

FUNDACION SALVADOREÑA DE DESARROLLO Y VIVIENDA MÍNIMA  
FUNDASAL



## Contar para contar

La narrativa como herramienta de incidencia de las  
organizaciones comunitarias representantes de la población sin  
techo en El Salvador



**DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN SOCIAL**

Octubre 2015

Edición única: 2015

Reservados todos los Derechos Hecho el Depósito de Ley

© Fundación Salvadoreña de Desarrollo y Vivienda Mínima

**Coordinación:**

Dirección Ejecutiva

**Textos e ilustraciones:**

Departamento de Promoción Social

Colaboración: Jacinta Escudos (escritora salvadoreña)

**Diseño y diagramación:**

Departamento de Promoción Social

Esta publicación ha sido posible gracias al apoyo solidario de las agencias amigas Misereor y Cordaid, y las familias de comunidades urbanas y rurales integradas a los procesos educativos en que participa la Coordinadora Nacional de Pobladores CONAPO

historias como ser tenidos en cuenta por los otros (Barbero, 2002).

## 1. Introducción

La violencia pandilleril y delincencial ocupan las primeras planas y pantallas de los medios de comunicación en El Salvador. Diariamente, el pueblo consume narraciones breves y amarillistas que no proponen respuestas, provocan estigmatizaciones de las juventudes pobres y de los asentamientos en que habitan (Canal12sv, 2015).

Hay tanta violencia en los medios como en las calles: cadáveres, prostitución, atropellos y estériles debates político-partidistas. Son historias previsibles y aburridas. Los narradores de estas historias y los medios donde se difunden se convierten en mercaderes del Dolor que, sin embargo, callan formas cotidianas de violencia derivadas de la injusticia socio-económica y los patrones culturales patriarcales.

Para las familias sin techo, publicar en un periódico una carta abierta de denuncia, exponer su problemática en un canal televisivo o emisora de amplia difusión radial son alternativas caras y difíciles.

La falta de vivienda, la ausencia o baja calidad en servicios de agua y desagüe, las viviendas en riesgo por ubicarse sobre o bajo taludes inestables, vivir en condiciones insalubres, hacinadas y en entornos de riesgo no son noticias relevantes para los medios comerciales de información y comunicación.

Sin embargo, es necesario dar conocer estas realidades injustas en formas creativas, novedosas y de impacto. Difundirlas desde quienes la viven. Contar significa tanto narrar

La Fundación Salvadoreña de Desarrollo y Vivienda Mínima (FUNDASAL) y la Comisión Nacional de Pobladores (CONAPO) han trabajado en conjunto sobre varios ejercicios pedagógicos de construcción y difusión de narrativas breves durante el 2015, narrativas que ya son parte de las publicaciones desde medios digitales de la CONAPO

FUNDASAL entrega este documento que resume ideas discutidas durante dichos ejercicios pedagógicos para seguir recuperando la narrativa de las familias sin techo, para hacerla herramienta de denuncia e incidencia, esperando les sea de utilidad para continuar su labor de una forma creativa y animosa.

## 2. Contar para “contar”

Las familias sin techo pueden acceder a una forma de periodismo popular que dé cuenta de su problemática.

A manera de recordatorio, el primer ejercicio de construcción de narrativas desde el Hábitat se desarrolló en dos talleres, con preguntas generadoras guiadas por la escritora salvadoreña Jacinta Escudos.

Trozos de estos testimonios fueron publicados con autorización de sus hablantes en la página Facebook y un blog de Conapo

En estos medios, Las narrativas se acompañaron con una fotografía desvinculada del hablante para proteger su identidad. Ver ejemplo en el recuadro 1.

Las narrativas difundidas por Conapo recogen también la cultura comunitaria.

El recuadro 2 muestra parte de un testimonio sobre prácticas culturales

### **Recuadro 1 De casa en casa**

Simeón Aldana, Los Apoyos, Santa Ana.

"Yo he vivido como en seis casas. Nací en Chalatenango, en un ranchito de bahareque, aunque de doble planta porque allí todavía se conocen los tabancos. Iniciando la guerra llegamos a Santa Ana, cuando me trajeron era un niño de un año; llegamos como colonos, vivíamos de posada en tierra ajena, como cuidanderos.

"Mi mamá se volvió a acompañar con un señor que era bebetorio[alcohólico]. Nos movimos mucho de casa en casa.

Me gano la vida desde los 13 años, me acompañé a los 14. Tuve mi primer hijo a los 15 años. Tres meses viví de posada con mi suegra; luego hice mi casita de adobe y allí vivo con ella, allí han nacido mis seis hijos, en un terreno de dos tareas. Hoy tengo otra casita, pero la primera siempre nos sirve, allí guardamos los granos" (Conapo, 2015)

en extinción, el proceso de extracción de miel de caña en las molindas. Fue obtenido con el apoyo de FUNDASAL y la Secretaría de Cultura (Secultura) en un asentamiento rural del Departamento de La Paz.

### **Recuadro 2 Tío David, la miel y la chica de las molindas**

David Sánchez Molina, San Antonio Masahuat.

"... Entre 1950 y 1960, aquí era bien alegre, chirriaban las molindas, había unas treinta. Primero eran de madera, pero luego se hicieron de hierro".

"Con las de madera había que pasar la caña varias veces para sacarles todo el jugo, y algunos molenderos perdieron los dedos en ese afán. Las de hierro no, era una sola pasada de caña; y se redujeron a 3 o 4 molindas en todo el cantón"

"El jugo exprimido se calienta en un perol de hierro, grande, bien grande. Según va hirviendo, el juego va dando diferentes puntos de miel: la primera espuma que sale es la de pascón; esa no se vende, se regala. Luego sale la miel de mesa, después la miel de dedo, le sigue la miel de batido y, por último, la miel de dulce. Hasta allí se deja. Si se cuece más,

"A la miel de batido se le puede agregar canela y anís. Eso sí que es delicioso..."(Conapo, 2015)

Junto a este ejercicio se creó un Protocolo de Comunicación de CONAPO que se presenta en anexos.

Un siguiente ejercicio de más de largo aliento que Fundasal y Conapo han iniciado es la sistematización y difusión de historia de desarrollo del asentamiento Nueva Ilamatepec, en Santa Ana.

Se trata de la historia de 200 familias evacuadas de caseríos y cantones aledaños al lugar donde ocurrió la erupción del volcán Ilamatepec el 1 de octubre de 2005.

Junto a los líderes de Conapo se preparó la colecta de testimonios y la publicación de una revista en ocasión del décimo aniversario de la catástrofe.

Los testimonios de los sobrevivientes, familias de origen campesino en mayoría, son fuertes y conmovedores, tanto cuando se refieren a los momentos de la erupción como en sus posteriores etapas: vida en albergues, gestiones por una nueva vivienda y condiciones de vida digna, tránsito del campo a la ciudad.

Don Humberto, un jornalero de 74 años cuyo hijo había desaparecido el día de la erupción, cuenta sobre la recuperación del cadáver, una circunstancia que si bien es dolorosa, le permite a la familia cerrar la búsqueda y elaborar el duelo. Ver recuadro 3.

Recoger estas historias es devolverles a las familias su pasado, interpretado y dignificado por ellas mismas, para asumir el futuro con la conciencia de su poder de lucha.

**Recuadro 3**  
**Nueva Ilamatepec**  
**(Extracto)**

El 4 de noviembre de 2007, después de 27 meses de la erupción, entró al volcán una máquina que despejaría los derrumbes en algunas vías de acceso. La Alcaldía avisó a don Humberto y a su esposa para que estuvieran presentes en el lugar donde se presumía estaría el cuerpo de su hijo.

En una de las operaciones de remoción, la pala levantó el cuerpo del muchacho. “Cabal, él era”—dice don Humberto—“todavía llevaba su bolsoncito trabado [en los hombros], y los fierros que iba a ocupar, así, a un lado... ya lo hacíamos perdido, pero fue encontrado... la Alcaldía le llevó una ofrenda floral. Lo velamos y lo fuimos a enterrar. Allá está, en Santa Isabel”. (Fundasal, 2015)

Una buena narrativa puede mover al mundo.

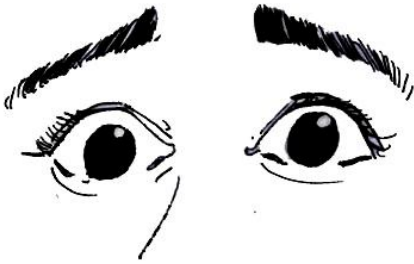
**3. Entender (y explicar) el mundo.**

Del director de la revista digital española Frontera D, Alfonso Armada, retomamos algunos elementos imprescindibles en la narrativa del periodismo cultural, útiles también para líderes comunitarios interesados en contar la historia de su gestión por el hábitat.

Esos elementos se toman de apuntes de un taller de Periodismo

Cultural desarrollado en El Salvador durante mayo 2015.

Según Armada, los rasgos que deben definir a alguien que usa la narrativa de no ficción son: **humildad, curiosidad, rigurosidad, respeto y alegría.**



La **humildad** es necesaria para “ver a la gente a la altura de los ojos”.

La **curiosidad** es útil para preguntarse por todo constantemente, para sorprenderse por lo sencillo, para revisar si el día se ha vivido o es una raya en el agua.

El **rigor** es indispensable para no dejar las narrativas a medias, para elegir la palabra adecuada, para presentar un texto limpio y precioso. “Tus textos también son tu historia”.

El **respeto** se traduce en un pacto sagrado con el lector: “todo lo que diga tiene que ser verdad”, la realidad es rica de por sí.

Finalmente, la **alegría** debe servir para “cambiar la ruta”, para ver las cosas con ojos distintos y buscar historia que merezcan ser contadas y contarlas bien. Una historia mal trabajada se lee y se olvida.

Difundir la realidad del Hábitat de las familias sin techo implica el uso

de entrevista como herramienta para profundizar en el conocimiento y coleccionar información veraz y desde la fuente primaria de información.

Desde apuntes de Alfonso Armada y Jacinta Escudos dejamos los “Pasos para hacer una buena entrevista”

### Antes de la entrevista:

1. Defina qué tipo de información necesitamos obtener con esta entrevista. Elabore un cuestionario según el tipo de trabajo o de producto que se piensa obtener: de 5 a 10 preguntas básicas si va a escribir una nota para prensa o blogs. Si la información que se busca servirá para escribir un libro, las preguntas pueden ser más y el proceso de entrevista puede llevar varios días.
2. Definir quién es la persona más adecuada para ser entrevistada. Siempre hay que pensar en 2 alternativas adicionales, en caso de que la primera opción no esté disponible.
3. Definir el equipo que va a utilizarse en la entrevista; cámara fotográfica o de video, grabadora, baterías, luces, micrófonos, etc. También se define el equipo humano que va a acompañar la entrevista, tomando fotos o filmando.
4. Coordine con el entrevistado la fecha, lugar y hora de la entrevista. Es bueno explicarle el tema y el objetivo de la misma. Se considera una descortesía en periodismo hacer una entrevista

- de sorpresa, sin previa cita, así es que este punto es importante.
5. Investigue con anterioridad un poco sobre el tema de la entrevista para tener la mayor cantidad de información y contexto posible.
  6. Trate de buscar un ángulo diferente del tema. Esto significa preguntarse por lo que los demás han dejado fuera.

### **Durante la entrevista**

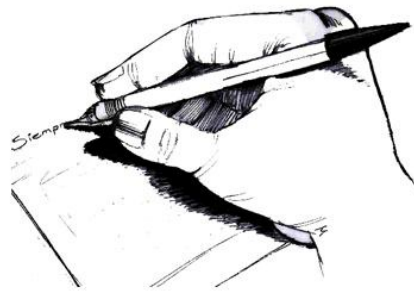
1. Llegue con tiempo, no de prisa. Cuando se encuentre con el entrevistado, trate de hablar unos minutos antes. Esto sirve para romper el hielo y establecer un clima agradable de conversación. Sea cortés y educado en todo momento.
2. De ser posible, el lugar de la entrevista debe ser tranquilo, sin distracciones ni ruidos fuertes, para que ambas personas puedan enfocarse en la conversación.
3. Revise si la batería de todo el equipo que va a utilizar está funcionando y en orden. Haga prueba de sonido, de ser necesario. Recuerde que si no graba video o sonido, será muy difícil que la persona vuelva a concederle su tiempo y deberá trabajar a pura memoria.
4. Hay que tener en cuenta que las personas necesitan un momento de ambientación, no hay total apertura y confianza en los primeros momentos o primeras preguntas.
5. Elimine el tuteo, siempre tratar de usted a las personas entrevistadas, sin que esta distancia respetuosa desmerite el interés genuino.
6. Las preguntas son todas importantes, pero la primera lo es más, Debe ir dirigida a construir confianza. Las siguientes deben ir estructuradas de lo más siempre a lo más complejo, de lo más trivial a lo más comprometedor, a manera de profundizar en el tema.
7. Hablar de manera clara y natural. Escuchar con atención lo que dice el entrevistado. Si algo no se entiende, pedirle que aclare lo dicho. Tome notas, como respaldo.
8. Si mientras el entrevistado está hablando, a usted se le ocurre una pregunta que no está escrita en el cuestionario original, anótela y hágala en el momento adecuado.
9. Recuerde que una buena entrevista es aquella que logra obtener la información que usted busca, pero también la que hace que el entrevistado le diga a usted cosas que no ha confesado o pensado antes. Esto se logra formulando preguntas claras e interesantes.
10. Oír atentamente. Dar prioridad a la escucha, al resto de sentidos que no sean la mirada. “La mirada es imperialista”, dice Armada, aunque también se puede entrenar para vivir con ella “como un radar” que guía hacia dónde enfocar la atención.

11. Cuando deba narrar sobre violencia es recomendable el uso de nombres falsos para proteger identidades y territorios. Y, en honor a la Verdad, decir que se están cambiando estos datos por seguridad de las personas implicadas.
12. Al final de la entrevista, pregúntele al entrevistado si quiere agregar algo más, o si hay algo de lo narrado que no quiere que se difunda. Agradezca el tiempo del entrevistado.

### **Después de la entrevista:**

1. Transcribir la entrevista o localizar en la grabación la información específica que necesita utilizar en su artículo.
2. Recuerde que si va a publicar la entrevista con preguntas y respuestas, lo que haya dicho el entrevistado debe ser textual a como lo dijo, aunque se pueden pulir vicios de dicción, muletillas y expresiones que puestas en lenguaje escrito no tienen sentido y entorpecen la lectura.
3. Si hay información que no le quedó clara, puede hacer una consulta rápida con el entrevistado, sea por correo o teléfono. Si usted duda de alguna información de fondo, verifique los datos obtenidos.
4. Si su entrevista va acompañada de fotos, no olvide poner una nota al pie de la foto, explicando la escena, lugar, fecha en que fue tomada y nombre del fotógrafo.

Hay que agrandar la realidad, no para ser sensacionalista, sino para focalizar la mirada hacia lo invisible. Se trata de contar la Vida a través de sus protagonistas.



Llegado el momento de escribir, debe tenerse en cuenta que la narrativa de un reportaje o crónica es como un ornitorrinco (Villoro, 2012), es decir, combina varios géneros literarios.



De la novela, retoma una historia, personajes y crear una ilusión de vida para situar al lector en el centro de los hechos.

Hay también un poco de reportaje: los datos inmodificables.

Es un poco cuento, por el sentido dramático en espacio corto y la sugerencia de que la realidad ocurre



para contar un relato deliberado, con un final que lo justifica.

De la entrevista y el teatro se toman los diálogos.

Del Ensayo se toma la posibilidad de argumentar y conectar saberes dispersos.

Y de la Autobiografía, el tono memorioso y la reelaboración en primera persona...”

Armada (2015) también comparte normas sencillas para la redacción de narrativas:

1. Antes de escribir, pensemos en cómo contar lo que hemos visto u oído en un texto que sea sencillo, humano y ameno. Hagamos una estructura: inicio – centro – final. La estructura es el esqueleto del texto, son los vagones de un tren.
2. Pensar siempre en el lector, es nuestro objetivo. El lenguaje para dirigirnos a él debe ser claro, sencillo, bello, ameno y entusiasta. Las palabras usuales son más útiles que las pretenciosas y largas. El o la líder puede hacer una colección de palabras bonitas.
3. Escribir los detalles pequeños que rodean a quienes dieron su testimonio: la ropa, su olor, su aspecto, cómo mira. También describir el lugar en que se hizo la entrevista: la casa, los muebles, la luz y olores del lugar.
4. “Enganchar” al lector desde el primer párrafo. El “gancho” puede ser una anécdota, una pregunta, contar cómo es el personaje: por ejemplo: Simeón es moreno, delgado y sólido; habla con todo

su cuerpo como una rama que se balancea con el viento.

5. No soltar al lector. El segundo párrafo también debe ser interesante. Es útil incluir las propias emociones.
6. En cada párrafo, una escena, una idea diferente del anterior.
7. Cuidar que cada frase lleve sujeto, verbo y predicado. Olvidarse de frases hechas
8. El final también debe ser brillante. Las frases cortas dan más fuerza al final y quedan grabadas en la memoria.
9. Terminado el texto, es bueno leerlo en voz baja para uno mismo. Es recomendable darlo a un primer lector antes de difundir para saber si otra persona lo entenderá sin explicaciones. También dejarlo reposar y volverlo a leer tiempo después.

Hay muchos ejercicios de escritura posibles para el inicio de narrativas comunitarias. Se puede iniciar con el dibujo de su calle, su barrio y escribir sobre el papel los elementos atractivos para ser contados. Y luego comenzar a retomar esas narrativas.

Se trata de echar un vistazo nuestras a realidades cotidianas con una mirada diferente, y preguntarse sobre cómo se han construido las viviendas, cómo han crecido o decrecido las familias, cómo ejercen sus oficios los artesanos del lugar, si existe una historia interesante sobre algún niño en especial (o quizás nuestra propia historia), qué costumbres se han ido perdiendo, qué es lo que ya no se comparte.

Hay que conocer a fondo sobre lo que se cuenta; Walter Benjamín (Revista Frontera D, 2013) dice que no es lo mismo un camino rural si lo sobrevolamos desde un aeroplano que si lo recorremos a pie.

#### 4. Difundir el Hábitat



Producidas las narrativas, también es conveniente difundir su existencia y utilizarlas en las comunidades como realidades sobre las cuales reflexionar.

Se trata de crear ciudadanía desde la generación y consumo de información.

Internet llegó para quedarse, dice Armada. Es de aprovechar la sensación de realidad que ofrece, la posibilidad de suscitar opiniones, y el efecto adictivo con que navega la gente.

Algunas ideas para la difusión de nuestras narrativas

- a) Es necesario saber distinguir qué temáticas pueden narrarse con: a) sólo con texto, b) sólo con una foto; c) con una galería de imágenes; d) un video, e) una mixtura de las opciones anteriores.
- b) Igualmente es de tener en cuenta que las narrativas son diferentes si se difunden en un blog o en una red social. En ésta última, las publicaciones deben ser breves y muy interesantes.
- c) Citar las fuentes de datos y los orígenes de las imágenes si no pertenecen a quien publica.
- d) Una fotografía debe ser, como dice Buñuel, “una herida en la mirada”. Las fotos deben ser impactantes, y éstas no son las de las víctimas destrozadas, sino las que viven con dolor.
- e) Un tema de precaución es la foto “robada”. No siempre hay oportunidad de pedir permiso en situaciones imprevistas, pero sí se puede solicitar autorización de publicación.
- f) Mejor no publicar lo que no se conoce bien.
- g) Respeto al lector. Buscar la elegancia, la excelencia, evitar el chascarrillo y el insulto.
- h) Evitar la intromisión de anunciantes o patrocinadores.
- i) Reconocer públicamente los errores cuando se hayan publicado, subsanar y publicar la narrativa corregida.
- j) Evitar el auto-bombo. Los logros deben ser comentados de manera discreta.
- k) Difundir esperanza. Las narraciones pueden dar cuenta de realidades tristes, pero estamos obligados a dar y difundir la esperanza. Hay que narrar lo que se ve, pero

también alentar que se puede cambiar

- l) Los líderes narradores deben enseñar pasión a las personas más jóvenes que presenten vocación a la escritura y al periodismo comunitario para sumar reporteros de calle.
- m) Mantener una actitud de pregunta constante sobre la realidad y trasmitirla. No dar respuestas panfletarias, sino trasladar a la audiencia interrogantes que permitan llegar al por qué desde el contar qué, dónde y cuándo. Las narrativas deben ceñirse al relato de los hechos; las opiniones le corresponden al lector.
- n) Se recomienda hacer una lectura constante de los comentarios a las narrativas, a manera de pesquisa del rumbo de las opiniones.

Esta difusión no es para ganar seguidores y “likes”. El propósito final debe ser hacer visible y relevante su problemática para tener respuestas permanentes desde el Estado.

## **5. Finalmente**

Desde los medios comerciales hay una producción constante de información falsa.

El que la historia se cuente desde los olvidados, los despojados y expatriados obliga a una nueva narrativa.

Esta narrativa también debe rescatar la belleza y el humor de las comunidades, lo invisibles de ellas.

Los y las líderes comunitarios pueden llegar a ser narradores de las realidades de vida de los sin techo.

El periódico digital de Asturias (Asturias.com, 2015) publicaba que la era digital rompe fronteras: en el 2014 Internet cumplió veinticinco años, con más de 600 páginas web on line en el mundo.

Hay temor y desconocimiento en algunos líderes sobre el paso del papel al Internet. Se trata de una desconfianza entendible; muchos de estos líderes rondan, en promedio, los 47 años y la educación primaria básica terminada.

Sin embargo, algunos de ellos se han retado a sí mismos y buscan ciber-cafés; entienden que el acceso a la comunicación e información digital al mundo no es una coyuntura, que estas tecnologías se han posicionado como parte de nuestra cultura, tal como en su momento lo fue la impresión en papel.

Hay que familiarizarse con el uso de los ordenadores, las herramientas y los productos digitales.

CONAPO tiene su fan page en Facebook y su blog en Google. Sería bueno diversificar los blogs, incluir a jóvenes, titular estos blogs con nombres creativos y atractivos.

Las narrativas pueden versar sobre Vivienda, Tercera Edad, Jóvenes y sus retos, Comida y Costumbres, Medioambiente, Esclavitudes Modernas, Género, Alimentación desde huertos caseros y más.

Los reportajes pueden incluso empezar con el tema de Identidades;

la interrogante “quién soy” es válida para una diversidad de edades.

Los liderazgos comunitarios deben también fomentar la cultura de la lectura, y además, la lectura en voz alta, haciendo pausa, leyendo con sentimiento. Leer, leer, leer. Las palabras son la herramienta de cualquier narrador.

Los liderazgos deben tener mirada atenta no difundir noticias virales. Usualmente son distractores irrelevantes o coberturas de realidades políticas perversas que suceden mientras el público se nutre del escándalo.

Implica ser críticos y selectivos con la producción, difusión y el consumo de productos culturales e informáticos. No todas las ideas son respetable, también hay ideas deplorables. El riesgo es grande porque Internet no cesa jamás.

La difusión de las realidades comunitarias no debe quedarse sólo en los medios digitales. Se debe también procurar el acercamiento con la Academia (universidades), con las radios comunitarias en la búsqueda de aliados.

La búsqueda del sentido de la realidad es la tarea de quien narra, de quien escribe. No siempre se logra a la primera, pero hay que seguirlo intentando una y otra vez. Como dice Samuel Beckett: "da igual. Prueba otra vez. Fracasa otra vez. Fracasa mejor." (Wikiquote, 2015)

## 6. Referencias bibliográficas

- Armada, A. (18-23 de mayo de 2015). Entender (y explicar) el mundo. Taller de Periodismo Cultural. San Salvador, El Salvador: Curso Centroamericano de Periodismo.
- Asturias.com, E. d. (Agosto de 2015). El poder de la Internet y la información, la era digital rompe fronteras. <http://www.eldigitaldeasturias.com/noticias/el-poder-de-internet-y-la-informacion-la-era-digital-rompe-fronteras/>
- Barbero, J. (2002). La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana. [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/martin\\_barbero3.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero3.pdf)
- Boynton, R. (2015). El nuevo Nuevo periodismo: largo, caro y muy bueno. Frontera D. <http://www.fronterad.com/?q=nuevo-nuevo-periodismo-largo-caro-y-muy-bueno%E2%80%A6-por-ejemplo-jon-krakauer>
- Canal12sv. (2015). Homicidios desbordados en agosto. <https://www.youtube.com/watch?t=28&v=VCRHKtmGxB A>
- Conapo. (2015). De casa en casa. <http://Conapoelsalvador2008.blogspot.com/2015/06/de-casa-en-casa.html?sref=fb>
- Conapo. (2015). Tío David, la chicha y la miel de las molindas. <http://Conapoelsalvador2008.blogspot.com/2015/06/rescatando-tradiciones-desde-abuelos-y.html>
- CONAPO. (2015). Tío David, la chicha y las molindas. <http://Conapoelsalvador2008.blogspot.com/2015/06/rescatando-tradiciones-desde-abuelos-y.html>
- ContraPunto. (10 de junio de 2013). La demanda de vivienda crece en 15 mil cada año. <http://www.contrapunto.com.sv/coyuntura/la-demanda-de-vivienda-crece-en-15-mil-cada-ano>
- Fundasal. (2015). A diez años del volcán Ilimatepec. Texto inédito en construcción.
- Revista Frontera D. (2013). Otro periodismo es posible. <http://fronterad.com/?q=otro-periodismo-es-posible-manifiesto-%E2%80%98xxi%E2%80%99>
- Revista Técnica Literaria. (s/f). Las situaciones dramáticas. <http://www.tecnicaliteraria.com/modules.php?name=News&file=article&sid=1040>
- Villoro, J. (2012). Antología de crónica latinoamericana actual. En D. Jaramillo. Bogotá: Alfaguara.
- Wikiquote. (2015). Samuel Beckett. [https://es.wikiquote.org/wiki/Samuel\\_Beckett](https://es.wikiquote.org/wiki/Samuel_Beckett)

## Anexo

### Protocolo comunicacional de la Comisión Nacional de Pobladores CONAPO en la gestión de sus instrumentos digitales



[www.Conapo.org](http://www.Conapo.org)

#### Antecedentes:

La Comisión Nacional de Pobladores, CONAPO, es un organismo de tercer nivel<sup>1</sup> que agrupa a comunidades rurales y urbanas y a cooperativas de vivienda en la lucha por hacer vigente el derecho humano a la Vivienda y el Hábitat para los sectores empobrecidos del territorio nacional. Su principal objetivo de lucha es incidir ante el Estado por:

- 1) la creación de instituciones del gobierno, fuertes y con recursos para tomar decisiones a favor de la promoción

#### Tabla 1. Proceso de lucha y constitución de CONAPO

- **2008** – se forma la Comisión Nacional del Pobladores – CONAPO y en 2010 presenta a la Asamblea Legislativa un anteproyecto de Ley de Vivienda de Interés Social (ALVIS)
- **2012** - se inicia estudio del ALVIS en la Asamblea Legislativa que no se concluyó.
- **2012-2014** - Se forma el Grupo Gestor por la Vivienda y el Hábitat en el cual participa CONAPO por nuevos instrumentos de Ley: Una política y una ley por la Vivienda y el Hábitat.

<sup>1</sup>CONAPO se considera de tercer nivel porque aglutina a los movimientos MAPUS – Asociación de barrios y comunidades de El Salvador-, a FESCOVAM que representan a las cooperativas de vivienda por ayuda mutua, y a ASPODEPAZ, que reúne a comunidades pobres del Departamento de La Paz afectadas por los sismos del año 2001.

## Vivienda de Interés Social (VIS)

- 2) la obtención de suelo urbanizado o urbanizable para construir vivienda de interés social. Al respecto se proponen al Estado varias alternativas, desde el uso de inmuebles públicos deshabitados, bajar a 5 los 30 años establecidos para la prescripción adquisitiva, donaciones y daciones<sup>2</sup> en pago desde la empresa privada constructora, y otras.
- 3) la canalización de financiamiento permanente para programas y proyectos desde el gobierno para disminuir paulatinamente el déficit habitacional – cuantitativo y cualitativo – que alcanza ya el medio millón de viviendas.

Brevemente, la historia de lucha de Conapo se presenta en el recuadro 1. En esta trayectoria, la Fundación Salvadoreña de Desarrollo y Vivienda Mínima FUNDASAL ha sido un aliado permanente y un asesor técnico. Actualmente ambos, Conapo y Fundasal, forman parte de un asocio entre actores llamado Grupo Gestor que lidera el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano (VMVDU) que trabaja en la presentación de un marco legal alternativo por la Vivienda y el Hábitat

Las personas líderes que integran Conapo proceden de familias empobrecidas, con una edad promedio de 47 años, estudios básicos no terminados y conocimientos muy básicos en Tecnologías Informáticas.

La necesidad de difundir las condiciones de precariedad en las que viven, fortalecer lazos de solidaridad a nivel nacional e internacional y comunicarse con diferentes actores sociales les obliga a crear en el último mes, su propio correo y su fan-page en Facebook, accesible desde el link <https://www.facebook.com/ConapoElSalvador>

Descripción de producto o servicio:

El presente documento contiene una propuesta comunicacional para la Comisión Nacional de Pobladores, CONAPO en la gestión de su Facebook, aplicables a otras redes sociales<sup>3</sup>. Se trata de recomendaciones para nutrir de información de calidad su fan page, para generar opinión pública e incidir en el tema Vivienda y Hábitat, con énfasis en la Vivienda de Interés Social, en adelante se conocerá con la sigla VIS

---

<sup>2</sup> Se entiende por dación en pago a entregas de tierra o dinero que las empresas constructoras de proyectos habitacionales de lujo podrían hacer como tributo a la VIS. Esta figura jurídica - dación en pago - es una de las apuestas de Conapo que se han incluido en una propuesta de Ley, aun en debate en la Asamblea Legislativa.

<sup>3</sup>Al momento, Conapo cuenta con correo electrónico, fan page en Facebook y el dominio del sitio web [www.Conapo.org.sv](http://www.Conapo.org.sv). Tiene en proyección la creación progresiva de una página web, un blog y un Twitter, según la motivación y avance en habilidades tecnológicas en el manejo por las redes informáticas

## Objetivos del plan de manejo de medios

### A corto plazo:

- Conapo adquiere habilidades tecnológicas básicas para la gestión de su página de seguidores en Facebook

### A largo plazo

- La página en Facebook de Conapo se posiciona como ventana digital a nivel nacional e internacional en la lucha del movimiento social salvadoreño por la Vivienda de Interés Social

### Objetivos medibles (Ver apartado de Monitorización y métricas).

- Al menos dos personas –un hombre y una mujer - de cada una de las 3 organizaciones integradas a Conapo se capacitan para la administración de la página Facebook de Conapo El Salvador
- La página Facebook de Conapo-El Salvador se dinamiza con el aporte de al menos 6 fotos y un artículo semanal, provisto desde las organizaciones integradas a Conapo
- La página Facebook de Conapo-se convierte en referente informativo mediante la adhesión de links de noticias sobre el tema Vivienda y Hábitat, difusión de testimonios audiovisuales, etc.
- Se incorporan y explican artículos del marco legal en construcción (Política y Ley de Vivienda y Hábitat)
- Usuarios de la página participan en encuestas de opinión sobre el tema Vivienda y Hábitat.


Administradores:

Organización	Nombre	Teléfono	Correo
Mapus	Judith Castillo	7550-6991	annajudithjimenez@gmail.com
	Luis Abraham Vásquez	7751-8415	luisabraham_1982@yahoo.com
Aspodepaz	Dolores Rosales	7142-2140	ana5022010@gmail.com
	Héctor Lima	7272-7881 6164-1710	cruzlima165@gmail.com
Fescovam	Mónica Domínguez	7839-3109	
	Wilberto Rosales	7302-7720	wilberto236@hotmail.com

Para activar este protocolo, este grupo se iniciará reuniendo cada martes en el local de Fescovam a partir de las 8.30 a.m.



Público

Comunidades de interés	Familias viviendo en precariedad – base social de Conapo	Instituciones del Estado comprometidas por Ley en el tema Vivienda y Hábitat <sup>4</sup>	Agencias de cooperación internacional <sup>5</sup>	Medios de comunicación alternativos, nacionales e internacionales	Iglesias y otras organizaciones no estatales	Academia local y regional
Características socio gráficas	<p>Iconos referidos a: viviendas, ambiente, organización social, dinero, construcción civil. Ejemplos</p> 					
Características que comparten, intereses, etc.	Disminución gradual del déficit habitacional, cumplimiento de los derechos humanos de la población empobrecida, promoción de la organización protagónica e incidencia de la población civil, sostenibilidad ambiental, densificación de las ciudades, eficiencia					
Localización en red o redes, dónde se pueden encontrar	Páginas de sitios web, Redes de Facebook y Twitter personales e institucionales; blogs personales e institucionales					

<sup>4</sup>Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano (VMVDU), Fondo Social para la Vivienda (FSV), Fondo Nacional para la Vivienda Popular (FONAVIPO), Asamblea Legislativa, Secretaría Técnica de la Presidencia,

<sup>5</sup>ONU HABITAT, KFW, MISEREOR, Cooperación Japonesa (JICA), Cooperación Sueca, Cooperación Italiana y otros

Actualmente el Facebook de la Conapo está transmitiendo mensajes en plantillas que se seguirán aprovechando con características más dinámicas y de interés para sus usuarios.

**NI EN LO URBANO NI EN LO RURAL,  
SE VIVE CON DIGNIDAD**

**No me alcanza para pagar el alquiler de la pieza**

Comunidades, Barrios precarios, Cooperativistas de Vivienda, Familias en mesones, Lote-habientes Habitantes de línea férrea

Escribenos al correo [conapo.elsalvador@gmail.com](mailto:conapo.elsalvador@gmail.com)  
Búscanos en Facebook como  <https://www.facebook.com/ConapoElSalvador>

**Comisión Nacional de Pobladores, CONAPO**

La vivienda es un derecho, no una mercancía.

**NI EN LO URBANO NI EN LO RURAL,  
SE VIVE CON DIGNIDAD**

**En invierno, el techo de la pieza parece colador**

Comunidades, Barrios precarios, Cooperativistas de Vivienda, Familias en mesones, Lote-habientes Habitantes de línea férrea

Escribenos al correo [conapo.elsalvador@gmail.com](mailto:conapo.elsalvador@gmail.com)  
Búscanos en Facebook como  <https://www.facebook.com/ConapoElSalvador>

**Comisión Nacional de Pobladores, CONAPO**

La vivienda es un derecho, no una mercancía.

**NI EN LO URBANO NI EN LO RURAL,  
SE VIVE CON DIGNIDAD**

**Se me casó el último hijo. Ya somos 16 en la champa**

Comunidades, Barrios precarios, Cooperativistas de Vivienda, Familias en mesones, Lote-habientes Habitantes de línea férrea

Escribenos al correo [conapo.elsalvador@gmail.com](mailto:conapo.elsalvador@gmail.com)  
Búscanos en Facebook como  <https://www.facebook.com/ConapoElSalvador>

**Comisión Nacional de Pobladores, CONAPO**

La vivienda es un derecho, no una mercancía.

**NI EN LO URBANO NI EN LO RURAL,  
SE VIVE CON DIGNIDAD**

**Pagamos toditas las letras por el lote, y nos niegan la escritura**

Comunidades, Barrios precarios, Cooperativistas de Vivienda, Familias en mesones, Lote-habientes Habitantes de línea férrea

Escribenos al correo [conapo.elsalvador@gmail.com](mailto:conapo.elsalvador@gmail.com)  
Búscanos en Facebook como  <https://www.facebook.com/ConapoElSalvador>

**Comisión Nacional de Pobladores, CONAPO**

La vivienda es un derecho, no una mercancía.

## Desarrollar un Protocolo de Comunicación

- Línea editorial – características del mensaje, temas, tratamiento de los mensajes
  - Lenguaje accesible a toda la población
  - Enfocado en el derecho humano a la vivienda
  - Generar tópicos correlacionados: derecho al Agua, derecho a un medioambiente limpio, energías renovables y construcción alternativa al servicio de la vivienda popular, gestión estratégica de riesgo y similares
  - Buenas prácticas nacionales e internacionales en los temas Organización Social, Vivienda alternativa
  - Información curiosa y efemérides en torno a los temas Vivienda y Hábitat.
  - Se hará uso del espacio para la denuncia de las carencias del hábitat popular y se indicará a las instituciones o instancias de gobierno que les compete, por Ley, tomar posición para dar alternativas viables de solución.
- Palabras clave, frases claves del producto o servicio.
  - Vivienda de interés social
  - Derecho Humano
  - Acceso al suelo
  - Programas estatales de VIS
  - Problemática de la población sin techo
  - Políticas públicas
  - Marco legal nacional e internacional por la Vivienda y el Hábitat
- Lenguaje a utilizar
  - Alentador de la solidaridad y coordinación intersectorial
  - Promotor del reconocimiento de carencias y retos diarios de las familias que viven en asentamientos precarios, en casas de alquiler o alojados con familiares.

- Procurar el uso correcto del lenguaje escrito: observación de reglas de ortografía y gramática
- Lenguaje Prohibido
  - Insultos o palabras groseras
  - Lenguaje sexista, tanto en imágenes como en texto
  - Frases panfletarias, retadoras
  - Señalamientos directos a personas particulares o funcionarios
  - Información personal de sus afiliados, incluyendo eventos sociales (cumpleaños, bodas y otros eventos), para que la página conserve su carácter
- Contexto, tono de los mensajes – emotivo, racional, humorístico, se hablará de vos o usted.
  - Se procurará un lenguaje ameno pero formal.
  - Mejor usar el usted en todos los casos
  - El lenguaje suscitará emotividad y solidaridad, a través de mostrar con datos oficiales y testimonios, las condiciones de precariedad habitacional, sin generar lastima hacia ese sector de la población.
- #Hashtags, emoticonos y otros recursos a utilizar.
  - #ViviendamiDerecho,
  - #ViviendaDigna
  - #PobladoresSV

#### Protocolo de gestión

- Crear presencia en medios adecuados – Redes a utilizar.
  - Fan page de Facebook, ya existente en el siguiente link: <https://www.facebook.com/ConapoElSalvador>
  - Página web, en proceso de creación
  - Se analizará la posibilidad de la creación de una cuenta en Twitter y YouTube

- Diseño de perfiles
  - Descripción de las características gráficas para los perfiles,
  - Tipo de fotos. Se procurará que las imágenes:
    1. resguarden la dignidad e integridad de las personas
    2. Inspiren solidaridad, pero no conmisericación
    3. Refuercen la autoestima individual y colectiva de los pobladores
    4. Evidencien esfuerzos por dignificar sus condiciones de vida
    5. Eviten la estigmatización de asentamientos precarios como nichos del crimen o las pandillas.

- Uso de logotipos o imágenes para las portadas

Se utilizará el logo de Conapo como símbolo del sitio, consisten en un croquis del mapa de El Salvado con una vivienda al centro



- Colores e imágenes de fondo.

Negro y blanco: colores del logo de Conapo

Amarillo oro: color identitario de la organización que representa a barrios precarios urbanos

Celeste encendido: color identitario de la organización que representa a las comunidades del departamento de La Paz

Colores del arco-iris, par de pinos y manos enlazadas: que representan a las cooperativas de vivienda por ayuda mutua.



- Identificar a personas (profesionales) involucrados en el proceso. Designar a un Community Manager

Se realizará un proceso de capacitación con los miembros de la CONAPO. En él se identificará a dos personas por cada organización integrante de Conapo para que sean los administradores de las Redes Sociales. Se buscará el apoyo de instituciones amigas que pudieran apoyar una capacitación permanente para el movimiento social

- Horario de publicación

- De accesibilidad permanente
- Trabajo en cambios y actualizaciones, al menos cada dos días en horas matutinas.
- Regularidad propuesta

<b>Día de la semana</b>	<b>Tipo de mensaje</b>
Lunes	Eventos importantes del fin de semana en los asentamientos
Martes	Testimonios, fotos propias, invitaciones a eventos de Conapo
Miércoles	Panorama internacional
Jueves	Marco legal – Política y Ley – en construcción
Viernes	Efemérides del mes, entrevistas a miembros o funcionarios
Sábado / Domingo	Encuestas y reflexiones educativas

- Acciones especiales
  - 1 de mayo – día internacional del trabajo
  - 8 de marzo – día internacional de la mujer
  - 5 de junio – día internacional del medioambiente
  - 3 de octubre – día internacional de las personas sin techo
  - 30 de agosto – aniversario de creación de Conapo

#### Protocolo de crisis

- Tener directrices claras sobre cómo actuar ante las quejas
  - Las personas naturales o instituciones deben identificarse plenamente cuando presenten sus denuncias.
  - Las personas administradoras dará respuesta a la mayoría de quejas o denuncias en la medida que sean pertinentes al tema Vivienda y Hábitat, para orientar gestiones, para sugerir contactos, para alentar la adhesión a Conapo o simplemente para agradecer su participación.
  - Las personas administradoras deben recordar que no contestan a sus seguidores de forma personal, sino institucionalmente, por lo tanto, se debe evitar un tono de voz agresivo o burlón o pelear con los seguidores.

- Se trata de dar respuesta con posibles soluciones. Por lo tanto las personas administradoras debe tener conocimiento del accionar de la Conapo, leyes, organizaciones e instituciones del sector para dar respuestas verídicas.
- No dejar de contestar, aún si no se tiene una respuesta adecuada. Se le solicita al seguidor un tiempo oportuno para darle una contestación más certera a su inquietud.
- Mencionarle al seguidor que sus comentarios siempre son bien recibidos y que se le tomarán en cuenta sus sugerencias.
- Las denuncias deben ser sobre hechos verosímiles y, por lo tanto, comprobables
- Conapo podrá ser intermediario entre los seguidores y las instituciones o personas responsables de los hechos denunciados, pero no tratará de resolver el problema denunciado.
- Anticiparse a posibles críticas y problemas de comunicación
  - Conapo se presentará como una entidad que no es responsable de la información o comunicación publicada por sus usuarios.
  - Conapo se considera, a través de su red social una organización de servicio, sin fines lucrativos, políticos partidarios ni religiosos.
  - Destacar que el interés fundamental de Conapo es el ejercicio del derecho humano a la vivienda digna para las personas que carecen de ello.
- Definir argumentos que se pueden utilizar para gestionar, reducir y evitar posibles crisis
  - Las decisiones de Conapo deberán tomarse por amplia mayoría, de tal manera que refleje una cultura democrática, todos y todas deben hacer oír su voz y su opinión, de tal manera que se decidirá lo que apruebe la mayoría
  - Deben registrarse todos los acuerdos tomados por Conapo y hacerlos llegar por diversas vías- e-mail-facebook y otros medios electrónicos- a todos los miembros de la Comisión

- Los miembros de Conapo deben aceptar, como corresponde, las decisiones, acuerdos, políticas y otros asuntos, como forma de responder al espíritu democrático que debe animar a sus integrantes.
- Todas y todos los miembros de Conapo tienen derecho a disentir de las opiniones que emitan otros miembros, pero teniendo siempre el ánimo de llegar a consensos que representen el bien común de la entidad.

#### Monitorización y métricas

La monitorización se realizará mensualmente entre el Comité Coordinador de Conapo y Fundasal. La métrica a utilizar será consensuada con Conapo. La propuesta actual sugiere para el primer año:

<b>Métrica</b>	<b>Criterio de medición mensual</b>
Artículos publicados	Al menos uno, surgido desde la misma población de los movimientos que integran Conapo
	Al menos uno, surgido desde de población de América Latina que se refiera a avances de movimientos sociales o acciones estatales a favor de la VIS
Comentarios publicados	Al menos un 30 % de comentarios se realizan desde funcionarios, expertos, consultores, cooperantes
Enlaces al sitio desde otros	Vinculación de al menos una institución o movimiento afín
Suscripciones	Conapo se enlaza al menos con una de otras páginas Facebook o sitios web relacionados al tema Vivienda y Hábitat a nivel de la comunidad hispano parlante
Seguidores	Conapo logra incorporar a 30-50 nuevos seguidores cada mes
Quejas por día	Se debe orientar y mostrar solidaridad con los problemas presentados por los seguidores en relación a su hábitat
Menciones – RT	El administrador/a llevará un conteo de todas las menciones y RT que realicen los seguidores.
“Me gusta” - Facebook	Conapo logra al menos 25 likes en sus publicaciones cada mes

Se propone el siguiente formato para monitoreo:

<b>Ficha técnica de monitoreo de Facebook de la fan page de Conapo EI</b>
---



<b>Salvador</b>	
N° de mensajes posteados	
N° de mensajes con actividad	
Fecha de inicio	
Fecha de presentación de informe	
N° de Me gusta	
N° y tipo de comentarios	
N° de Compartidos	

#### Participación de usuarios

<b>Métrica</b>	<b>Criterio de medición</b>
Conversaciones	Conapo responde a mensajes de sus seguidores con un atraso no mayor de 48 horas
Tráfico – visitas	La fan page de Conapo mantiene un promedio de 30 visitas al mes
Descargas de archivos	Conapo comparte archivos de otras organizaciones afines al menos 2 veces al mes
Número de usuarios que comparten	Al menos 10 usuarios al mes han compartido las publicaciones de Conapo
Etiquetas (tags) en publicaciones	Conapo etiqueta a actores claves – instituciones estatales y cooperantes – al menos cuatro veces al mes

#### **Protocolo de entendimiento.**

##### **Descripción del servicio:**

Es una herramienta que fortalecerá y facilitará la información y comunicación al interior de la organización y otras entidades.

##### **Objetivo:**

Agilizar el trabajo de Conapo y de las organizaciones que lo integran manteniendo una comunicación oportuna entre sus miembros.

##### **Entre los miembros del comité:**

- Informar entre los miembros de las organizaciones los eventos trascendentales, relacionados con el quehacer de la Conapo.

- Un representante de cada organización será encargado de revisar y monitorear el correo electrónico. De Mapus: Luis Vásquez, de Aspodepaz: Ana Dolores Rosales y de Fescovam: Wilberto Rosales.

**Entre miembros del comité y entidades en general:**

- Responder con la prontitud que sea necesaria a los correos electrónicos recibidos.
- Las respuestas deben ser orientadas al quehacer de Conapo.
- Dar respuesta a los correos de forma cortés y con un lenguaje adecuado.
- Contactar a los miembros de Conapo que compete dar respuesta a la información recibida.

**Uso del correo electrónico:**

Cada organización puede utilizar el correo electrónico de Conapo según las necesidades, urgencia, problemas que requiera ser atendido por una o diferentes instituciones.