado solamente para un piloto, para hacer ciertos pilotos, nosotros nos atrevimos a más, hicimos, variamos y cumplamos con una meta de tener en ese momento los 55.000 taxis que habían en Bogotá.</p>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
Identidad Caballeros de la Cebra Formulación Sarmiento	Una vez comprobado que ese nivel mínimo de agresividad se veía cumplido [...] los taxistas se podían meter a cursos especializados sobre relaciones humanas, mecánica, administración y la empresa privada estaba ofreciendo esos cursos. Después de eso también celebramos muchísimo, hicimos la gran fiesta de conductores y nos atrevimos a hacer como un <i>Record Guinness</i> , que en su momento nos animamos mucho, pero creo que, aunque no quisimos hacerlo, creo que es la carrera de observación más grande en carros que se ha hecho en Latinoamérica, se inscribieron más de 4.000 taxistas, participaron dos mil y pico de taxistas y todo un día de fiesta con los taxistas, no hubo ningún accidente. En ese momento la administración prohibía el trago como lo está prohibiendo en este momento en el sentido de la hora zanañoria, fue difícil controlar eso pero no hubo ningún ebrio. Comenzamos a las siete de la mañana y terminamos a las diez de la noche sin ninguna novedad y fue como un cierre importante de los talleres de la cebra, en el sentido de que quedó el imaginario de que los taxistas eran caballeros.
Públicos Caballeros de la Cebra Formulación Sarmiento	Plantea la metáfora, en el sentido de grado de comunicación, que quien hace comunicación, no tiene una población X, no la conoce, conoce los perfiles. Conocíamos el perfil de los taxistas, conocíamos el perfil de los usuarios, había una tensión, Bogotá siempre ha habido por el sentido de tráfico, por la lucha del centavo, porque estábamos pensando siempre que si me subía a un taxi, el taxi o me robaba o yo le robaba al taxista. Ya había algo que compartíamos y era como esa aspereza, pero éramos extraños desde esa manera.
Cruces escolares Formulación Sarmiento	Comenzamos en diez colegios que esto hace parte de un proyecto en el cual estoy yo muy animado, como todos los que estamos hablando, a pasar a 565 centros educativos, porque uno eran las, como los conceptos, el jaloneo, era, "no sólo en diez, hagámoslo para Bogotá completo, demonostia, pero, entonces había dos cosas ahí importantes, primero, que en Bogotá en ese momento se presentaba el trabajo social, o sea la alfabetización en tres proyectos: uno, en supervivir o persuadir hacia una alfabetización que eran terminar los años en la zona rural y urbana en el sentido de crecimiento, de pesos y medidas con los niños de menores recursos, otro era el prestar servicio en lo ecológico y el tercero el tránsito, aprovechábamos este aprovechamos a todas las personas que va están en tránsito y consultemos a los centros educativos, quienes están en los centros educativos tienen que salir o entrar y llegamos también a eso, una cosa que en su momento no se veía tan avanzada como ahora, y es, los padres de familia que vienen a traer a sus hijos hacían de patrulleros, llegamos hasta que los padres mismos tenían que ponerse el chaleco, ponerse la pala y decir parar sin problemas.
Cruces escolares Formulación Sarmiento	Una de las características era que los colegios estuvieran por su carrera o su calle, una vía de alta afluencia en vehículos y eso era que tenía más de 300, 400 carros pasando en la hora pico de 6 a 7 y de 7 a 8, una población flotante caminando de más de 300 personas o más de 200 personas, entonces había colegios en que si como en muchos colegios en que su bus entra y tiene un sitio amplio al interior del colegio, había otros que no. Otra circunstancia era pasar las calles, hay muchas calles acá en que las calles o las carreras en el cual hay un paso largo en el cual no habían puentes peatonales pero si se podía poner cebra, pero esa fue como una escogencia primordial y otra que posteriormente, después de haberle hecho selección se amarraron a que los colegios participaran con 11 v 12, con el grado 11 v décimo segundo curso, con la participación con patrulleros escolares, entonces esas fueron las dos escogencias.
Cruces escolares Inversión Sarmiento	Fue un proyecto relativamente barato para las circunstancias de Bogotá, yo me acuerdo haber firmado un contrato por 1500 millones para solamente los uniformes, o 500 millones de pesos, no me acuerdo, que sigue siendo muy barato para un proyecto social para toda esa población de 8 millones y con la secretaria de tránsito y transporte se hizo dotación correspondiente al reparacho y pintura de los cruces escolares, ahí sí hay más plata, 3000 o 4000 millones de pesos, eso no me correspondía a mí, yo no era técnico en ese sentido, le correspondía a los técnicos precisamente, no le doy testimonio.
Reglas para convivir Formulación Camacho	Entonces respecto a esos espacios la estrategia de comunicación en que trabajo, trabajo en todo el ejercicio de señalización de los espacios, eso implicaba una serie de precitas vanas, incluía por ejemplo un pequeño video de entrada para ubicar el tema, toda la metodología de trabajo que se hizo con, había una ONG que va no me acuerdo, que fue un poco problemático, pero con ellos se desarrolló el manual, entonces que el manual estuviese bien impreso, que generara, que básicamente la comunicación ahí era cómo lograr que en un ejercicio de

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>dos horas, dos o tres horas la gente se centraba en un tema, lo discutiera grupalmente y luego hiciera el ejercicio de formular reglas porque el ejercicio no era opinión, sino eran percepciones y no es formular unas reglas, que tienen unos ciertos pasos técnicamente, ubicar la situación, proponer el comportamiento deseado, proponer la sanción frente a los comportamientos indeseados, entonces era una lógica que la gente tenía que aprender a manejar para que realmente el ejercicio funcionara. ¿Qué más había en esa estrategia?, bueno eso eran los sembreros que suponía un ejercicio grupal que no todos los ciudadanos estaban dispuestos, ni interesados en hacer, entonces había también que desarrollar algunos mecanismos para que las personas de manera individual logaran hacer el cuento, había una experiencia en las jornadas de vacunación de uso de línea telefónica, eso fue un gallo montar un servicio para que la que telefónicamente la gente pudiera participar porque, te digo, la técnica de la norma implicaba hacer un desarrollo donde el cuento era que el alcalde contestaba, proponía una cosa, pero había que dejar espacios y había que responder cuatro preguntas y el aparato tenía que soltarle una pregunta, dejar espacio para que la persona respondiera, soltarle la otra pregunta, eso se desarrolló con la IBM, y nunca se aplicó claro, pero se hizo el desarrollo y se hizo el ejercicio de línea 5 con la E.T.B. que también fue otro gallo, nos dieron una línea y una serie que no habían instalado, etc., fue como muy interesante porque nunca se hizo, y lo otro era que en un formato para colocar en dispensadores en sitios de confluencia de público que se tuviera el sellito de adpostal, que se pudiera echar en cualquier buzón, o que se pudiese enviar por fax a un sistema de fax de esos grandes con P.B.X. que tuvieran muchas líneas, que pudieran entrar muchos fax, en ese momento el correo electrónico creo que apenas estaba despegando, entonces no se considero.</p>
<p>MMC Espacio público Formulación Quintero</p>	<p>Se hizo un evento pero no se sabía muy bien qué hacer, sólo se sabía que tenía que congregarse a mucha gente al tema de flores, coordinarnos con la gente de animación sociocultural y con el personaje conflictivo que estaba allí, Felipe García, coordinación que fue imposible. Queríamos que el equipo de lúdica involucrara a la gente, este se inventa una escena donde hay estatuas vivientes, arte basura, otros personajes, zanqueros, músicos. Se llevaron a colegios que era nuestro público cautivo, era una inversión muy fuerte la que se hacía, un evento loco que la gerencia había decidido que se hiciera y ya había adelantado contrataciones para eso, era un evento que no se podía echar atrás. Lo que se buscó fue hacer que el evento saliera lo mejor posible y conté con tu apoyo para desarrollarlo porque yo estaba muy perdido y no sabía que de comunicación incorporar para un evento que realmente no podía convocar mucha gente. Era una siembra masiva en el Parque Nacional, la idea de los arquitectos al comienzo es que lo hicieramos en la ronda del Río Bogotá, donde el Río Juan Amarillo desemboca, pero el tema es que allá no íbamos a tener ninguna visibilidad. Salvo que lleguen los colegios de la zona no vamos a hacer nada ¿Qué impacto va a tener eso? Medios que toman a niños sembrando sin una mayor propuesta. Finalmente se hizo en el Parque Nacional, en un lugar donde no habían problemas de detorestación, haciendo un evento sobre todo simbólico en donde movilizáramos a la opinión sobre la importancia de embellecer la ciudad y con un pequeño componente ambiental, todo el mundo sembró su árbol, a la gente que pasaba se le regaló su flor. Finalmente el día los eventos artísticos sobre el tema ambiental no se lograron, así que tomamos los grupos que estaban a la mano, hasta brasileras que no tenían nada que ver, un grupo con el asunto.</p>
<p>20 de julio Formulación Quintero</p>	<p>Cada domingo de ese mes iniciábamos intervención mas o menos a las 10 de la mañana, aparecía la gente de lúdica, con la fanfarria, cosa que después vino a dificultar las mismas intervenciones porque el volumen de personas que estaba transitando por el corredor era tan grande que encontrarse con estos lúdicos resultaba un elemento mas de distracción y de obstaculización. Mientras los Monjes del Silencio venían por acá diciéndote a todo el mundo que se callara, los otros con trompetas, redoblantes, etc. era bastante complejo coordinarse con ellos, finalmente no era posible. Toda la intervención tenía que terminar con un pacto de convivencia, un pacto en donde los vendedores se comprometían a cumplir con los cinco comportamientos, un representante de la ciudadanía también y el Alcalde Mayor y el cura, ponían su firma. Esto fue una pieza que se sacó a manera de cartel pero finalmente se convirtió en dos que firmaron por el Alcalde, el cura, el representante de los vendedores y el representante de la comunidad. Esto se hace por supuesto en medio de una ceremonia litúrgica. Es una cosa bastante sui-generis, pero por un lado eso nos garantizaba que tuviera la legitimidad divina y la legitimidad humana porque era el mismísimo alcalde el que estaba firmando eso y era el mismísimo representante de Dios el que también estaba firmando eso también y eso</p>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ITEM	AFIRMACIÓN
20 de julio Tarjeta Evaluación Quintero	amarraba a los ambulantes también, o sea creo que la estrategia estaba bien pensada y que comenzó a funcionar muy bien. Entonces qué hacíamos en la práctica en la intervención por un lado venían los mimos y los zanqueros, de otro venían los monjes. Al otro lado teníamos cubriendo todas las entradas policías repartiendo las tarjetas ciudadanas, yo no estaba muy de acuerdo con se repartieran las tarjetas ciudadanas porque perdía peso la pieza central que era la postal del Divino Niño, sin embargo teníamos orden del Alcalde y de la Alcaldía que había que repartir eso, o sea que no podíamos tener al Alcalde Antanas allá sino se habían repartido 100.000 tarjetas, en total se entregaron 400.000, cien mil en cada intervención, eso fue una cosa loca. Estos pobres muchachos no sabían como entregar el material, a mí me tocó sacar plata de mi bolsillo para que compraran bolsas. A mí me colocan los agentes de policía el día de la intervención, no antes entonces teníamos un centro de acopio donde teníamos una persona del equipo que me ayudaba a repartir tarjetas. Habían unos policías que eran de enlace, esos eran los de distribución, habían otros en puntos, pero eso era un desorden, los policías por supuesto ante la autoridad civil que yo representaba y como la orden era del Comandante obedecían, pero estaban absolutamente cansados, me decían que la gente no les recibía, que la botaban al piso. Hubo momentos de confusión bastante fuertes, momentos de tensión. Sin embargo si uno fuera a medir como indicador de éxito las piezas repartidas, repartimos la totalidad de las piezas. De las postales 50 mil cada fin de semana y la tarjeta ya te dije y la intervención. Los vendedores organizaron comités a partir de la intervención, empezaron a cualificar algunos comites que ellos tenían de vigilancia y los mismos ambulantes se encargaban de llamar la atención a su manera, a madrazo a palazo, como tuera a los ambulantes que no cumplían la norma. Sabían que se estaban jugando, sabían que si eso no funcionaba, ahí sí había desalojo. Y por supuesto sobre esa base ellos decidieron negociar. Crearon comités de aseo, tenían uno pero sólo participaban dos personas que barrían con una escoba vieja y arrumaban todo en una esquina, entonces se organizaron y buscaron el apoyo de Ciudad Limpia o una de esas empresas de basura y les dieron canecas para que cada puesto tuviera un lugar donde depositar la basura. Qué pasó después no se sabe, la gente aplaudió, el Alcalde se fue, yo descansé y no volvimos a saber de que pasó después.
Visibilidad Formulación Quintero	Teníamos proyectos que en general tenían que ver con comunicación como coordinaciones con el IDRD que era como aprovechar un evento deportivo donde veían unos parapentistas muy famosos, como aprovechar ese escenario para acondicionar la tarjeta ciudadana y para posicionar la idea de Bogotá Coqueta. Ese fue un evento que fue relativamente desastroso por la gente de fúdicia. Realmente el dolor de cabeza fue la coordinación, no mejor la des - coordinación con ellos, nunca fue posible hacer nada con ellos y la gente casi la causa una sanción internacional al país en un partido de fútbol.
Tarjeta Reglas 20 de julio Logros Quintero	Yo creo que las piezas arrojaron resultados positivos. La gente quería tener su pieza, su cartel, su postal del Divino Niño. Y esa era nuestra apuesta, nuestra apuesta era por lo menos con respecto a la postal del Divino Niño que la gente la guardara. Qué garantizaba que la gente no la botara? Que tuviera la imagen del Divino Niño, la gente no bota algo que es sagrado y ¿Qué garantizaba que la gente cumpliera con los comportamientos descados, que al voltear la postal junto a la oración iban a encontrar sus compromisos. Estaban planteados en términos de compromisos. En la calle 27 boro la basura en la caneca, camino por el anden, los vendedores cumplen con las normas de su espacio y le bajamos el volumen al asunto. Esos eran los comportamientos. Por supuesto la gente guardó las postales y los comerciantes formales estaban muy interesados en que se organizaran las ventas ambulantes porque le estaban quitando su espacio, porque la gente que tenía su parqueadero no lo podían usar ese día, porque les quitaban ventas, les quitaban clientes. Entonces ese sector muy interesado no sólo por la misma intervención sino por tener la pieza, esa pieza garantizaba y mostraba que ellos estaban comprometidos con ese proceso.

A4.3.11. Generación de Espacios de Socialidad

ITEM	AFIRMACIÓN
Al parque Identidad	Pues hay una evaluación muy positiva de Rock al parque y de otros eventos masivos. Ese es un tema que curiosamente tiene antecedentes, yo recuerdo haber discutido con la agregada cultural de la Embajada de Francia y con Gloria Triana quien había estado en el IDCT en la

ITEM	AFIRMACIÓN
Logros Mockus	administración anterior y la discusión era entre dos teorías conviene promover la cultura en los jóvenes aunque sea una cultura distinta y no muy proestablecimiento, que introduce notas disonantes y la gente puede asociarla con la droga, etc. La discusión era si impulsar eso y tratar de encausarlo en direcciones mas compatibles con los valores de la sociedad adulta o si conviene represarlo. Lo interesante es que se había hecho una exploración en el tema de la ciudad, se había abierto al tema y luego se había enconchado, había retrocedido y con nuestra llegada y la idea de una recontextualización de los conciertos en el tema de cambio cultural y sobre todo de fortalecimiento de la capacidad de expresarse e interpretar y la relación entre convivencia y capacidad de expresarse e interpretar, se dio un contexto favorable de abrir un espacio para hacer conciertos de música popular de los jóvenes, yo quisiera resaltar lo bonito que fue el proceso simultáneo de divulgación y de cierto grado de aumento de la tolerancia social hacia el rap. La tolerancia entre los distintos actores en los conciertos de rock y rap. Ese tal vez fue un caso extremo en retrospectiva se puede decir que se corrió el riesgo de diluir identidades por querer como mostrar a la fuerza que identidades distintas pueden estar en el mismo espacio al mismo tiempo. Pues eso que sirvió para pensar y trabajar el tema de las barras, pues hay identidades y pertenencias super por debajo de la ciudad que cumplen una función importante.
Al parque Reglas Logros Munoz	El otro ejemplo que yo veo es el de una juventud que fue a los eventos muy tranquilamente y eso es un logro de este gobierno, aun en una concepción muy implícita, no desarrollada que por ejemplo los eventos de rock y rap que son los que posibilitan que los muchas se expresen y generen... ir a los eventos sin matarse, para Bromberg, no sé si para Mockus, pero para Bromberg eso fue sorprendente
Al parque Logros Pergolis	Lo otro fue que no trabajó sobre la ciudad en si, sino sobre las relaciones con los espacios de la ciudad, nunca se habló del parque, pero se habló del rock al parque, se habló de poesía al parque, de un monton de acontecimientos al parque.
Imagen de ciudad Formulación Gómez	Yo diría que administrativamente están separados de cultura ciudadana pero tienen eso que decía antes, tienen el espíritu de cultura ciudadana, yo los veo como fundamentales en la formación de una imagen de ciudad, yo estoy muy seguro de que sin Rock al parque muchos de los avances de imagen de ciudad no habrían sido posibles, eso es definitivo. Y por qué digo que conceptualmente pueden ubicarse aun cuando no son, no tienen nada que ver, es decir, nosotros no podemos reclamar aciertos, en términos administrativos no podemos reclamar aciertos, pero en términos conceptuales si. La subdirección de cultura, la subdirección de fomento, en su momento, cuando diseñan estos eventos si cuentan con toda la discusión por parte equipo de cultura ciudadana, del equipo original, la primera discusión, al principio de ésta, hacia parte de las discusiones más grandes del Instituto, y qué rescato yo de estos eventos como cultura ciudadana?, uno: el concepto urbano de los eventos, urbano en el sentido de que son eventos que se planean adecuados al tamaño de la ciudad, por eso es muy claro que mientras Rock al parque tuvo un escenario donde caben 120.000 o yo que sé, 100.000 personas, Jazz al parque tiene escenario donde caben 10.000 o 15.000; que el problema no es el número, el problema es que cada uno tiene un público distinto con estilos de relación interpersonal distinto, entonces el evento de Jazz al parque siempre será chiquito, pero será igualmente importante al de Rock al parque. O eventos que no cuajan nunca, que no han logrado cuajar y que se mantienen sólo por terquedad de funcionarios como el de Salsa al parque; Salsa al parque siempre ha sido un fracaso, entre otras cosas, se diseña en espacios no adecuados, pero además no hay una propuesta, la salsa va no es una propuesta urbana, la salsa va no tiene propuesta, mejor dicho, la salsa no tiene propuesta. Se diluye desgraciadamente para lo que nos gusta, se diluye. Y por supuesto nunca podrá haber un evento de Bolero al parque, ni de Bambuco al parque, ni de Pasillo al parque, eso no tiene, no es urbano, el bolero podría ser urbano pero no alcanza.
Circuitos de comunicación Identidad Al parque Logros	¿Qué tienen los eventos?, son urbanos, tienen una comunicación fuerte, tienen todo un diseño comunicativo claro, un diseño de imagen del evento fuerte; tienen una logística y tal vez ese el punto que a mi me parece muy importante, tienen un diseño del evento logístico que es impecable, y eso hace que se solventen los problemas que eso traía, Bogotá nunca había tenido los empresarios, mejor dicho, los empresarios de espectáculos son un gremio muy nuevo, entonces los poquitos eventos similares a estos eventos, que había habido antes habían sido un fracaso, creo que el antecedente más claro era el de un famoso concierto de la Sonora Matancera, creo que eso fue como el.

ITEM	AFIRMACIÓN
Gómez	<p>Y el de Guns and Roses. Esos dos eventos donde la gente esta citada para las ocho de la noche y a las nueve de la noche no han terminado de instalar sonido, el de la Sonora que yo lo vi y terminó en una asonada que devastó los alrededores del Campin, ah, no, la Sonora no, La Fania, a las doce de la noche cuando logran por fin que el sonido funcione arranca la primera orquesta y revienta el sonido, total, a la una de la mañana la gente esta tumbando casas, quebrando vidrios, y Rock al parque tiene un diseño impecable, absolutamente impecable, un diseño que comienza a tal hora, termina a tal hora y la programación dentro de lo que es posible en un evento de esa magnitud se cumple, es decir, se mantiene, eso es lo primero, lo segundo, y ahí sí está la presencia de cultura ciudadana de una manera clara, es el desarrollo de Fuerza de Paz, eso es cultura ciudadana, y en la policía, reconocemos el valor de la policía pero reconocemos la incapacidad evidente, en este momento, por su condición organizacional de prestarle seguridad y prestarle logística a un evento de este tamaño, entonces por ejemplo allí la presencia de eso hace que sea construcción de reglas que más allá de que el equipo de cultura ciudadana hubiera intervenido pues en la discusión de cómo se va a manejar un evento de esa magnitud, mientras la policía dice no, no es una locura, es una locura, ustedes no nos pueden montar en eso, no es que no los vamos a meter, ustedes están afuera y controlan afuera, esto sí fue del asocio de normas de generación de reglas, cumplimiento de reglas, autoridad legitimada, una autoridad legitimada que era Fuerza de paz, legítima, la gente la reconoce y va ganando además, digamos la primera realización no es tan fuerte pero en el segundo evento Fuerza de paz es la estrella del evento y es la estrella en general de todos los eventos de cultura ciudadana.</p>
Identidad Logros Sarmiento	<p>No se puede negar, creo que en Latinoamérica, por ejemplo lo que puede ser Rock al parque que ha sido un evento tan de importancia única, ahora Salsa al parque, ahora es una importancia para los salseros, para la salsa como grupo, que viene Van Van que en ocho días, es un grupo de talla, no es cualquier cosa. Si quieres unirte a eso también está Ópera al parque, bueno, ese género surgió ahí y siguen ahí, como se anima, ya de pronto no está el mimo prácticamente está ahí, pero sí están las figuras que representan lo plástico, el rock es una plasticidad. Cuando los jóvenes van a su concierto de rock ya no son mimos, son gente, personas de la escata plástica, ya ellos mismos se visualizan, ya no necesitamos visualizarnos porque están ahí en presencia. La estética de las personas del rock me fascina, es decir, ya cabello pintado de rojo, de verde, el tipo de zapatos, yo no hablo de mimos, pero sí encuentro la referencia y connotación de un grupo específico. Cuando vas también a la salsa y la ópera me diga, es decir, allí lo pedagógico y lo lúdico ya ha estado visualizado, pero ya las personas son capaces de representarse como grupo y ahí está, me parece que fue lo que se dejó porque no puede ser sin fin, es decir, todos tratando de hacer eso sino lo que habíamos pensado en algún momento, llegara un momento en que va cada grupo por su especificidad, por lo que quiere se visualiza y se hace un lugar, creo que lo pedagógico tuvo su saldo.</p>
Espacio público Evaluación Quintero	<p>La gerencia, en especial nunca tuvo claro que el asunto era generar apropiación de espacio público, el problema es que estaba pensada por arquitectos y los arquitectos no tienen tampoco por que pensar en esto. Finalmente el espacio público son ladrillos y cemento, entonces siguiendo con la pregunta de cómo eran las relaciones, el asunto era ese, los arquitectos pensaban en intervención física y cuando pensaban en mejoramiento de condiciones de convivencia pensaban en ver bonita la ciudad y que ese era el principio sobre el cual la gente podía mejorar sus relaciones. En el fondo tenían algo de razón pero un discurso bastante sesgado a los asuntos arquitectónicos, entonces ante la falta de proyectos que fueran comunicables, los eventos de comunicación eran de muy bajo perfil.</p>
Espacio público Imagen de ciudad Logros Quintero	<p>Mira yo creo que hubo mayor efectividad en intervenciones de comunicación desde el campo de imagen de ciudad para transformar las condiciones o los comportamientos en espacio público que las intervenciones que se hicieron en la gerencia de espacio público. Estoy pensando exactamente en el Septimazo, es una forma distinta de relacionarse con el espacio público, espacio público para todos, para el disfrute, para escuchar, con ciertos comportamientos, no alcohol, etc. Más que cualquier otra acción que hubiéramos hecho en espacio público, porque la gerencia se centró en este proceso pero el 20 de julio es una excepción a los proyectos que manejó la gerencia. Sin la negociación la sola comunicación no hubiera generado gran cosa.</p>

A4.3.12. Programa de Cultura Ciudadana / IDCT

ITEM	AFIRMACIÓN
Formulación Munoz	Bromberg [...] tuvo una actitud bastante displicente con relación al IDCT, él quería Cultura Ciudadana. En la primera semana que yo llegué cuando entré a Planeación le dije que todo se tenía que unir que el Plan de Desarrollo yo no puedo separar y entonces cuando me pregunten por el IDCT tengo que saber qué pasa, planeación se tenía que convertir en el punto de unión entre cultura ciudadana y el resto. En las discusiones con Bromberg y con Espinel se hablaba de que muchas cosas que pasaban en el IDCT se relacionaban con Cultura Ciudadana ya después hubo un argumento más sólido para que cultura ciudadana pudiera apoyar algunos procesos que hacía el IDCT.
Institucionalización Cultura Ciudadana (2) Evaluación Londono	Respecto a lo que tú decías se diseñaba la estrategia de comunicación para producir, para inducir ese cambio de comportamiento y las otras entidades no respondían [...] hay un replanteamiento en el papel del Instituto en el sentido en que no es el dueño de cultura ciudadana, sino que hace un trabajo de liderazgo [...] la armazón de cultura ciudadana con sus limitaciones y defectos ha sido sobre la base de tener en cuenta las iniciativas de todas las entidades, que eso es importante. El punto de partida es que las 27 entidades que están involucradas directamente en cultura ciudadana han participado desde el comienzo en la formulación [...] cuando usted tiene que pasar un planteamiento a formular un programa y luego proyectos operacionales, es muy difícil si el Instituto no puede sustituir artificialmente la capacidad de determinación de las entidades, porque de lo contrario vamos a equivocarnos y nos va a pasar lo mismo que antes, usted puede decir y decir y no, la gente no responde porque no sabe ni siquiera que es, ni está entre sus prioridades de ejecución, entonces yo aprecio el cambio que ha habido en cuanto que las 27 entidades ya participaron, se han hecho sesiones de trabajo con todos los jefes de planeación para bajarle el concepto a proyectos, todavía hay muchas inconsistencias y irrigilidades que son el producto de cincuenta manos elaborando el objetivo, formulando el proyecto, pero yo si tengo cierta confianza en que ese proyecto va esta menos disperso, ha permitido involucrar, comprometer a la gente con los programas de cultura ciudadana, este sería un cambio.
Institucionalización Cultura Ciudadana (2) Evaluación Londono	El segundo cambio que hay tiene que ver también, una discusión, que desde mi opinión, tiene que ver con el Instituto en su conjunto, es decir, en la pasada administración de Antanas, por supuesto la dinámica, la novedad de cultura ciudadana arrasó casi con el Instituto, o había dos Institutos, el de cultura ciudadana y el observatorio y todo eso, pero el peso fundamental estaba puesto ahí, y todo el resto de lo hacia el Instituto que para mi si es muy importante y yo creo que para Paul tenía mucho menos importancia, todo el soporte institucional a la actividad cultural normal, artística, eso se subordinó, quedó muy delimitado frente al esfuerzo que había que hacer en cultura ciudadana, en este caso estamos logrando un equilibrio entre las dos cosas, que haya una coordinación y un liderazgo fuerte en cultura ciudadana a través del observatorio que lo volvimos a reconstruir y en segundo lugar que haya una articulación de hechos contundentes de las actividades futuras, en términos del tiempo, es más eso tiene que ver con realidades del funcionar bien la institución, en términos de tiempo el 95% de las energías, a mi inclusive me las demanda el otro instituto, el instituto normal ¿no?, entonces uno no puede decir simplemente, bueno, yo esto dejo a un lado o lo delego enteramente porque yo por lo menos tengo una concepción de las instituciones en que sentido, una institución tiene que tener una flexibilidad para adaptarla a orientaciones de los nuevos gobiernos, pero no puedo coher una institución y moldearla cada tres años enteramente para que responda exclusivamente a las prioridades de un plan de desarrollo.
Institucionalización Imagen de Mockus Evaluación Viviescas	El Instituto Distrital de Cultura y Turismo, mira, ese es mi argumento fundamental y es donde creo que queda claro las limitaciones de Antanas para comprender el fenómeno. yo creo que al Instituto Distrital de Cultura y Turismo le hacían falta no digo 24 mil millones de pesos, es decir, eso es cortísimo. Eso son cuánto, 2 mil millones de pesos al mes, cuánto será por bogotano, entonces digamos que son, cuánto que fue que dijimos. 2 mil millones, mira es que esto es muy fácil, esta fue la cosa con la cual yo le hice la crítica a Plinio Apuleyo Mendoza, que Plinio decía que se estaban gastando un montón de plata, y resultó que eso no daba más de \$1.350 por persona, por mes. Entonces es de esa naturaleza, entonces le hace falta esta plata y le hacia falta muchísima más plata. Pero si tú consideras que el elemento fundamental de tu estrategia se centra en la cultura y ubicas dentro de la cultura del estado un sitio adecuado para ese asunto, tú no tienes que darle solamente más plata, tú tienes que cambiarle de status y ubicarla en un status, status que sea correspondiente con la relevancia

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>política que les estás dando a la temática... (—¿O sea que hubiera sido fácil convertir el Instituto en una Secretaría?) Desde luego, era absolutamente natural. mejor dicho, cualquier cosa menos que eso era desconocer el asunto y eso es lo que yo critico y Antanas nunca se dio esa posibilidad, por muchas razones, una de ellas fundamental es que ahí si hubiera sido de verdad una cosa política y hubiera sido la forma de responderle a la gente, mire ustedes dijeron que una transformación, vamos a transformar el Estado, venga vamos pa'eso, pero el tipo lo que hace y ahí es donde empieza el regreso y el desconocimiento del proceso que venia adelantando la ciudad, y es que el tipo actuó como cualquier otro alcalde, entonces dice, a mi me interesa es el problema de la cultura, yo le doy toda la plata y yo lo manejo así, y no lo convierto en un objetivo político de la ciudadanía, entonces hay otros alcaldes que han dicho, no lo importante es hacer empanadas, o carreteras, o hospitales.</p>
Ciudadanía activa Evaluación Vivescas	<p>[...] es un problema de construir ciudadanía y que el estado se ponga, es decir el aparato del estado se ponga al servicio de la construcción, no solamente de ciudadanías porque tiene que hacer muchas cosas, pero que si tú me estás hablando de cultura ciudadana, pues la ubiques en esas perspectivas, no solamente darle más plata a un instituto, había que cambiarle status, transformar el instituto, darle una relevancia y ejercer el gobierno que es el poder político de la ciudad, para ubicarlo en el campo donde se toman las decisiones, es la mesa de gobierno, no lo hizo Antanas, es decir, jamás se lo propuso.</p>
Institucionalización Tarjeta Logros Gómez.	<p>Y lo otro es que esa tarjeta terminó convertida en simbolo, terminó convertida en una forma de decir yo estoy metido en este cuento, cargar la tarjeta aquí no se usara para nada, era decir yo estoy metida en este cuento. Hay un antecedente de esa tarjeta que yo conocí cuando se estaba apenas desarrollando en AT&T, en AT&T dentro de las oficinas la gente la usaba, no sé si eso general de la firma en todo el mundo o fue aquí, la gente aquí usaba una tarjeta amarilla para en reuniones criticar a los otros de una manera amable, entonces eso tampoco es un invento nuestro, lo que si es un invento fue convertirlo en una pieza masiva, se repartió de todas maneras, lo que no supimos entender era que no había necesidad de que hubiera 7 millones de tarjetas, lo que no supimos entender era que no había necesidad de que hubieran juegos específicos y muy complejos de generar, porque la tarjeta con la mano tenía un simbolo ya asimilado y rápidamente desarrollable con la gente.</p>
Institucionalización Evaluación Gómez	<p>Mejor dicho de ese engendro que terminamos hablando de cultura ciudadana que debía haber sido, por plan de desarrollo de cultura ciudadana era una cosa transversal, pero termina convertido en una institución y creo que comunicación aporta elementos muy importantes para institucionalizarlo; nosotros le creamos identidad a cultura ciudadana, yo soy funcionario de cultura ciudadana, yo como jefe de comunicación entro a todas partes del distrito y en todas partes todo el mundo me para bolas porque soy funcionario de cultura ciudadana, porque tengo plata para invertir en comunicación desde cultura ciudadana.</p>
Evaluación Quintero	<p>Yo creo que es complejo en el sentido de que nosotros teníamos el reto de educar y cómo le entrábamos a la educación sin la generación de determinados hábitos, yo creo que desde mi parte no hubo un trabajo en ese sentido pero creo que lo que hacíamos eran acciones de comunicación para educar, nuestros mensajes estaban destinados a generar transformación de hábitos y en ese sentido teníamos que educar. Yo tenía que diseñar el operativo, no teníamos muchos escenarios dónde conceptualizar porque además los oficios estaban bien distribuidos, los que pensaban eran Gómez y Espinel, incluso Bromberg y por supuesto el alcalde Mockus. Ellos eran los que tenían la teoría que nos bajaba como rodadero y ahí teníamos nosotros que diseñar y ejecutar, pero diseñar sobre esos planteamientos teóricos que muchas veces para nosotros eran confusos, no eran claros o teníamos que adivinarlos o inventarlos desde nuestra experiencia, habían unos que tenían mayores posibilidades de inventar y gente como Camacho que había trabajado directamente en campañas de este tipo, educativas. Mi experiencia venia más de procesos sociales entonces yo venia con otros ritmos y finalmente mi teoría venia más desde construcción de sujetos sociales que desde lo educativo como tal. Entonces lo que yo hacia era decir yo tengo este objetivo, tengo que transformar estos hábitos y voy a buscar la forma desde la comunicación para lograrlos. En ese sentido el medio que yo utilizaba era el mismo mensaje.</p>

A4.3.13. Propuestas para Cultura Ciudadana

ITEM	AFIRMACIÓN
Identidad Mockus	Mi sueño de hoy en día es que surja algo similar (a los eventos al parque) en el terreno de lo productivo que las cadenas productivas sean visibles que la pertenencia a cadenas productivas pueda sensibilizarse y fortalecerse por esa vía, que los distintos eslabones de una misma cadena productiva se reconozcan entre sí y que haya una solidaridad intermedia si se quiere entre la solidaridad de ciudad y la solidaridad de la unidad productiva o familiar. Hay mucha necesidad de aumentar esa solidaridad, algo de descentralización local con respecto a esa solidaridad se logra pero creo que para el desarrollo económico de la ciudad sería muy útil digamos como fortalecer la identidad de las cadenas productivas.
Cultura ciudadana (2) Reglas Mockus	Un giro es hacia cultura democrática yo creo que la adhesión a normas debe ser más alta cuando la norma es democráticamente construida, eso a la luz de una investigación que hice sobre jóvenes desde la Universidad Nacional, eso no es así en ese momento. La gente cree que las normas colombianas, los jóvenes creen que son más democráticas, que son más democráticas de lo deseable y obviamente el hecho de que tengan raíces democráticas no les confiere autoridad, ese es un cambio. El otro es tener mucho más clara la conexión entre cultura ciudadana, justicia social y productividad, digamos el cumplimiento de normas por ejemplo con relación a subsidios es un determinante del éxito de un programa social y del mismo modo muchas de las metodologías de competitividad en el fondo son metodologías de cambio cultural con grupos relativamente pequeños que buscan básicamente hábitos, patrones de comunicación y patrones de reacción más compatibles con un resultado colectivo. Veo que lo de cultura ciudadana incuba productividad y justicia social y que eso se puede asumir explícitamente. Invitamos a formar mejores ciudadanos porque los mejores ciudadanos serán más solidarios y capaces de hacer fluir los recursos hacia los ciudadanos más necesitados, ciudadanos más capaces de cooperar para aumentar la productividad colectiva.
Canales locales Bromberg	Tal vez la parte más importante en la modificación del proyecto cultura ciudadana es descentralizarla, es conseguir que las autoridades locales, alcaldes locales y miembros de las juntas administradoras locales se casen con él, se casen con un programa y poder captar de esa manera las características locales, sin embargo la comunicación local, no la comunicación Distrital es el reto más grande de una ciudad, es imposible. He venido descubriendo que en la democracia de masas son las limitaciones de las formas de comunicación las que establecen las formas posibles de democracia. La llamada democracia local es totalmente clientelista porque las formas de comunicación local no pueden ser más que por contacto y los presupuestos proponen es el intercambio de favores entre el candidato y el elector, no se puede de otra manera, yo no pude conseguir decirle a una porción importante de ciudadanos habitantes de Teusaquillo que yo estaba de candidato, no pude hacerlo.
Canales locales Munoz	Ahora que Mockus volvió a ganar me reuñí con él para contarte mi visión sobre cómo se podría darle continuidad al proceso, haciendo énfasis en los canales de comunicación y retroalimentación entre los ciudadanos y el gobierno, esos son canales que no se han analizado. Fíjate que al comienzo se hacían esas reuniones de todo el gabinete con la localidad, uno sabe que hay no está toda la localidad pero que no se han analizado se deben analizar.
Institucionalización Observatorio Munoz	Retrospectivamente pienso que es un programa que no debe depender de una entidad solamente, ese fue un descalabro a todo nivel institucional, humano, creo que no merece esa segunda oportunidad así, creo que la oportunidad puede perderse porque exige una capacidad de coordinación inmensa con la otras entidades y un respaldo absoluto de parte del alcalde. Entonces es un programa que debe depender directamente del alcalde, el alcalde debe saber cómo. Pienso que en cada entidad debe haber gente de cultura ciudadana desarrollando lo que esa entidad hace dentro de lo que es el concepto y pues que sea una entidad que tenga capacidad de gasto. Administrativamente yo lo pensaría así, no sólo dándole la responsabilidad al Instituto porque creció mucho con nuestra administración, que fue bueno porque estaba esquelérico y cultura ciudadana fue dándole como una presencia que va nadie puede negar y que requiere mucho esfuerzo para continuar desarrollándolo bien. Creo que fortalecería mucho el Observatorio y me preocuparía por la labor académica

ITEM	AFIRMACIÓN
	<p>que allí se realiza, en el sentido de que no puede ser sólo recaudación de encuestas o de sólo percepciones ciudadanas sino que también se requiere análisis, ahora uno puede pensar si es un análisis dirigido o no pero uno puede pensar mejor cómo se van a desarrollar las cosas. Yo creo que se necesita reforzarlo pero no con los gurus que nunca tienen tiempo para dedicarle, pero si con unos grupos de análisis que puedan desarrollar esos análisis sociales que son tan necesarios para todos nosotros y crearía en planeación que tiene un papel central en eso una serie de estadísticas muy claras de la cultura, va habiéndola comprendido en unas dimensiones más amplias, yo creo que la ciudad necesita urgentemente como una visión.</p>
<p>Institucionalización Cultura Ciudadana (2) Londono</p>	<p>Hay ahora una dimensión que yo diría mucho más peso en el planteamiento del Alcalde, ahí hay una discusión con Paul, por ejemplo, un peso mayor en el planteamiento de Antanas sobre el acatamiento de normas en cinco casos básicos [...] tendría convivencia, tránsito, tributación, urbanismo y ambiente, está definido un campo de intervención en lo que respecta a difusión y acatamiento voluntario de normas.</p>
<p>Políticas culturales Cultura Ciudadana (2) Londono</p>	<p>Hay unas políticas que orientan, que no es la mecánica de si llegó su funcionamiento, sino son políticas más globales y en particular yo diría dos políticas del plan de desarrollo: Primero, dirigir buena parte de la inversión y la programación cultural hacia recursos no incorporados de la cultura urbana, que no son pocos, es decir, Bogotá tiene una población muy grande de antiguos, nuevos asentamientos, tiene unas dinámicas migratorias continuas que producen una población muy grande que muy lentamente se incorpora a los códigos estándares, entonces uno no puede pensar cultura ciudadana que es un concepto muy pensado para una mentalidad urbana, sin tener en cuenta que en términos porcentuales los grupos no urbanos de la ciudad son grandes. Es decir el hecho de que la gente viva en la ciudad no quiere decir que sea urbana, que tenga mentalidad urbana y que se porte como tal, entonces que uno aplique cultura ciudadana independientemente de esa, dos sectores fuertes que hay en la ciudad, un sector muy rezagado porque además ni la infraestructura, ni el sistema educativo, nada favorece a incorporarlos [...]. Entonces la incorporación de la gente a ese concepto de ciudad y de cultura ciudadana requiere no solamente enseñarle a que pase la cebra etc., sino es un problema de orden cultural, es decir, el fomento, es como diablos uno va inculcando mentalidad urbana [...]. Otras son poblaciones más dispuestas al cambio cultural como quienes llegan urbanizaciones nuevas y tiene [...] una población estrenando un espacio físico, amoblado adecuadamente, una vivienda nueva, en fin, o sea que por muchas circunstancias se hace muy propicio que desde el comienzo la comunidad acuerde unas reglas del juego, establezca formas de control. [...] La segunda política es la que llamamos de concentración de la oferta cultural y fortalecimiento de la cultura popular, estas son básicamente direccionar los recursos y el tipo de programación [...] porque la oferta cultural de Bogotá está concentrada en 6 localidades, 14 localidades no están incorporadas al sistema cultural de la ciudad, al circuito cultural.</p>
<p>Imagen de ciudad Cultura Ciudadana (2) Londono</p>	<p>Mira hay un planteamiento de Paul lo tenemos muy en cuenta, es la conexión entre el barrio, el vecindario, la localidad y la ciudad, ese es el gran reto. Ahora en ese sentido, no hay una línea de elaboración, no hay un descenso de esa idea a cómo se materializa en productos precisos, en esa relación yo pienso que los eventos de comunicación juegan un papel importante, sin duda, es un momento de convergencia, incluye desplazamiento de la gente espacialmente y permite que la gente esté no solamente sepa que está en el parque, sino que confluyen muchos sectores de diferentes puntos de la ciudad y se encuentran en un mismo espacio y adopten una norma de comportamiento común, como la que requieren. Hay otra idea que tenemos, cuando hablamos de desconcentración cultural eso no es solamente ir y llevar eventos a las localidades, sino, primero fortalecer la autonomía cultural de la localidad [...] potenciar la dinámica cultural de las localidades. Usted me destaca lo que pasó con los eventos al parque, pues que salieron 400 bandas, falta saberla, que aforce, darle condiciones para que aflore y fortalecer esa iniciativa cultural que está latente y a su vez, obviamente a mí me parecería tremendo, yo tengo una concepción sociológica de la ciudad y sé que la ventaja de una ciudad no es solamente el territorio inmediato en el que se vive o se trabaja, y uno sabe que el circuito urbano de la gente en Bogotá es muy estrecho, entonces se trata de ampliar la circulación para</p>

FALTA PAGINA

LXXX A LXXXI

ANEXO 4. Información recabada en los diarios

DIARIO EL TIEMPO

Cuadro 8. Artículos revisados Diario *El Tiempo*

ARTICULO	FECHA	SECCION	PAG.	AUTOR
¿Y para que sirve jugar?	12-03-1995	Bogotá	1E	
¿Como ciudadano que tarjeta merece usted?	16-03-1995	Bogotá	1D-2D	
EAAB imprimirá las tarjetas	17-03-1995	Bogotá (Mirada a Bogotá)	2E	
Manana arrancan las tarjetas	05-05-1995	Primera Página	1A	
Emitiran tarjetas para los peatones	05-06-1995	Bogotá	1F	
A reeducar a Bogotá!	15-07-1995	LECTURAS DOMINICALES	5	Manuel Espinel Vallejo
Las tarjetas de Mockus casi siempre son adorno	08-06-1995	INFORMACION GENERAL	1A	
Tarjetas decoran, pero no educan 08	08-08-1995	Bogotá	2G	EFE
Tarjetas ciudadanas, a Ecuador	29-12-1995	Bogotá	1D	
Aguinaldo para los rockeros	20-12-1995	Bogotá	1D	
Taxistas le jugarán a la cultura ciudadana	14-02-1996	Bogotá	3F	
Consultan a taxistas y pasajeros	25-03-1996	Bogotá	3F	
En busca de la cultura ciudadana en los taxis	17-04-1996	Bogotá	3D	
Antanas, viaje al interior del símbolo	17-04-1996	Bogotá	1-3F	Omar Rincón
Ciudades sin ciudadanos	02-06-1996	LECTURAS DOMINICALES	4-5	Alvaro Camacho
Kit 'zanahorio' para taxistas	20-06-1996	Bogotá	2E	
Caballeros de armadura amarilla	11-07-1996	Bogotá	2D	
Los Caballeros de la Cebra en carrera de observación	19-07-1996	Bogotá	1E	
Carrera para los taxistas caballeros	23-07-1996	Bogotá	1C	
Otorgaron premios a 14 'Caballeros de la Cebra'	01-08-1996	Bogotá	3F	
Bogotá, una ciudad para enamorar	06-08-1996	Bogotá	1D	
Esta tarde cierran la Séptima	21-08-1996	Bogotá	1C	
Programación de cumpleaños	06-08-1996	Bogotá	3C	
Seducidos por una ciudad feliz	08-08-1996	Bogotá	1D	
Hoy, la carrera 7 será para peatones	26-09-1996	Bogotá	1D	
Exposición de rock al parque y rap a la torta	05-09-1996	Bogotá	4F	
Diálogo musical del rock y el rap	12-10-1996	Bogotá	4F	
Septimazo para niños esta tarde	31-10-1996	Bogotá	5D	
'Septimazo', un habito cachaco	01-11-1996	INFORMACIÓN GENERAL	10A	
¿Cómo cambiar comportamientos de ciudadanos?	10-12-1996	Bogotá	2D	Carlos Duque
La calle más coqueta (fotopericia)	24-12-1996	INFORMACIÓN GENERAL	6A	

ARTICULO	FECHA	SECCION	PAG.	AUTOR
¿Bogotá Coqueta? ¡Sí!	28-01-1997	OPINION	5A	Francisco Santos
Que caracterizo a Mockus	06-04-1997	Bogotá	2G	
Salsa cubana en el 'Septimazo'	24-04-1997	Bogotá	1D	
Un 'Septimazo' lleno de sabor	26-04-1997	Bogotá	2E	
Hoy habrá fiesta para mamás en la carrera 7	15-05-1997	Bogotá	5D	
Lio por el nombre de Rock al Parque	24-05-1997	Bogotá	3E	
459 años con gran fiesta ciudadana	29-07-1997	Bogotá	1D	
Mascarada en el centro bogotano	07-08-1997	Bogotá	1D	
El patrimonio urbano será el protagonista del Septimazo	04-09-1997	Bogotá	1D	
La Sépuma revivió en una noche	07-09-1997	Bogotá	1G	
Los Caballeros de la Cebra saltan de nuevo	07-11-1997	Bogotá	3D	
El Alcalde Mayor que no quiso serlo	23-12-1997	ACTUALIDAD	1-3D	Flórez, Hernández y Perea.
Paul Bromberg, a responder por publicidad	30-12-1997	ACTUALIDAD	7B	

DIARIO EL ESPECTADOR

Cuadro 9. Artículos revisados Diario *El Espectador*

ARTICULO	FECHA	SECCION	PAG.	AUTOR
1996, el año de la ciudad coqueta	02-01-1996	Bogotá Metropolitana	1-2E	
Meta, educar a los taxistas	07-02-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
Taxistas apoyan la convivencia	27-03-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Carrera a la convivencia	28-03-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
"Cultura Ciudadana con poco resultado"	14-03-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Mi parquecito rockero	13-04-1996	La Guía	4F	
Carrera de la cordialidad.	15-04-1996	Bogotá Metropolitana	2E	
Soluciones para mejorar la relación taxista - usuario	15-04-1996	Bogotá Metropolitana	2E	
Caballeros de la cebra	22-05-1996	Bogotá Metropolitana	1E	
El rock ya llegó al parque	19-05-1996	Primera plana / Btá M.	1-7-8 A	
Rock enloqueció al parque	21-05-1996	Bogotá Metropolitana	6A	
El rap también salta al parque	15-06-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Abreboças para el rap	21-06-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
El 'septimazo' regresa para los caminantes nocturnos	26-06-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
La cara coqueta de Bogotá	02-07-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Caballeros rayados para Bogotá	11-07-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Cebras, especie en vía de extinción	14-07-1996	Bogotá Metropolitana	3F	
Premian a caballeros del volante	15-07-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Se caminan últimos pasos del Septimazo	19-07-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Rap cubierto de torta	20-07-1996	La Guía	1F	

ARTICULO	FECHA	SECCION	PAG.	AUTOR
Taxistas en su propia carrera	20-07-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
La virgen y los taxistas	21-07-1996	Bogotá Metropolitana	3F	
Raperos de vucita a la calle	22-07-1996	Bogotá Metropolitana	1E	
Se prepara la fiesta del seis de agosto en Bogotá	26-07-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Premios a 'Caballeros de la Cebrá'	27-07-1996	Bogotá Metropolitana	3F	
Bogotá en época de Gato Negro	04-08-1996	Bogotá Metropolitana	3F	
Un cumpleaños coqueta	04-08-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
Todo un piropo de ciudad	04-08-1996	Bogotá Metropolitana	1F	Edgar Humberto Cárdenas
Un septimazo a todo dar	06-08-1996	Bogotá Metropolitana	1E	
La coqueta cumpleañosera se vistió de fiesta	06-08-1996	Primera Plana	1A	
A cada paso algo nuevo en la Séptima	07-08-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
Bogotá, en su fiesta, quiso ser más coqueta	07-08-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Huellas del septimazo en la Calle Real	08-08-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Cultura Ciudadana e inteligencia colectiva	11-08-1996	Bogotá Metropolitana	2F	Alberto Saldarriaga Roa
Volver a nombrar a Bogotá	18-08-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Hacer del centro un lugar coqueta	08-09-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Hoy, Septimazo de amor y amistad	26-09-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
Pasillo de los encantos	27-09-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
La Séptima también se disfrazó para Halloween	01-11-1996	Bogotá Metropolitana	2F	
La ic, santa y coqueta	06-12-1996	Bogotá Metropolitana	1F	
La noche iluminada de Carmen Elisa	09-12-1996	Bogotá Metropolitana	3D	
Habrà rumba para la calle más coqueta	10-12-1996	Bogotá Metropolitana	1E	
Juegos Coquetos	26-12-1996	Bogotá Metropolitana	1E	
Juegos zahanorios de fin de año	27-12-1996	Bogotá Metropolitana	1E	
Un 'fondo blanco' de diversión y civismo	28-12-1997	Bogotá Metropolitana	1E	
Lo bueno y lo malo de su proyecto, según Mockus	22-03-1997	Bogotá Metropolitana	1E	
Vengo a decirle adiós a los muchachos	22-03-1997	Bogotá Metropolitana	1E	Luis Fernando Ospina Vanegas
La era Mockus: una gestión para evaluar	06-04-1997	Bogotá Metropolitana	3E	Fenner Ortiz Rodríguez
El domingo es para los taxistas	18-04-1997	Bogotá Metropolitana	11A	
Los nuevos caballeros empezaron a rodar	21-04-1997	Bogotá Metropolitana	6A	Juan Carlos Saigado Jaramillo
La palabra canta en otro Septimazo	22-04-1997	Bogotá Metropolitana	6F	
Hoy, cierres por el Septimazo	24-04-1997	Bogotá Metropolitana	6F	
Jueves de Septimazo y Lunada	25-04-1997	Bogotá Metropolitana	1E	
Por culpa del Septimazo	16-05-1997	Bogotá Metropolitana	10F	
El rock, de vuelta al parque	25-05-1997	Bogotá Metropolitana	1F	Mauricio Bernai
Cuatro días para rockear en el parque	30-05-1997	Bogotá Metropolitana	1E	
La rolita rockera (fotonoticia)	31-05-1997	Primera plana	1A	
Esas cebras que no cammas	12-07-1997	Bogotá Metropolitana	2D	
Fiesta única para Bogotá	25-07-1997	Bogotá Metropolitana	7A	
Bogotá tiene seis días de fiesta	01-08-1997	Cultura / Espectáculos	1F	
Distrito Capital cumple 459 años con festejos millonarios	04-08-1997	Bogotá Metropolitana	7A	
Cronología histórica bogotana	06-08-1997	Bogotá Metropolitana	7A	
Carnaval en las calles con motivo de los 459	06-08-1997	Bogotá Metropolitana	7A	

ARTICULO	FECHA	SECCION	PAG.	AUTOR
Comparsas saludan a Bogotá	06-08-1997	Cultura / Espectaculos	1F	Paola Villamizar
Las 459 razones de amor por la capital	07-08-1997	Bogotá Metropolitana	7A	Mauricio Bernat
El Septimazo fue un formidable andenazo	05-09-1997	Bogotá Metropolitana	7A	
Los niños invadieron la capital con sus disfraces y sonrisas	01-11-1997	Bogotá Metropolitana	6A	Diego Luis Martinez
Convenio de taxistas caballeros	06-11-1997	Bogotá Metropolitana	9A	
Bromberg y su tránsito futurista	01-12-1997	Bogotá Metropolitana	8A	Jaime Andrés Monsalve
Noche de velas y taroles	05-12-1997	Bogotá Metropolitana	10A	
Fantasia en el último Septimazo del año	6-12-1997	Bogotá Metropolitana	8ª	Diego Luis Martinez
Programase con la Navidad Zanahoria	9-12-1997	Bogotá Metropolitana	7ª	
Rap & Rock en concierto navideño	18-12-1997	Bogotá Metropolitana	7ª	Diego Luis Martinez
Balance de una gestión urbana	18-12-1997	Bogotá Metropolitana	5-9A	
El mayor logro: la venta de la EEB	22-12-1997	Bogotá Metropolitana	6ª	Edgar Cárdenas
Plan Formar Ciudad no alcanzó a pasar con 6.0	23-12-1997	Bogotá Metropolitana	7ª	
Prenio a la calle más bonita	29-12-1997	Bogotá Metropolitana	12A	
A Bogotá le sirvió la ley zanahoria	29-12-1997	Bogotá Metropolitana	10A	Elizabeth Hernández
Los éxitos y los fracasos de la administración	30-12-1997	Bogotá Metropolitana	12A	Edgar H. Cárdenas