



El barrio del futuro

Una fórmula para
barrios solidarios
y sostenibles



El barrio del futuro

Una fórmula para
barrios solidarios
y sostenibles

Prólogo

«El impacto va más allá de las cifras. Es humano y admite interpretaciones subjetivas. Describe lo que nos construye, nos moldea y nos rompe. Si todo va bien, influye positivamente en la vida de las personas. A menudo lo buscamos lejos de casa y lo encontramos muy cerca. El impacto positivo empieza con los amigos, la familia y los vecinos. Aspire a dejar una buena huella en su propio entorno.»

Busque imágenes de “ciudad inteligente” en Google y verá lo mismo una y otra vez: un horizonte frío protagonizado por sensores hiperconectados y centros de datos. Las personas reales no tienen ningún papel en esta historia.

Sin embargo, la tecnología debe servir a las personas, y no al revés. Su impacto y el de las redes sociales en nuestra sociedad es indudable. Estamos más conectados que nunca con personas afines de todo el mundo, pero perdemos el contacto con nuestro entorno inmediato y nuestros vecinos. Tampoco todos tienen acceso a la tecnología digital. Piense en la brecha digital entre quienes tienen acceso y quienes no, a menudo colectivos vulnerables o desfavorecidos. En el Reino Unido, unos 6 millones de jóvenes carecen hoy de banda ancha en casa, de un portátil o de un ordenador de sobremesa.¹ Además, la soledad se está convirtiendo en una epidemia mundial: alrededor del 33 % de los adultos se sienten solos.²

Las administraciones locales y las organizaciones pueden marcar la diferencia. Mediante el desarrollo comunitario local, fomentan la ayuda vecinal informal, facilitando el apoyo mutuo, y la economía circular, promoviendo la necesaria sostenibilidad al intercambiar o regalar objetos y compartir habilidades. Los habitantes pueden acceder a información, conocimientos locales, espacios y apoyo informal que ya existen en el barrio: acceder a ese capital social y activarlo.

Cuantas más personas accedan al capital social, mejor podrá el barrio afrontar por sí mismo los retos sociales. Se convertirá en un ecosistema resiliente, mejor preparado ante amenazas externas como una pandemia, una crisis alimentaria o energética, la delincuencia o incluso una catástrofe natural.

Hoplr quiere generar un cambio tangible en los barrios con su red vecinal digital y sus herramientas para gobiernos locales y grupos comunitarios. Por eso trabajamos en una fórmula que permita conocer el capital social de los barrios año tras año. A partir de ella, podemos desarrollar y evaluar iniciativas vecinales desde la base e intervenciones desde las instituciones, para liberar el inmenso potencial de cualquier barrio.

En este documento proponemos una forma de comprender la dinámica del capital social de un barrio. Con ella, queremos ayudarle a identificar y desarrollar el valor de la comunidad local.

Jennick Scheerlinck,
Fundador y director general de Hoplr

1 Catch 22 and Nominet, Digital disadvantage – barriers to digital skills and access, 2021.

2 Statista, Feeling of loneliness among adults 2021, by country, 2021.



El valor de un barrio	7
1.1 El papel de nuestras redes personales en el barrio	9
1.2 El capital social del barrio	11
1.3 El reto	15



Una fórmula para barrios solidarios y sostenibles	21
2.1 La fórmula del capital social	23
2.2 Potencial	24
2.3 Acceso	25



Querer acceder al capital social	31
3.1 Definir la cohesión social	33
3.2 Dimensiones de la cohesión social	35
3.2.1 Sentido de comunidad	35
3.2.2 Confianza	37
3.2.3 Reciprocidad	39
3.2.4 Valores compartidos	43
3.2.5 Redes	45



Poder acceder al capital social	53
4.1 Espacios físicos	57
4.2 Espacios virtuales	59



Dinámicas del barrio	65
5.1 Influencia de los espacios en la cohesión social ..	68
5.2 Influencia de la cohesión social en los espacios ..	68
5.3 Condiciones previas	69



Conclusión	75
-------------------------	-----------



Extra: Primeros pasos en el desarrollo comunitario local	79
7.1 Análisis del barrio	81
7.1.1 Métodos	82
7.1.2 Desarrollar un análisis del barrio	83
7.1.3 Visualizar las aportaciones	89
7.2 Proyectos vecinales	91
7.2.1 Inventario	92
 Agradecimientos	 94

El valor de un barrio

1.



El valor del barrio

Ah, los buenos tiempos: un asado en el horno, niños jugando en la calle, padres charlando junto a la valla, el abuelo cortando el césped... Entonces, la comunidad cuidaba de sus miembros. Los buenos tiempos: sin duda, tiempos mejores.

En cuanto tenemos edad para percibir los posibles inconvenientes del cambio social, ya sean la contaminación de la industrialización, el consumo excesivo de la globalización o la sobrecarga informativa de la digitalización, recurrimos a la idea de “**los buenos tiempos**”. Es un tópico tentador: culpar al cambio del deterioro de nuestras comunidades y de nuestra vida social, y añorar recuerdos difusos de una supuesta edad de oro.³

Nuestra relación con el barrio es sin duda distinta de la de antes, pero **el barrio no ha perdido en absoluto su valor**. Más adelante mostraremos que la comunidad local alberga un enorme potencial, quizá mayor que nunca. Antes, buscaremos la causa de ese cambio de relación con el barrio. La encontraremos en una **transformación de nuestras redes personales**.

1.1 El papel de nuestras redes personales en el barrio

Individualismo en red

Los sociólogos Rainie y Wellman acuñaron el término “**individualismo en red**”.⁴ Antes, nuestra red constaba de unos pocos grupos sociales muy unidos y cercanos físicamente. Hoy solemos pertenecer a numerosos grupos diversos con fines concretos. Quizá nunca hablemos ni nos encontremos cara a cara con sus miembros. Con un grupo exploramos nuestros gustos musicales; con otro compartimos preferencias políticas o conocimientos

3 R. Forrest, A. Kearns, Social cohesion, social capital and the neighbourhood. Urban Stud. 38, 2125-2143 (2001); D. Schiefer, J. van der Noll, The essentials of social cohesion: a literature review. Soc Indic Res. 132, 579-603 (2017).

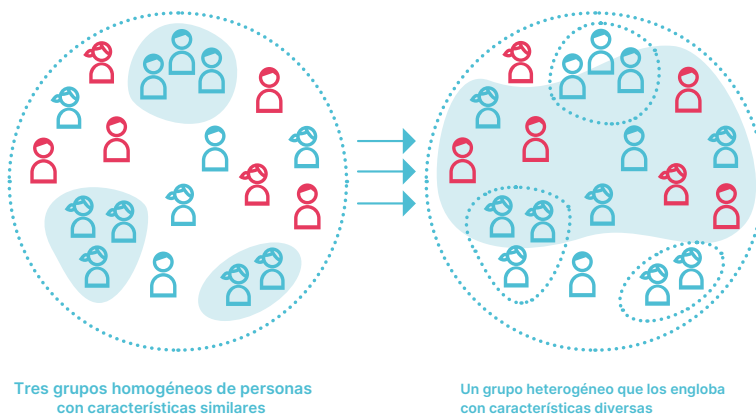
4 H. Rainie, B. Wellman, Networked: the new social operating system (MIT Press, Cambridge, Mass, 2012).

profesionales. La sociedad actual ofrece un inmenso abanico de comunidades, tanto digitales como presenciales, que satisfacen a la vez nuestras necesidades contradictorias de individualidad y de comunidad.

Diversidad local

Nuestras identidades y funciones sociales se fragmentan y se entrelazan menos con la comunidad local. Así, los barrios se vuelven cada vez más diversos. Personas con trayectorias muy distintas viven puerta con puerta. El barrio se convierte en un rico mosaico de intereses, talentos y creencias culturales o religiosas.

En otras palabras, bajo la influencia de la globalización, la urbanización e internet, la comunidad local ha pasado de ser un **grupo homogéneo**, cuyos miembros comparten mucho y actúan de forma similar, a un **grupo heterogéneo**, con gran diversidad.⁵



5 K. N. Hampton, B. Wellman, Lost and saved . . . again: the moral panic about the loss of community takes hold of social media. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*. 47, 643-651 (2018).

1.2 El capital social del barrio

Capital social

Toda red personal y toda comunidad contienen cierto capital social: la suma de recursos a los que se puede recurrir gracias únicamente a las relaciones sociales.⁶

Piense en un amigo que le ofrece entradas para un concierto al que no puede ir, o en un vecino que le lleva a una cita si su coche se avería. Es todo lo que su red puede hacer por usted, desde una perspectiva individual, o lo que la comunidad puede hacer por sus miembros, desde una perspectiva colectiva.

Unión frente a puente

Los grupos homogéneos y heterogéneos tienen capital social, aunque de distinta clase.⁷ En los grupos homogéneos hablamos de **capital social de unión**. Aporta un gran valor en forma de seguridad y apoyo social a través, entre otros factores, del sentimiento de pertenencia.

Sin embargo, los estudios indican que el capital de los grupos heterogéneos, el **capital social puente**, beneficia especialmente tanto a las personas como al crecimiento económico y a la aceptación de la diversidad.

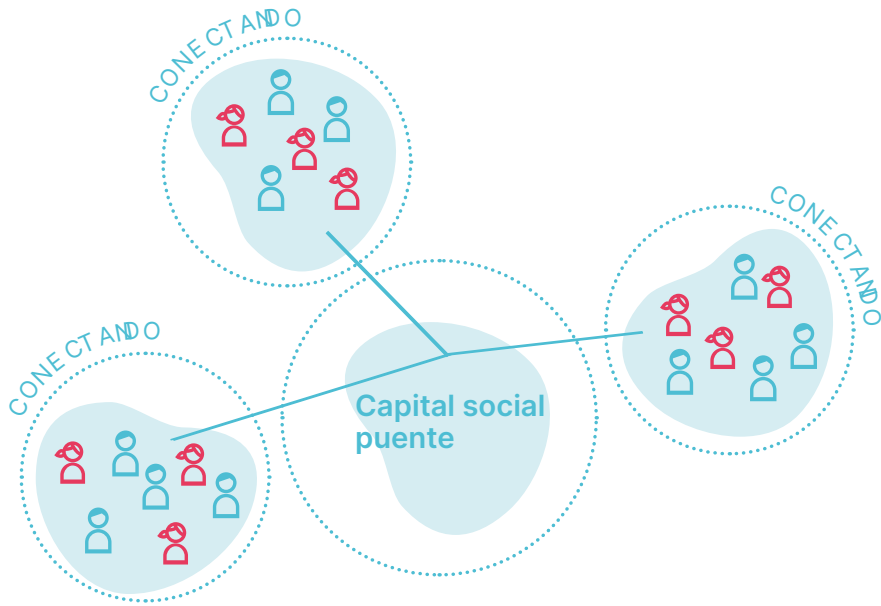
El capital social puente del barrio

Antes, los habitantes dependían unos de otros como una comunidad unida y homogénea. Ahora, cada miembro puede recurrir a sus redes personales para mejorar el barrio.

Un incendio trastoca la vida de varios vecinos y la comunidad se moviliza para ayudar. Una persona crea una web para recibir donaciones. Otra elabora jabones que los vecinos venden a compañeros de trabajo y familiares para recaudar fondos. Otra pide información sobre seguros en el trabajo. Y todo el barrio reúne ropa y objetos útiles de amigos y familiares.

6 J. S. Coleman, Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology. 94, 95-120 (1988); N. Lin, Social Capital: A theory of social structure and action (Cambridge university press, 2004).

7 R. S. Burt, Brokerage and closure: an introduction to social capital (Oxford University Press, Oxford; New York, 2005).



El barrio no solo alberga abundante capital social puente: su **contexto físico, social y cívico** ofrece a sus miembros un valor doble y singular.

- Por un lado, imagine su potencial para las **personas vulnerables y con movilidad reducida**, sobre todo mayores y personas aisladas. A quienes no tienen amigos o familiares en los que apoyarse, el barrio puede ofrecerles una importante red de relaciones y apoyo. Para quienes no pueden desplazarse, constituye una parte indispensable de su red de cuidados.

«Cuanto más hilos tiene una red social, más cerrada es la malla de la red de protección social.»



- Por otro lado, existe un **interés común singular** por diversos asuntos locales. Piense en las iniciativas que los vecinos organizan en el espacio físico, desde compartir coche hasta recoger basura. Algunas abordan incluso retos mundiales desde lo local, como las crisis del plástico, los residuos y el clima.

¿Por qué desarrollar la comunidad local?

Los barrios solidarios del futuro se comprometen a afrontar a pequeña escala problemas de toda la ciudad o incluso globales. El desarrollo comunitario local es, por tanto, una inversión en:

Bienestar

- + La relación entre la fortaleza del tejido social y el bienestar psicosocial y físico está bien documentada.⁸ En los barrios del futuro, los habitantes se cuidan con apoyo social y ayuda informal. Los grupos vulnerables también descubren que pueden contribuir de forma valiosa, dejando atrás el papel de quienes solo necesitan ayuda. Las personas mayores mantienen su autonomía durante más tiempo y la comunidad combate activamente el aislamiento social.

Seguridad

- + Diversos estudios muestran un fuerte vínculo entre el sentido de comunidad y la sensación de seguridad.⁹ En los barrios del futuro, los habitantes están atentos, se informan de problemas como la delincuencia y recurren unos a otros cuando lo necesitan.

8 P. A. Thoits, Mechanisms linking social ties and support to physical and mental health. *Journal of Health and Social Behavior*. 52, 145-161 (2011); A. M. Ziersch, F. E. Baum, C. MacDougall, C. Putland, Neighbourhood life and social capital: the implications for health. *Social Science & Medicine*. 60, 71-86 (2005).

9 C. M. Fourie, in *Collaboration, Communities and Competition: International Perspectives from the Academy*, S. Dent, L. Lane, T. Strike, Eds. (SensePublishers, Rotterdam, 2017)
J. D. Lichterman, A "community as resource" strategy for disaster response. *Public Health Rep.* 115, 262-265 (2000); R. J. Sampson, S. W. Raudenbush, F. Earls, Neighborhoods and violent crime: a multilevel study of collective efficacy. *Science*. 277, 918-924 (1997); C. van Eijk, T. Steen, Why citizens want to be co-producers, 10 (2013).

Participación ciudadana

- + La disposición a trabajar por el bien común del barrio es mayor en las comunidades conectadas.¹⁰ En los barrios del futuro, los habitantes se sienten implicados en la comunidad y en la política local. Es más probable que tomen la iniciativa, hagan voluntariado y participen en proyectos de vecinos, organizaciones y administraciones.

Movilidad

- + En los barrios sostenibles se usa menos el coche porque hay mucho que hacer cerca y porque desplazarse de forma sostenible es la norma.

Clima y medio ambiente

- + En los barrios sostenibles, los vecinos intercambian objetos, hacen compras colectivas y consumen productos locales. Juntos participan en la creación y el mantenimiento de espacios verdes.

«Invertir en desarrollo comunitario local es invertir en movilidad, medio ambiente, bienestar y participación ciudadana.»

¹⁰ A. L. Kavanaugh, D. D. Reese, J. M. Carroll, M. B. Rosson, Weak ties in networked communities. *The Information Society*. 21, 119-131 (2005); Y.-C. Kim, S. J. Ball-Rokeach, Civic engagement from a communication infrastructure perspective. *Communication Theory*. 16, 173-197 (2006); J. M. McLeod, D. A. Scheufele, P. Moy, Community, communication, and participation: the role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*. 16, 315-336 (1999); C. Talò, T. Mannarini, A. Rochira, Sense of community and community participation: a meta-analytic review. *Soc Indic Res*. 117, 1-28 (2014).

1.3 El reto

Desconexión

Si los barrios actuales tienen tanto valor, ¿por qué no siempre lo percibimos? Parece que ya no los valoramos por su capacidad de enriquecer nuestra vida, sino por acomodar nuestra individualidad. “Son vecinos tranquilos”, “no nos molestamos” y “riegan las plantas cuando viajamos” parecen las cualidades más deseadas del vecino moderno.

¿Es todo lo que podemos esperar? ¿Es lo que la vida actual nos ha hecho? ¿Nos distraen tanto los amigos virtuales al otro lado del planeta y los grupos en línea que nos cuesta conectar con nuestros vecinos reales?

Acceder al capital social del barrio

El potencial puede ser inmenso, pero eso no significa que el valor del barrio esté disponible sin más, ni mucho menos que todos sus miembros puedan acceder a él en igual medida.

Es tentador pensar que “antes todo era mejor”, pero probablemente sea falso y, como mínimo, poco constructivo. ¿Y si aprovecháramos los aspectos positivos de nuestra realidad actual para conectar más? Los barrios del futuro serían comunidades solidarias y conectadas que no solo salvan nuestras diferencias, sino que las aceptan y aprovechan.

«¿El secreto de los barrios solidarios del futuro? El desarrollo comunitario local, aquí y ahora.»

Una fórmula para el capital social

Proponemos una fórmula para comprender la dinámica del capital social de un barrio. Con ella queremos ayudarle a identificar y desarrollar el valor de la comunidad local.



«Nuestra relación con el barrio es hoy muy distinta de la de antes. En este documento mostramos que la comunidad local sigue albergando un gran potencial, quizá mayor que nunca.»





ONZE TROEVEN

Al Jouw

LOVALE PRODUCTEN

op de piek ethalen
of aan huis geleverd!

Eerlijke prijzen
voor de producenten

Meer dan 40 deelnemende
producenten!

Beste
- gear

«Los barrios solidarios y sostenibles del futuro afrontan a pequeña escala problemas de toda la ciudad o incluso globales.»

Quechua

BOEREN
& BUREN

Wat en wanneer je wil
abonnement!

De Meulekar

Sinds 1865

Zeeuwse bloem
gemalen meel, brood bakken



BOEREN
& BUREN

ZOETE
APPELRASSEN

LOVI

3 l

LOKALE PRODUCTEN VIND JE HIER

1 BESTEL ONLINE

Kies uit een ruim aanbod
lokale en verse producten op
boerenburen.be

2 OP DE BUURDERIJ

Ontvang je producten
rechtstreeks van de boer

Una fórmula para
barrios solidarios
y sostenibles

2.



Una fórmula para barrios solidarios y sostenibles

El barrio tiene un valor indudable, al menos en teoría. Pero solemos intuir que unos barrios aportan más a sus habitantes que otros. Un lugar puede ser conocido por su ambiente artístico; otro, por una comunidad dinámica gracias al activismo social. ¿Podemos calcular el capital social de un barrio concreto? Y, más interesante aún, ¿podemos hacer ajustes, girar algún mando y llevar su capital social al máximo?

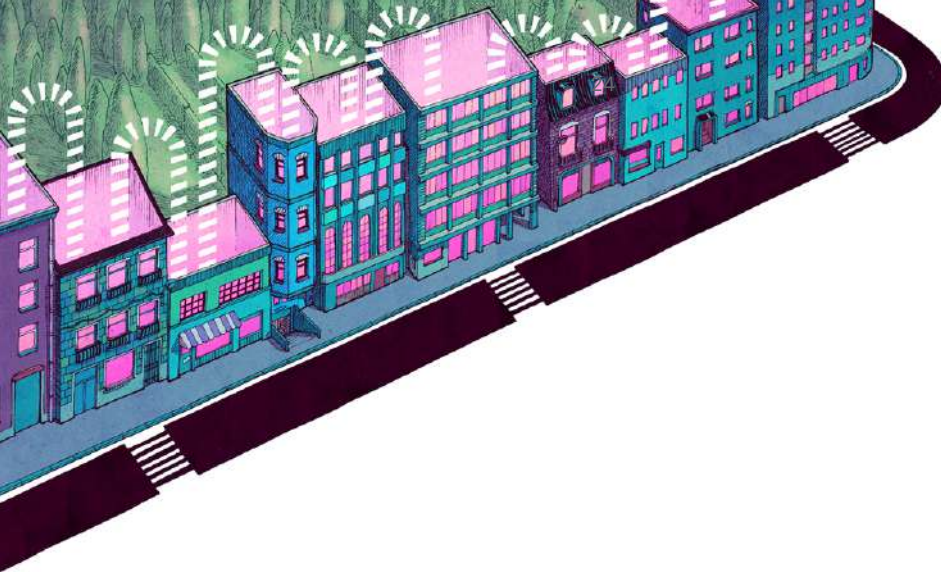
2.1 La fórmula del capital social

A nivel individual, el capital social suele definirse como la suma de los recursos disponibles gracias a las relaciones sociales. El taladro que le presta un vecino, el trayecto en coche que le ofrece un amigo o la recomendación de un profesional local: súmelo todo y obtendrá su capital social.

A nivel colectivo es más complejo: el capital social del barrio no equivale simplemente al total de recursos de sus habitantes. A nuestro juicio, la fórmula para determinar o influir en ese capital social consta de dos elementos: **el potencial de los recursos del barrio y el acceso a ellos.**



Los conceptos sociales complejos no caben en una fórmula sencilla. Pero una fórmula nos orienta entre los conceptos de este documento y, sobre todo, le animará a empezar.



2.2 Potencial

El potencial del barrio, o “excedente urbano”, consiste sobre todo en la suma de recursos o activos de la comunidad local. Pueden adoptar muchas formas:

- Tiempo
- Talentos
- Recursos económicos
- Materiales
- Conocimientos
- Espacios
- Conexiones
- Apoyo emocional

La demografía y la situación socioeconómica determinan en gran medida estos activos. ¿Cuántas personas viven en el barrio? ¿Es diversa su comunidad? ¿Hay un comercio local dinámico?

Además de los activos en sí, las posibilidades de colaboración que ofrecen determinan el potencial del capital social. El conjunto es más que la suma de sus partes. La diversidad es importante para ese potencial de conexión.

Una vecina es bailarina jubilada (talento); otro tiene un local grande sin uso entre semana (espacio); y una tercera pertenece a una asociación de mayores (conexiones). Por separado, estos elementos aportan poco a la comunidad. Juntos, pueden organizar clases de baile para mayores y generar más vínculos y bienestar en el barrio (potencial de conexión).

En otras palabras, el potencial del barrio consta de los recursos de sus habitantes y del valor añadido que surge de las posibles colaboraciones.



Identificar estas oportunidades puede ser muy valioso. Al enumerar los principales actores del barrio, se ve enseguida cómo la colaboración puede responder a distintos retos. Al final de este documento presentamos brevemente un método para realizar este análisis: el “mapeo de capacidades del barrio”.

2.3 Acceso

Que existan determinados activos en el barrio no significa que toda la comunidad pueda utilizarlos libremente. Para ello, también debe tener acceso a ellos.

Este acceso depende de hasta qué punto los miembros **pueden y quieren conectar con la comunidad y sus recursos**. Conectar implica aportar, gestionar, mantener y utilizar recursos.



La posibilidad de conectar con la comunidad y sus activos depende en gran medida de los espacios del barrio, que pueden dificultar o estimular los intercambios entre vecinos.

Algunos vecinos aislados podrían beneficiarse de su mutua compañía. Pero quizá falten lugares públicos de encuentro en el barrio, lo que dificulta que se reúnan.

El deseo de los habitantes de conectar con la comunidad es la última pieza del puzle. Lo atribuimos a la **cohesión social** del barrio.

Un club deportivo puede tener un espacio donde los jóvenes se reúnan fuera del horario de apertura. Eso no significa que su directiva confíe en que cuidarán las instalaciones.

¿Son fuertes los vínculos entre los vecinos? ¿Qué valores y normas sostiene el barrio? ¿Es inclusiva la comunidad? Estas dimensiones sociales influyen mucho en el acceso al capital social del barrio.

Con las herramientas adecuadas se puede evaluar e incluso influir en ese acceso. Esa es, para nosotros, la definición de desarrollo comunitario. Y ahí está la clave del capital social.

«Los recursos de un barrio son los que son: abundante potencial para enriquecerlo a él y a sus habitantes. Pero la medida en que los vecinos pueden y quieren aprovecharlos... ahí es donde usted puede marcar la diferencia.»

«En los barrios solidarios, los habitantes se cuidan de muchas maneras. Las personas mayores mantienen su autonomía durante más tiempo y la comunidad combate activamente el aislamiento social.»



A man with brown hair and blue-rimmed glasses is crouching on a gravel path next to a bright green vintage car. He is wearing a light grey sweater, orange trousers, and brown sandals. He is smiling and pointing his right hand towards the right side of the frame. The background features a house with a red-tiled roof and a window with a brick surround, lush green trees, and a wooden fence. The overall scene is bright and sunny.

«Todo barrio tiene capital social: recursos como conocimientos, materiales y tiempo que la comunidad puede utilizar gracias a la red existente.»



Querer acceder
al capital social

3.



Querer acceder al capital social

La cohesión social del barrio determina en gran medida hasta qué punto sus habitantes quieren conectar con su red y, por tanto, con sus recursos.



La cohesión social determina en qué medida los habitantes están dispuestos a:

- Compartir sus recursos con la comunidad
- Recurrir al barrio cuando lo necesitan
- Colaborar para mejorar el barrio.

3.1 Definir la cohesión social

Todos coincidimos en que la cohesión social es positiva. Es un estado que un grupo puede alcanzar en mayor o menor grado y que, cuando existe, favorece el bienestar de sus miembros.¹¹

Pero es un concepto complejo, con múltiples capas y sujeto a debate, sin una definición única. ¿Cómo podemos evaluar entonces la cohesión social de un barrio?

A nuestro juicio, la cohesión social resulta de numerosas dimensiones y de sus dinámicas, que determinan en qué medida los miembros quieren formar parte del grupo.

¹¹ D. Schiefer, J. van der Noll, The essentials of social cohesion: a literature review. Soc Indic Res. 132, 579-603 (2017).

Por eso podemos identificar algunas dimensiones medibles del barrio para comprender mejor su cohesión social.

Es como evaluar la salud general de una persona. No existe una prueba que le asigne una puntuación única, pero podemos medir la tensión arterial, el índice de masa corporal o hacer análisis de sangre. Del mismo modo, podemos observar la comunidad desde distintos ángulos para conocer su bienestar general y analizarlo.

Después trazamos un “plan de tratamiento”. Mediante iniciativas vecinales desde la base e intervenciones desde las instituciones, intentamos mejorar algunas dimensiones sociales relevantes y, en última instancia, animar a las personas a conectar con su comunidad.

3.2 Dimensiones de la cohesión social

Innumerables dimensiones influyen directamente en la cohesión social. Algunas se pueden **medir y modificar**; otras, no. Casi cada estudio emplea un conjunto distinto de dimensiones sociales.

A partir de las más habituales y de nuestra experiencia, proponemos una lista breve de dimensiones medibles sobre las que se puede actuar. Creemos que ofrecen una imagen bastante completa de la cohesión social de cualquier barrio. Como mínimo, constituyen un buen punto de partida para un análisis y un plan de acción centrados en:

- Sentido de comunidad
- Confianza
- Reciprocidad
- Valores compartidos
- Redes.

A continuación explicamos brevemente qué significa cada dimensión para la cohesión social del barrio y cómo pueden fomentarla una organización o un gobierno local. Todas subrayan la importancia de los **intercambios positivos entre vecinos**.

3.2.1 Sentido de comunidad

Significado

El sentido de comunidad abarca la imagen que los habitantes tienen del barrio y el grado en que se identifican con ella.¹²

Se trata del sentimiento de “nosotros” que puede existir en el barrio, comparable al de un club de fútbol. Aunque los aficionados no hayan tocado el balón, proclaman con entusiasmo: “¡Hemos ganado!”.

Cuando los habitantes se identifican mucho con su barrio, les importa que la comunidad esté bien. Su identidad e incluso su orgullo están ligados a ella en cierta medida. Por eso es más probable que inviertan esfuerzos en el barrio.¹³

¹² D. W. McMillan, D. M. Chavis, Sense of community: a definition and theory. *Journal of Community Psychology*. 14, 6-23 (1986).

¹³ L. Mahmoudi Farahani, The value of the sense of community and neighbouring. *Housing, Theory & Society*. 33, 357-376 (2016).

Desarrollar la comunidad fomentando la pertenencia

Las **experiencias positivas**, como un evento local agradable o la ayuda de un vecino, refuerzan el sentido de comunidad.¹⁴ A partir de ellas, las personas forman una imagen positiva del barrio, que a su vez fortalece ese sentimiento.

También sirven las experiencias ajenas. Observar intercambios entre otros habitantes moldea nuestra imagen de la comunidad: ver a dos vecinos charlando en la puerta, leer que alguien retiró la nieve para una persona que no puede salir o saber, antes de mudarse, que el barrio organizó una exitosa colecta benéfica.¹⁵

Los gobiernos locales y las organizaciones pueden fomentar el sentido de comunidad ofreciendo una plataforma más inclusiva para las **historias positivas del barrio**.

Piense, por un lado, en **espacios públicos y virtuales** donde los miembros de la comunidad se encuentren e intercambien. Los abordaremos en el capítulo 4.

También puede compartir y difundir **testimonios inspiradores**, quizá surgidos de un análisis del barrio, mediante una estrategia de comunicación local.

Algunos ejemplos que fomentan los intercambios entre vecinos y el orgullo de pertenecer a la comunidad:

- + Fiestas comunitarias anuales o festivales de música
- + Actividades infantiles y familiares
- + Eventos para la comunidad LGBTQ+
- + Fiestas religiosas o encuentros interreligiosos
- + Brindis de Año Nuevo o celebraciones nacionales
- + Premios a la buena vecindad
- + Iniciativas de vigilancia vecinal

14 E. J. Lawler, S. R. Thye, J. Yoon, Social commitments in a depersonalized world (Russell Sage Foundation, New York, 2009).

15 J. D. De Meulenaere, B. Baccarne, C. Courtois, K. Ponnet, Neighborhood hotspot and community awareness: the double role of social network sites in local communities. Communications. 1 (2020), doi:10.1515/commun-2019-0135.

- + Testimonios de habitantes
- + Visitas de representantes locales o personalidades
- + Cafés en la calle para personas sin hogar
- + Acompañamiento para mayores, personas aisladas o que no pueden salir de casa
- + Bienvenida a nuevos vecinos
- + Acciones solidarias o campañas
- + Red vecinal digital
- + Participación en iniciativas ambientales nacionales, como las huelgas escolares de Fridays for Future
- + Un lema para el barrio.

3.2.2 Confianza

Significado

La confianza es la expectativa de que los vecinos se comporten de forma beneficiosa, o al menos no perjudicial, entre sí y con la comunidad. Sin confianza mutua, sus miembros son reacios a cooperar, lo que perjudica el capital social del barrio.¹⁶

La confianza implica un riesgo: “Aunque puede que mi vecino nunca me devuelva la escalera, se la prestaré de todos modos”.

La confianza actúa en distintos niveles relevantes para la cohesión social del barrio:

- Confianza en una persona
- Confianza en un grupo con el que nos identificamos
- Confianza en un grupo con el que no nos identificamos
- Confianza en una institución.

..... Dos adolescentes llaman a su puerta y se ofrecen a lavar su coche a cambio de algo de dinero. ¿Confiaría más en ellos si supiera que viven en su barrio?

¹⁶ R. S. Burt, *Brokerage and closure: an introduction to social capital* (Oxford University Press, New York, 2005).

Desarrollar la comunidad fomentando la confianza

La desconfianza sistemática en un barrio suele deberse a malas experiencias personales o a una baja sensación de seguridad en zonas con alta delincuencia.

Estas son cinco sugerencias para **reforzar la confianza en el barrio**.

- + **Roles.** La ambigüedad de roles significa que no está claro qué esperar de otra persona ni qué normas rigen un intercambio. Por eso puede ser útil designar a alguien de referencia en el barrio, como un acompañante o un embajador vecinal.
- + **Transparencia.** Diga lo que hará y haga lo que dice. Comunicar a tiempo, con claridad y coherencia, y actuar en consecuencia ayuda a recuperar la confianza local. También puede animar a otras organizaciones a ser más transparentes. Una asociación empresarial local podría organizar una jornada de puertas abiertas para que los vecinos conozcan empresas u organizaciones y vean cómo trabajan. Esto favorece los vínculos positivos entre los negocios y los habitantes.
- + **Entorno.** Los estudios relacionan el estado de las instalaciones del barrio y la satisfacción con ellas con la confianza social.¹⁷ Piense en cómo afectan la basura, los vertidos ilegales, el vandalismo o las farolas averiadas a la seguridad y la confianza. Mantener el espacio público fomenta la confianza y el cariño por el barrio. Organizaciones como Keep Britain Tidy realizan campañas que animan a los habitantes a demostrarlo con acciones concretas.¹⁸

17 N. Hassan, T. S. Y. Lim, The quality of neighbourhood facilities and their effect on social trust in Salak Selatan new village, Kuala Lumpur. *Journal of Regional and City Planning*. 31, 264-284 (2020).

18 Keep Britain Tidy, Support our campaigns, 2022.

- + **Encuentros.** La desconfianza suele nacer del miedo a lo desconocido. Las oportunidades de encuentro favorecen experiencias positivas, confianza y una pertenencia comprometida. Por eso son esenciales los encuentros que atienden a la diversidad: entre jóvenes y mayores, recién llegados y vecinos de siempre, y distintos grupos étnicos o religiosos.
- + **Dar confianza.** Un gobierno local puede cambiar la imagen de un grupo u organización permitiéndole contribuir positivamente al barrio. Por ejemplo, puede pedir a los jóvenes que ideen una acción contra la basura en la calle.

Sea cual sea el asunto, haga saber al barrio que, como administración u organización, confía en ese grupo o entidad. A todos nos interesa fomentar y celebrar la cohesión social en vez de convivir con la división.

3.2.3 Reciprocidad

Significado

Se espera que la mayoría de los favores, desde prestar una escalera hasta compartir información, se devuelvan tarde o temprano. Este patrón de expectativas se llama **reciprocidad**. Adopta distintas formas según la naturaleza de la relación o de la red.¹⁹

A. Intercambio negociado

En primer lugar, puede regir el “**intercambio negociado**”. Ambas partes acuerdan previamente las condiciones: quién hará qué y qué se espera a cambio. El intercambio es bilateral y ocurre más o menos al mismo tiempo.

- ⋮ Una mujer mayor necesita ayuda para retirar nieve de su entrada.
- ⋮ Un vecino acepta ayudar, pero pide una pequeña compensación.

¹⁹ L. D. Molm, The structure of reciprocity. Social Psychology Quarterly. 73, 119-131 (2010).

El intercambio negociado suele darse cuando hay poca confianza. El éxito de quien necesita ayuda depende mucho de sus propias acciones y capacidades. Además, estos intercambios rara vez favorecen la repetición o el desarrollo de una relación.

B. Intercambio recíproco

Un vecino también puede compartir sus recursos sin pedir nada a cambio, sin saber si se le devolverá el favor. Esto se denomina “**intercambio recíproco**”.

Una mujer mayor necesita ayuda para retirar nieve de su entrada. Un vecino la ayuda sin pedir nada. Meses después, ella se entera de que él ha sido padre y decide preparar una comida caliente para la nueva familia.

En este caso, los intercambios son separados y unilaterales, y forman una **base sana para una relación duradera**.

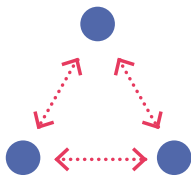
Si el favor nunca se devuelve, especialmente cuando surge una oportunidad clara, pueden dañarse la reputación de quien lo recibió y la relación entre ambos. Es decir, sigue existiendo cierta expectativa.



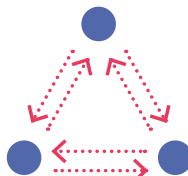
C. Intercambio generalizado

Una tercera posibilidad es el intercambio generalizado: un vecino no devuelve necesariamente el favor a quien le ayudó, sino a otra persona del barrio.

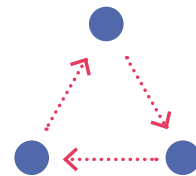
Una mujer mayor necesita ayuda para retirar nieve de su entrada. Un vecino la ayuda sin pedir nada. Ese mismo día, ella lee en la red vecinal digital que otra persona busca dónde acortar unos pantalones y se ofrece enseguida a hacerlo gratis.



Intercambio
negociado



Intercambio
recíproco



Intercambio
generalizado

En este intercambio “indirecto”, los habitantes no dependen de una sola persona, sino de **todos los miembros que contribuyen a la red**.

Esta forma de reciprocidad aporta grandes beneficios al barrio. Los intercambios también se expresan en gestos de buena vecindad. Donde el intercambio generalizado es la norma, los vecinos pueden recoger sin pensarlo la basura de la entrada de otro o estar pendientes unos de otros de forma espontánea.

También beneficia a quienes ofrecen recursos de utilidad amplia, como saber coser. Es más fácil que puedan ayudar a alguien de todo el barrio que a un vecino concreto. Las personas vulnerables pueden dejar atrás el papel de quienes necesitan ayuda pensando en qué pueden aportar en tiempo, energía o habilidades. Creemos que todos tienen algo que ofrecer al barrio.

El grado y la forma de reciprocidad determinan en qué medida los habitantes están dispuestos a contribuir o se atreven a pedir ayuda.

Desarrollar la comunidad mediante la reciprocidad

Sin una cohesión social fuerte es difícil establecer intercambios generalizados. Aun así, un gobierno local o una entidad sin ánimo de lucro pueden ayudar a **aumentar la motivación para intercambiar recursos**.

Dar visibilidad a los intercambios dentro del barrio es importante por tres razones:

Deja claro que la norma de la comunidad es ayudar a los vecinos sin esperar un favor a cambio.

- Las peticiones de ayuda se comparten con todos, aumentando la posibilidad de que alguien vea una necesidad en la que pueda contribuir.
- Que nuestras acciones solidarias sean visibles mejora nuestra reputación, lo que puede motivarnos enormemente.

Estas son algunas sugerencias para dar más visibilidad a los intercambios del barrio.

- + Una **red vecinal digital** permite que las peticiones y ofertas de ayuda permanezcan visibles durante mucho tiempo. Todos los miembros pueden ver las respuestas y los intercambios.
- + Una **biblioteca vecinal o un almacén de herramientas** son pruebas físicas de intercambios valiosos en la comunidad.
- + Una **campana de comunicación vecinal** destaca intercambios especiales o singulares. Por ejemplo, premios a la buena vecindad o reportajes sobre el barrio.

3.2.4 Valores compartidos

Significado

Los valores son creencias abstractas y emocionales que existen en un continuo y orientan determinadas actitudes y conductas.²⁰

Dicho de forma sencilla, atribuimos distintos grados de importancia a muchos valores: integridad, productividad, respeto, éxito, compromiso, igualdad... Se traducen en normas, reglas de conducta que indican cómo actuar en cada situación.

Nuestras normas y valores determinan nuestra conducta y cómo juzgamos la de los demás e incluso su carácter. Si un vecino actúa contra nuestros valores, nuestra opinión sobre él puede empeorar.

Un vecino valora mucho el orden y la limpieza. Mantiene el jardín impecable y nunca deja el contenedor mucho tiempo en la calle. A otro le importa menos: valora más la libertad y la flexibilidad. El primero se molesta y pierde las ganas de volver a charlar amistosamente con él.

Percibir valores compartidos influye mucho en una dimensión ya tratada: la confianza. Si creemos que alguien comparte nuestros valores, es más probable que confiemos en que busquemos un objetivo común y respetamos las mismas reglas.

Desarrollar la comunidad destacando los valores compartidos

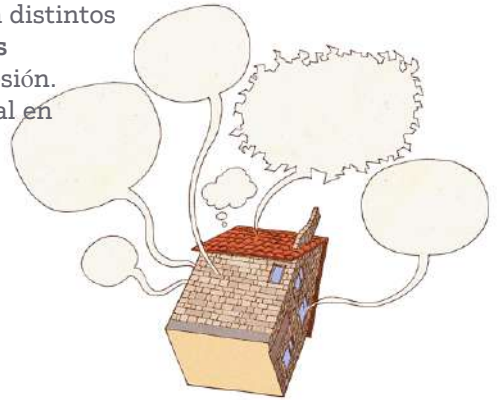
Las diferencias de valores generan fricciones entre grupos, como culturas y generaciones distintas. Los valores enfrentados pueden dividir una comunidad. En cambio, los compartidos tienen el potencial de unir a las personas.

²⁰ L. Wray-Lake, B. D. Christens, C. A. Flanagan, in Encyclopedia of quality of life and well-being research, A. C. Michalos, ed. (Springer Netherlands, Dordrecht, 2014), pp. 1102-1107.

Dos actores cualesquiera del barrio comparten sin duda algún valor. **Es importante destacarlo.**

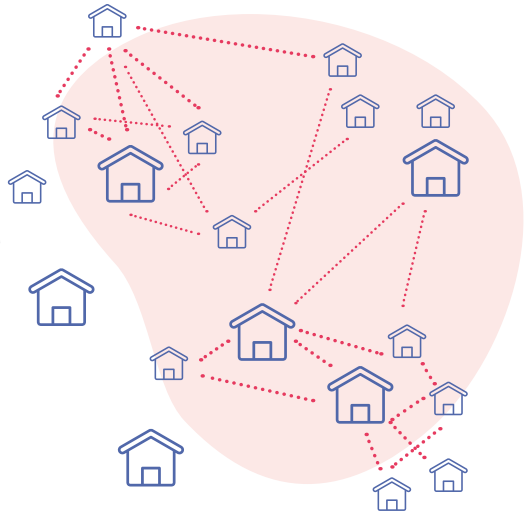
Proponemos un plan de acción en cinco pasos para poner de relieve los valores compartidos del barrio.

1. Mediante una **encuesta vecinal**, averigüe qué normas y valores aprecian los actores del barrio (habitantes, organizaciones, etc.) a nivel personal, social y vecinal.
2. **Busque valores compartidos lo más inclusivos posible.**
Piense en el respeto, la disposición a ayudar y la tolerancia.
3. Plasme los valores compartidos del barrio en un **manifiesto vecinal**: por ejemplo, un lema o un conjunto de principios.
4. **Dé visibilidad a los valores compartidos en el barrio.**
Puede hacerlo físicamente, con un cartel, o mediante un folleto o una web. Así, quienes llegan conocen enseguida lo que representa el barrio.
5. Como paso final opcional, conecte a distintos actores en torno a **valores sociales compartidos** para reforzar la cohesión. Reúna a jóvenes y una entidad local en torno al medio ambiente, o a parejas de distintos orígenes culturales en torno al trabajo o la crianza.



3.2.5 Redes

Las cuatro dimensiones citadas (pertenencia, confianza, reciprocidad y valores compartidos) son cognitivas: existen sobre todo en la mente de los habitantes y son muy subjetivas. La red es una dimensión estructural: informa sobre la composición del barrio y es más o menos objetiva.



Si representáramos a todos los habitantes y organizaciones del barrio, podríamos **trazar líneas entre cada par de actores que mantiene una relación**. Esas líneas mostrarían lo bien conectadas que están las personas y organizaciones dentro del barrio.

Probablemente aparecerían grupos homogéneos, con pocos puentes horizontales entre ellos. Se corresponden con el **capital social de unión y puente** que tratamos al principio.

También veríamos conexiones verticales entre grupos y organizaciones, que constituyen el **capital social de enlace**.

Cuanto mejor conectada esté una persona u organización dentro del barrio, **más probable será que se incorpore a la red vecinal general**, que también incluye a desconocidos.

Además, **cuanto más fuerte sea hoy la red vecinal**, más atractivo resultará para otras personas u organizaciones incorporarse a ella.

Una mujer regresa al barrio de su infancia. Casi todas las caras son nuevas, pero siguen allí sus padres y una antigua vecina. Sabe que es una comunidad muy unida cuyos miembros se apoyan. Desea integrarse y participa con gusto en un acto de bienvenida para nuevos habitantes.

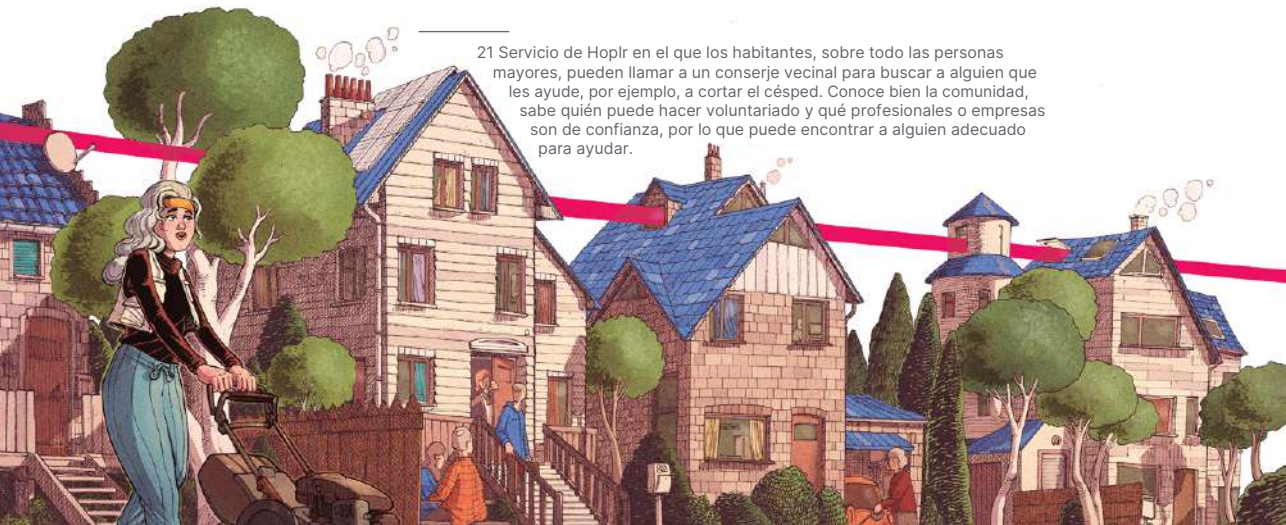
Desarrollar la comunidad ampliando las redes existentes

Fomentar nuevas relaciones entre personas, grupos y organizaciones mejora sus conexiones y **refuerza la cohesión social**. Así, cada vez más personas están dispuestas a contribuir a la comunidad local.

Estas son algunas ideas para fortalecer las redes del barrio.

- + **Personas puente.** Pueden conectar a distintos actores. Piense en profesionales comunitarios, acompañantes o el conserje vecinal.²¹
- + **Encuentros.** Organice bienvenidas u otras oportunidades para que los vecinos se conozcan.
- + **Acciones.** Las actividades sobre temas que importan a la ciudadanía son ideales para crear relaciones: un espacio de apoyo a nuevas madres o una sesión informativa sobre la crisis climática.
- + **Espacios físicos y virtuales.** Los intercambios espontáneos necesitan espacios accesibles y de calidad, tanto presenciales, como un parque o una sala, como digitales, por ejemplo un grupo comunitario en redes sociales.
- + **Dar a conocer las organizaciones.** Difundir las entidades locales facilita las relaciones entre ellas y con la ciudadanía. Piense en un directorio de comercios o una jornada donde las empresas presenten sus habilidades y servicios.

²¹ Servicio de Hoplr en el que los habitantes, sobre todo las personas mayores, pueden llamar a un conserje vecinal para buscar a alguien que les ayude, por ejemplo, a cortar el césped. Conoce bien la comunidad, sabe quién puede hacer voluntariado y qué profesionales o empresas son de confianza, por lo que puede encontrar a alguien adecuado para ayudar.





«El sentido de comunidad es sentirse parte de un “nosotros”. Cuando los habitantes se identifican mucho con el barrio, les importa que la comunidad esté bien.»





«Fomentar nuevas relaciones entre personas, grupos y organizaciones del barrio mejora sus conexiones y refuerza la cohesión social.»

«Dar visibilidad a valores compartidos, como un entorno cuidado o la conciencia climática, puede unir y movilizar a los vecinos.»





«La desconfianza suele nacer del miedo a lo desconocido. Los encuentros presenciales crean experiencias positivas entre personas que quizá no se conocerían y fomentan la confianza y los vínculos en el barrio.»

Poder acceder
al capital social

4.



Poder acceder al capital social

A modo de recordatorio: ¿recuerda los dos elementos que determinan el acceso al capital social?



Hasta ahora hemos tratado el **deseo** de conectar, determinado en gran medida por la cohesión social. Ahora veremos la **capacidad**: hasta qué punto podemos acceder a los recursos del barrio.

Infraestructura de comunicación

La infraestructura de comunicación del barrio abarca los espacios físicos y virtuales donde interactúan sus habitantes.

La calidad de esta infraestructura determina en gran medida si el barrio puede:

- Compartir sus recursos con la comunidad
- Recurrir al barrio cuando lo necesita
- Colaborar para mejorar el barrio.

La importancia de los espacios

Sin espacios accesibles y de calidad donde los habitantes se encuentren habitualmente, es difícil aprovechar el **capital social del barrio**.

Sin espacios físicos o virtuales, ¿cómo podríamos:

- Saber quién vive cerca
- Conocer los recursos disponibles en el barrio
- Pedir ayuda
- Ofrecer ayuda
- Hablar de retos y soluciones
- Unir esfuerzos?

El papel de la administración

Ofrecer un espacio donde los vecinos se encuentren suele exigir tiempo, dinero y energía. El gobierno local tiene una triple función:

- Comprender las necesidades del barrio
- Proporcionar los espacios necesarios
- Mantener los espacios existentes.

Implicar a los habitantes en estos procesos beneficia el resultado final, su compromiso con el proyecto y la cohesión social del barrio.

Una encuesta revela apoyo para crear un parque infantil. Si el barrio aporta sus talentos al diseño, creando un jardín, una obra de arte o un nombre, sus habitantes se sentirán orgullosos. Esto refuerza la pertenencia y aumenta la probabilidad de que después colaboren en su mantenimiento.

4.1 Espacios físicos

Terceros lugares

Son todos los lugares del barrio que permiten interactuar, como una acera, y especialmente los que estimulan el encuentro: un café, un centro comunitario o un parque.

Ray Oldenburg habla de **terceros lugares**.²² El hogar es el primero y el trabajo el segundo. Los terceros lugares son:

- Accesibles para todos
- Propicios para charlas informales en un entorno cómodo
- Familiares, quizá porque suele haber caras conocidas
- Una parada voluntaria: se está allí porque se quiere.

Son importantes para la **vida social del barrio**. Permiten hablar de asuntos comunitarios, intercambiar opiniones y aprender unos de otros, lo que puede dar lugar a relaciones y acciones.

El espacio de familiaridad vecinal

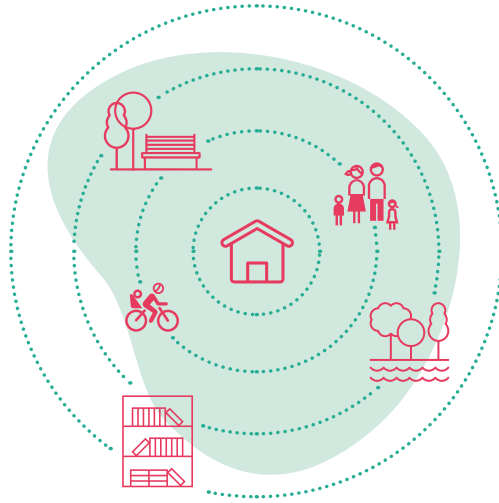
Con el tiempo, los vecinos pueden hacer suyos estos lugares.²³ Este ámbito de familiaridad vecinal es una capa intermedia entre el espacio privado y el público.

En él, las personas se tratan de otro modo. Los intercambios no tienen la intimidad de la amistad ni la distancia entre desconocidos. Invita al reconocimiento amable, las conversaciones distendidas y otros gestos de buena vecindad.

En un barrio céntrico hay calles comerciales muy concurridas. Los peatones evitan mirarse. Muy cerca hay un pequeño parque que los vecinos consideran un espacio comunitario. Allí casi todos se saludan y a menudo se detienen a charlar.

²² R. Oldenburg, *The great good place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community* (Marlowe, New York, 1999).

²³ M. Kusenbach, *Patterns of Neighboring: Practicing community in the parochial realm*. *Symbolic Interaction*, 29, 279-306 (2006); L. H. Lofland, *The public realm: exploring the city's quintessential social territory* (Aldine de Gruyter, Hawthorne, N.Y., 1998), *Communication and social order*.



Experiencia subjetiva

Que un espacio sea público o de familiaridad vecinal **depende de quien lo perciba**. Un cliente de un café que no vive en el barrio lo verá como público y actuará de forma neutral. Un vecino puede sentirse más inclinado a acercarse a otros clientes y conversar.

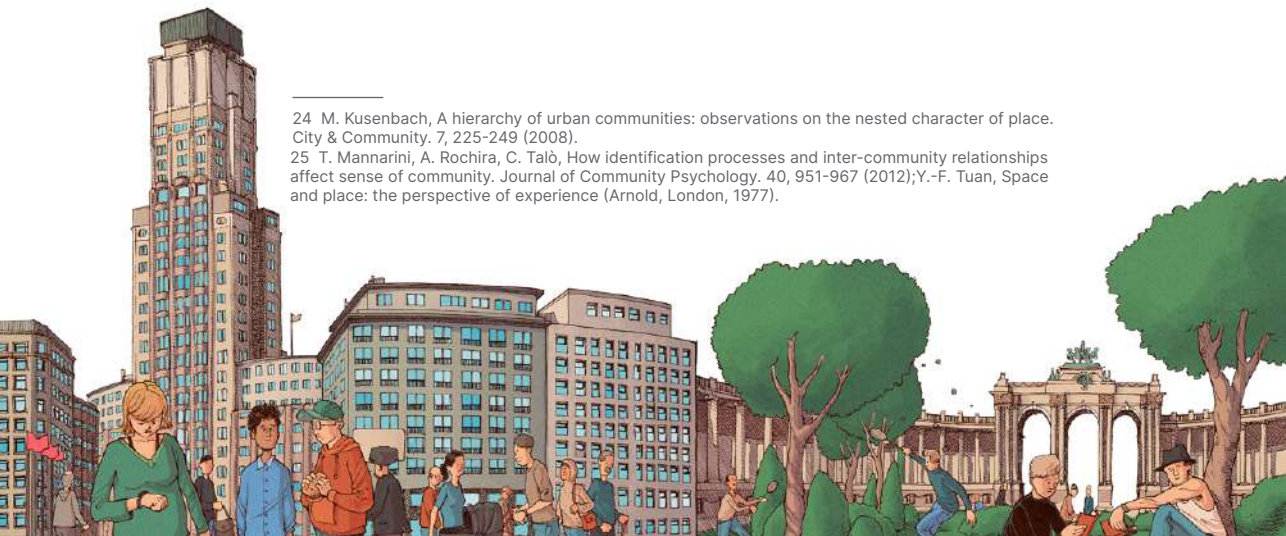
El significado del espacio también varía entre habitantes. Podemos dividir el barrio en círculos concéntricos alrededor del hogar.²⁴ Cuanto más cerca está un lugar, más significado tiene. Basta mirar por la ventana para aprender mucho sobre los vecinos inmediatos.

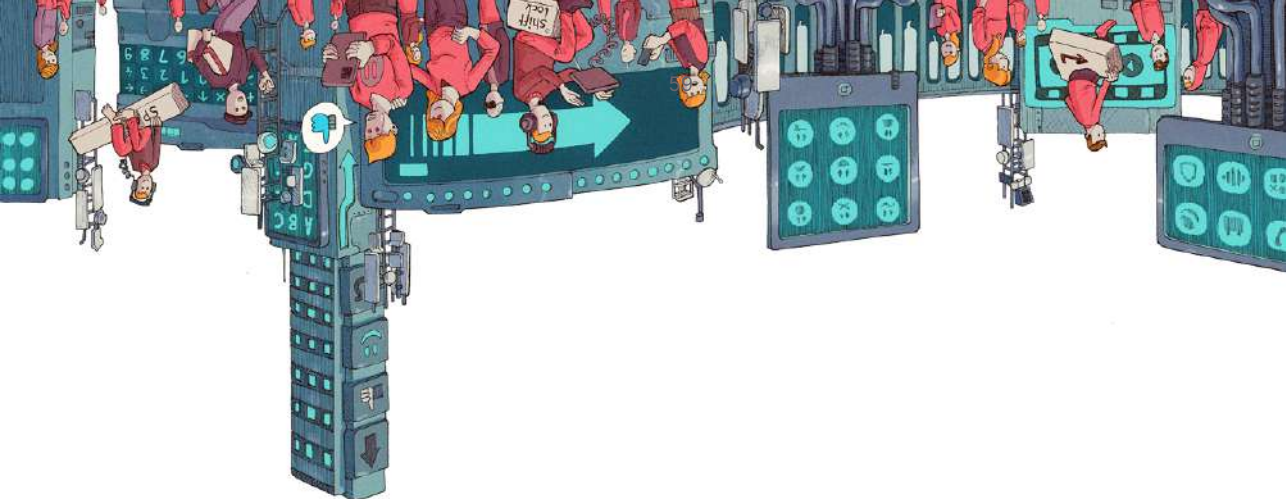
Un banco comunitario puede ser muy valioso para quien vive al lado y poco relevante para alguien del otro extremo de la ciudad. Por eso, la **ubicación estratégica** de estos lugares de encuentro aporta mucho valor.

Por último, importan la **historia y las asociaciones** ligadas al lugar.²⁵ Un parque donde hubo actividades vecinales agradables será apreciado. Si se asocia con molestias frecuentes, tendrá mala reputación. Por eso son esenciales su uso y mantenimiento.

24 M. Kusenbach, A hierarchy of urban communities: observations on the nested character of place. *City & Community*. 7, 225-249 (2008).

25 T. Mannarini, A. Rochira, C. Talò, How identification processes and inter-community relationships affect sense of community. *Journal of Community Psychology*. 40, 951-967 (2012); Y.-F. Tuan, *Space and place: the perspective of experience* (Arnold, London, 1977).





4.2 Espacios virtuales

El significado del espacio virtual

Todo espacio que permite intercambios vecinales da cierto acceso al capital social. Además de los lugares físicos, puede ser un tablón de anuncios o una red vecinal digital como Hoplr.

Los espacios virtuales muestran la **identidad, los recursos y los retos** del barrio. Al igual que los físicos, permiten preguntar y responder, intercambiar información y colaborar.²⁶

Persistencia, replicabilidad, escalabilidad y capacidad de búsqueda

Los intercambios virtuales suelen ser menos adecuados para crear vínculos fuertes. Sin embargo, aportan características valiosas al desarrollo comunitario.

Los intercambios en línea, como los mensajes vecinales de Hoplr, se registran y conservan. Otros vecinos pueden consultarlos y compartirlos ahora y en el futuro.

Así, los intercambios digitales pueden influir en habitantes que **no participaron directamente** en la interacción inicial.

²⁶ J. De Meulenaere, C. Courtois, K. Ponnet, in Routledge companion to local news and journalism, A. Gulyas, D. Baines, Eds. (Routledge, Oxford, UK, 2020), pp. 398-407; C. López, R. Farzan, in Proceedings of the 7th international conference on communities and technologies (ACM, New York, NY, 2015), C&T '15, pp. 59-67.

Esto tiene, a su vez, un efecto exponencial en:

- **El desarrollo de una identidad vecinal**²⁷
- La probabilidad de encontrar recursos relevantes: una invitación a una actividad, información, ayuda, etc.
- El aprendizaje por observación: conocer gradualmente las normas del barrio y atreverse más a pedir ayuda.

Además, para algunos habitantes el contacto vecinal en el espacio virtual puede resultar más accesible que en el físico.

27 De Meulenaere, J. D., Baccarne, B., Courtois, C., & Ponnet, K. (2020). Neighborhood hotspot and community awareness: the double role of social network sites in local communities. *Communications*, 1(ahead-of-print), <https://doi.org/10.1515/commun-2019-0135>.



«Implicar a los habitantes en la creación de espacios físicos beneficia el resultado final, su compromiso con el proyecto y la cohesión social del barrio.»

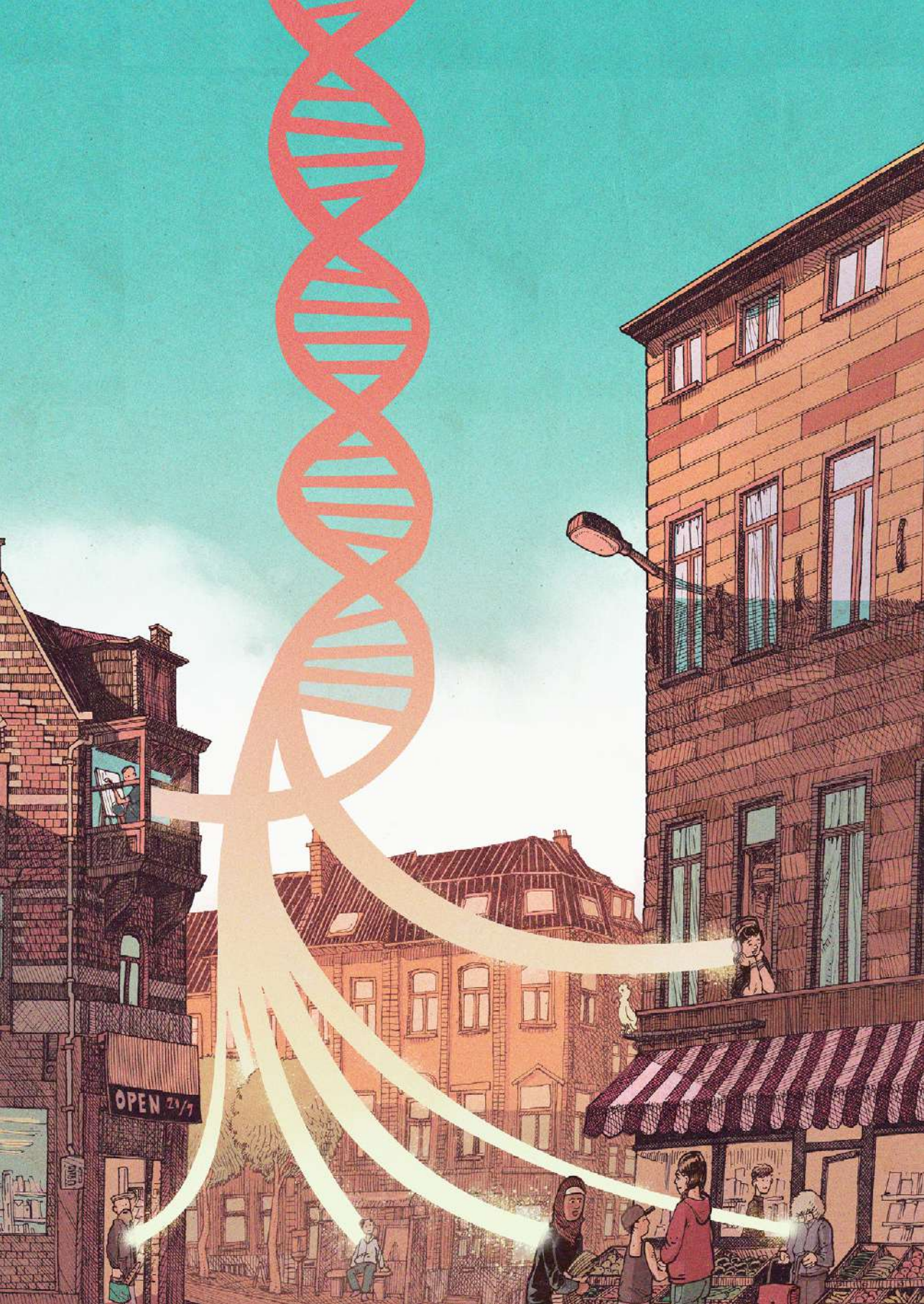


«Los espacios virtuales muestran la identidad, los recursos y los retos del barrio. Como en un espacio físico, los habitantes pueden colaborar e intercambiar información.»



Dinámicas del barrio

5.



Dinámicas del barrio

En el segundo capítulo propusimos una fórmula que hemos desarrollado en los siguientes. Nos ha servido de guía para hablar del capital social del barrio.



Por supuesto, el capital social admite matices. Muchos factores influyen en el **deseo y la capacidad de conectar con la comunidad**. Varios escapan a nuestro control: son las condiciones previas, que abordaremos más adelante.

Además, la cohesión social y los espacios del barrio están muy relacionados. Los llamaremos el “yin y yang del barrio”.

Las dinámicas del barrio son innumerables, y eso es positivo. Ofrecen elementos que pueden multiplicar el acceso a sus recursos, creando innumerables oportunidades para aumentar el capital social de la comunidad local.

5.1 La influencia de los espacios en la cohesión social

Los espacios del barrio moldean su cohesión social.

Algunos ejemplos:

- + En un barrio limpio, con poca basura o vandalismo, pueden ser mayores la confianza y el sentimiento de pertenencia.
- + El arte vecinal, las estatuas y otros símbolos reconocibles forman parte de la imagen del barrio y de su identidad compartida.
- + La presencia de comercios y negocios locales facilita las relaciones vecinales.
- + Un espacio virtual para hablar de asuntos comunitarios permite conocer mejor los valores que aprecian los vecinos.

5.2 La influencia de la cohesión social en los espacios

También ocurre a la inversa: la cohesión social se refleja en los espacios del barrio.

Algunos ejemplos:

- + Un barrio con un fuerte sentido de comunidad apoyará de buen grado la economía local.
- + Donde los vecinos confían unos en otros, es más probable que surjan iniciativas ciudadanas.
- + Una comunidad que expresa su aprecio compartido por un barrio limpio tenderá a colaborar en el cuidado de sus espacios físicos.
- + En un barrio con una fuerte reciprocidad, una red vecinal digital tendrá mayor uso y éxito.

5.3 Condiciones previas

El entorno de comunicación del barrio incluye factores intangibles, o condiciones previas, que influyen en sus espacios, relaciones e intercambios. Puede ser favorable o desfavorable y afectar de forma distinta a cada grupo.

Distinguimos seis tipos de condiciones previas que determinan ese entorno:²⁸

Condiciones socioculturales

¿Hay desigualdad en el barrio? ¿Qué se dice de ciertos grupos?
¿Los habitantes tienden al individualismo o se orientan a la comunidad?

Condiciones psicológicas

¿Los habitantes se sienten seguros? ¿Suelen confiar o ser cautelosos? ¿Dan mucha importancia a su localidad y su comunidad?

Condiciones económicas

¿Pueden cubrir sus necesidades básicas? ¿Tienen medios para contactar con líderes y grupos comunitarios? ¿Tienen tiempo para ocuparse del barrio?

Condiciones tecnológicas

¿Existe exclusión digital o competencia tecnológica? ¿Hay conexión fiable a internet en el barrio?

Condiciones físicas

¿Dónde está el barrio? ¿Es rural o urbano? ¿Lo atraviesa una vía muy transitada? ¿Es accesible para personas con discapacidad o que usan ayudas para desplazarse?

Condiciones supralocales

¿Qué papel tiene la zona para quienes no viven allí? ¿Hay mucho turismo? ¿Atraen visitantes instalaciones como una piscina o una estación?

28 S. J. Ball-Rokeach, Y.-C. Kim, S. Matei, Storytelling neighborhood paths to belonging in diverse urban environments. *Communication Research*. 28, 392-428 (2001).

El papel del gobierno local

El entorno de comunicación y sus condiciones previas son bastante estables dentro de un barrio. Por eso es difícil que una administración u organización los cambie de inmediato.

Aun así, es importante conocer estas condiciones y tenerlas en cuenta, por ejemplo al desarrollar iniciativas.

Conviene incluirlas en el **análisis del barrio**. Así se puede evaluar si determinadas acciones sobre el entorno de comunicación son posibles y adecuadas.

«Donde los vecinos confían unos en otros, surgen más iniciativas ciudadanas. Y estas iniciativas suelen tener capacidad para acercar aún más a los vecinos.»



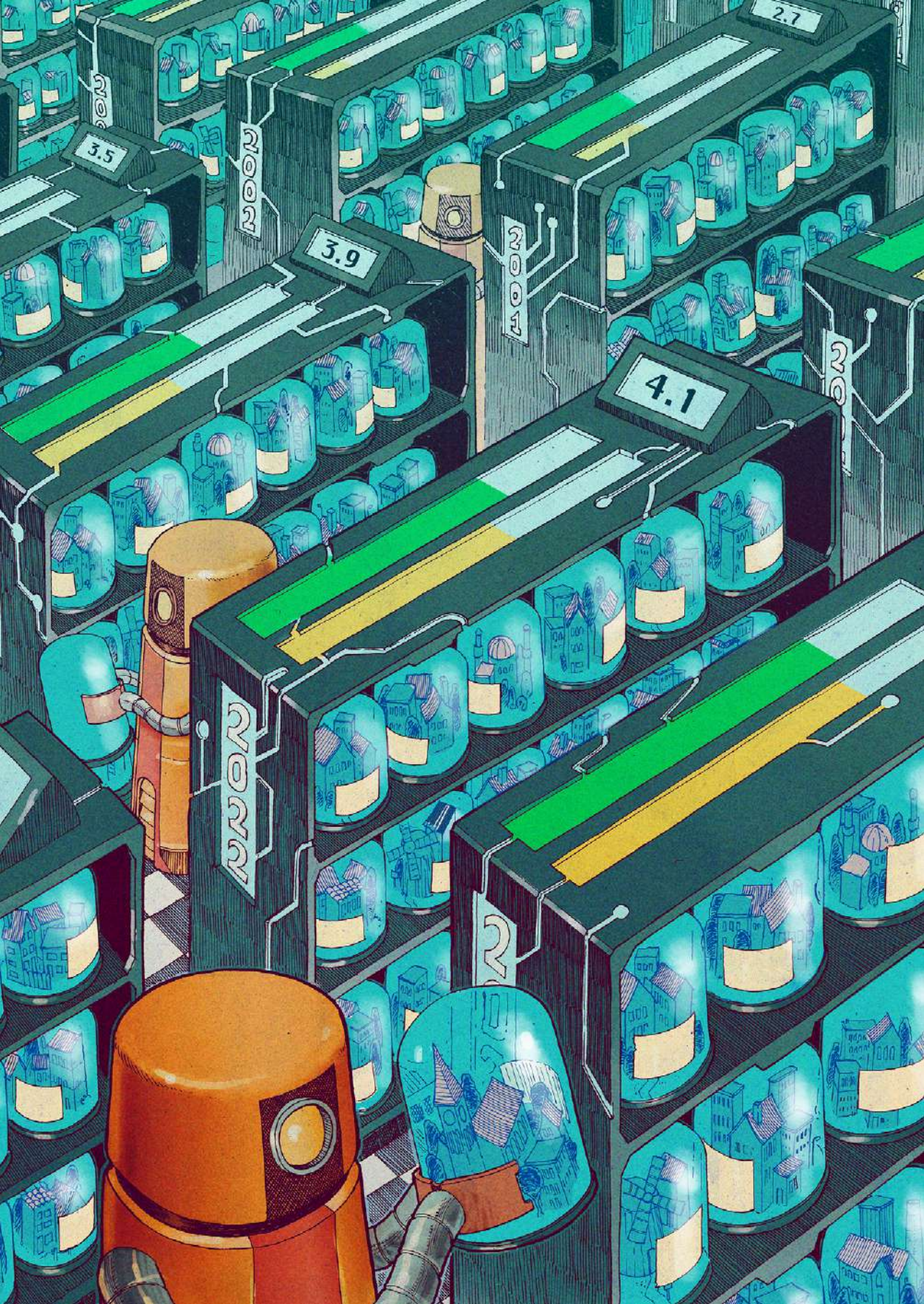


«Los comercios y negocios locales facilitan las relaciones vecinales. Un barrio con un fuerte sentido de comunidad apoyará de buen grado la economía local.»



Conclusión

6.



Conclusión

El barrio tiene un enorme valor para todos sus habitantes, que podemos resumir como capital social. Se extiende a toda la sociedad en asuntos como seguridad, movilidad y cuidados, dando vida a la idea de “pensar globalmente y actuar localmente”.

Pero este capital social no parece estar igualmente presente en todas las comunidades. Las administraciones descubren el potencial local y se preguntan cómo fomentar la implicación vecinal. En este documento hemos propuesto una fórmula.



No es fácil que un gobierno local influya en el potencial, es decir, en los recursos del barrio. Sin embargo, creemos que todos los barrios ya tienen las herramientas necesarias para afrontar un reto.

Un gobierno local o una organización sí pueden influir mucho en el acceso a la comunidad y sus recursos. Es lo que llamamos **desarrollo comunitario**: fomentar que los habitantes puedan y quieran conectar con la red vecinal.

Hemos relacionado el deseo de implicarse con la cohesión social, formada por numerosas dimensiones que una administración u organización pueden estimular en distinto grado.

Hemos relacionado la capacidad de aprovechar los recursos con los espacios de interacción vecinal. La administración debe centrarse en lugares y canales que favorezcan encuentros e intercambios.

El gobierno local debe actuar como facilitador, de forma reflexiva e inspirada, e invertir así en desarrollo comunitario.

Primero se identifican los retos y oportunidades del barrio. Después se crean proyectos y espacios que permitan y animen a sus habitantes a conectar con la red vecinal.

Hoplr quiere contribuir como red vecinal digital y centro de conocimiento comunitario. Estamos desarrollando el **Neighbourhood Score**, que, mediante un análisis automático, mostrará año tras año distintas dimensiones del barrio a partir de la fórmula presentada. Esta puntuación orientará el desarrollo y la evaluación de intervenciones vecinales, ofreciendo una dirección clara.

El Neighbourhood Score se añadirá a nuestras redes vecinales digitales existentes, donde cientos de miles de vecinos ya intercambian información, ayuda y objetos.

También estamos lanzando nuestro conserje vecinal, que combina la cercanía de una cara conocida con la eficacia de un panel digital que conecta la oferta y la demanda.

Extra: Primeros pasos en el desarrollo comunitario local

7.

Extra: Primeros pasos en el desarrollo comunitario local

Invertir en el capital social de un barrio debería seguir dos fases: **medir**, mediante el análisis del barrio, y **estimular**, mediante un proyecto vecinal.

- Primero conviene investigar las particularidades del barrio escuchando a sus habitantes. Así sabrá qué intervenciones pueden tener mayor impacto.
- Después llega la acción. A partir de los retos identificados, se desarrollan uno o varios proyectos con el mayor impacto posible en la comunidad.

7.1 Análisis del barrio

El análisis del barrio identifica sus retos y oportunidades. Lo basamos en tres componentes:

- Los recursos del barrio (potencial)
- Algunas dimensiones sociales del barrio (acceso)
- Los espacios del barrio (acceso)

Quizá ya tenga una buena idea de cómo está el barrio. Pero conviene evitar conclusiones basadas solo en la intuición, entre otras razones porque probablemente no se identifique con algunos de sus grupos sociodemográficos.

Por eso buscamos datos cuantitativos y cualitativos, al menos en parte con los habitantes. A continuación resumimos los cuatro métodos principales de recogida de datos.

7.1.1 Métodos

Consultar los datos disponibles

Las administraciones territoriales probablemente disponen de mucha información útil. Por ejemplo:

- Datos sociodemográficos
- Datos sobre comercio y organizaciones locales
- Resultados de estudios anteriores
- Otra información: mapa del barrio, desempleo, número de iniciativas comunitarias o asistentes a eventos vecinales.

Encuesta

Un cuestionario digital, en papel o telefónico permite reunir muchos datos cuantitativos anónimos de forma relativamente sencilla.

El mayor reto es elegir bien las preguntas: deben aportar la información necesaria y ser accesibles y fáciles de comprender.

Entrevistas

Las entrevistas ofrecen datos limitados sobre algunos temas, pero permiten profundizar y obtener información cualitativa. Son útiles para recoger experiencias y opiniones subjetivas que no pueden expresarse en cifras.

Conviene entrevistar a personas clave de la comunidad: quienes conocen bien el barrio o representan a un grupo de la zona.

Debate en grupo

Se invita a los vecinos a dialogar juntos, por ejemplo en un taller, grupo de discusión, panel vecinal o paseo por el barrio.

Su fortaleza es que los vecinos comparten ideas y se inspiran mutuamente. Hay espacio para debatir retos y soluciones, enriquecidos por las distintas voces de la comunidad.

Combinación

Cada método tiene ventajas y retos propios. Por eso resulta tan valioso combinarlos:

- El análisis suele empezar con una investigación preliminar.
- Sigue una fase de encuestas y entrevistas.
- Los resultados son una excelente base para el debate en grupo.

7.1.2 Desarrollar un análisis del barrio

Una vez elegidos los métodos, necesitará preguntas para encuestas y entrevistas, y preguntas de investigación sobre los temas que desea conocer. A continuación ofrecemos ideas para ambas.

Composición del barrio

Los datos administrativos oficiales ya permiten conocer mucho sobre la composición del barrio. Consultarlos es indispensable para seleccionar la muestra y optimizar su representatividad.

Por ello, también es esencial incluir preguntas sociodemográficas en los demás métodos.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿Cómo se distribuye la muestra por género, edad, antigüedad en el barrio, origen migratorio e idioma?

- + ¿Con qué género se identifica?
- + ¿Qué edad tiene?
- + ¿Cuál es su estado civil?
- + ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en este barrio?
- + ¿Nació en este país?
- + ¿Sus padres nacieron en este país?
- + ¿Cuál es su lengua materna?
- + ¿Qué idioma habla más en casa?

Diversidad

Es sobre todo al conversar, individualmente o en grupo, cuando los habitantes dan significado a la composición del barrio y, por ejemplo, a su diversidad.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿Los habitantes aceptan y respetan la diversidad de la comunidad?

- + "Las personas de distintos orígenes conviven bien en el barrio".
- + "Las distintas generaciones conviven bien en el barrio".
- + "Los recién llegados y los vecinos de siempre conviven bien".
- + "La diversidad enriquece este barrio".

Sentido de comunidad

Puede variar mucho dentro de un mismo barrio. Los estudios indican que las familias jóvenes, quienes pasan mucho tiempo cerca de casa y quienes llevan muchos años viviendo allí lo sienten con más fuerza. Los jóvenes y quienes afrontan barreras lingüísticas suelen experimentar un menor sentido de comunidad.

Como es muy subjetivo, conviene recoger opiniones diversas, prestando especial atención a los distintos grupos.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿En qué medida los habitantes sienten un fuerte sentido de comunidad?

- + "Si alguien organiza algo en el barrio, siento que lo organizamos 'nosotros', no 'ellos'".
- + "Me siento vinculado al barrio".
- + "Espero vivir aquí mucho tiempo".
- + "Me importa que mis vecinos me consideren un buen vecino".
- + "Si surge un problema, los habitantes probablemente lo resolverán de forma eficaz".

Confianza

Los estudios muestran una relación inversa entre confianza y diversidad. Las personas no solo experimentan la confianza de forma distinta: también la dirigen de manera diferente hacia las comunidades del barrio.

Debemos evitar señalar a comunidades concretas. Procuraremos, por tanto, formular preguntas lo más generales posible.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿En qué medida los habitantes confían en su barrio y sus vecinos?

- + "Me sentiría inseguro caminando a solas por el barrio después del anochecer".
- + "Si perdiera la cartera aquí, probablemente la recuperaría con todo su contenido".
- + "Prestaría las sillas de mi comedor para una fiesta vecinal".
- + "Confío en que el gobierno local vela por mis intereses".
- + "Si cuidara de un niño y surgiera una emergencia, confiaría en mis vecinos para que se hicieran cargo de él".

Reciprocidad

Saber si existe una red de intercambios generalizados indica lo fácil que resulta a los habitantes acceder al capital social.

Como la reciprocidad se relaciona en parte con la reputación en el barrio, es mejor hacer estas preguntas de forma anónima.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿En qué medida los vecinos se ayudan sin esperar nada a cambio?

- + "Si un vecino me ayudara con un problema informático, probablemente le pagaría".
- + "La mayoría de los habitantes se ayudan sin necesidad de que se lo pidan".
- + "Si prestara un taladro a un vecino, esperaré algo a cambio".

- + “Si veo basura en la calle del barrio, la tiro al contenedor aunque no sea mía”.
- + ¿Ha ayudado gratis a un vecino en el último año?

Valores compartidos

Puede interesarle saber si los habitantes sienten que comparten valores con sus vecinos. Lo más adecuado es preguntarlo mediante una encuesta anónima.

También puede ser útil identificar **qué normas y valores concretos comparten**. Una encuesta anónima puede enumerar algunos para que los habitantes indiquen su importancia.

Un debate en grupo puede ayudar a elaborar esa lista.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿Qué valores comparten los habitantes?

- + ¿Qué importancia da a que los vecinos se ayuden espontáneamente?
- + ¿Qué importancia da a que los vecinos no hablen a espaldas de otros?
- + ¿Qué importancia cree que dan los demás a que haya silencio después de las 22:00?
- + ¿Qué importancia cree que dan los demás a mantener cuidado el jardín delantero y la entrada?

Redes

Conocemos mejor las redes comunitarias preguntando por ellas en una encuesta anónima y dialogando con los principales grupos y organizaciones del barrio.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿Están bien conectados los habitantes, grupos y organizaciones del barrio?

- + ¿A cuántos vecinos puede recurrir para charlar?
- + ¿A cuántos puede pedir ayuda?
- + ¿Cuántos de los vecinos con quienes puede hablar o pedir ayuda son de otra generación?
- + ¿Cuántos son de otra cultura o nacionalidad?
- + ¿A cuántas organizaciones o negocios del barrio ha recurrido antes?

Espacios

Una encuesta anónima permite preguntar fácilmente si hacen falta más lugares de encuentro y cómo se utilizan los existentes.

Qué lugares ya cumplen una función de encuentro puede ser una cuestión demasiado amplia y con matices. Creemos que se aborda mejor en entrevistas o grupos de discusión.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿Qué espacios del barrio pueden estimular el contacto entre habitantes?

- + ¿Hay suficientes lugares de encuentro en el barrio?
- + ¿Están bien mantenidos los espacios públicos?
- + ¿Dónde suele encontrarse con otros habitantes?
- + Si necesitara ayuda, ¿cómo contactaría con sus vecinos?

- + ¿Qué lugares del barrio animan a conversar e interactuar?
- + ¿Qué lugares del barrio tienen un significado importante para usted?

Recursos

Una encuesta permite identificar los recursos que los habitantes están dispuestos a compartir con sus vecinos.

Para conocer las organizaciones y grupos existentes y cómo pueden ayudar al barrio, es preferible dialogar.

Ejemplos de preguntas.

Pregunta de investigación: ¿Qué recursos actuales del barrio pueden servir al desarrollo comunitario o para afrontar otros retos locales?

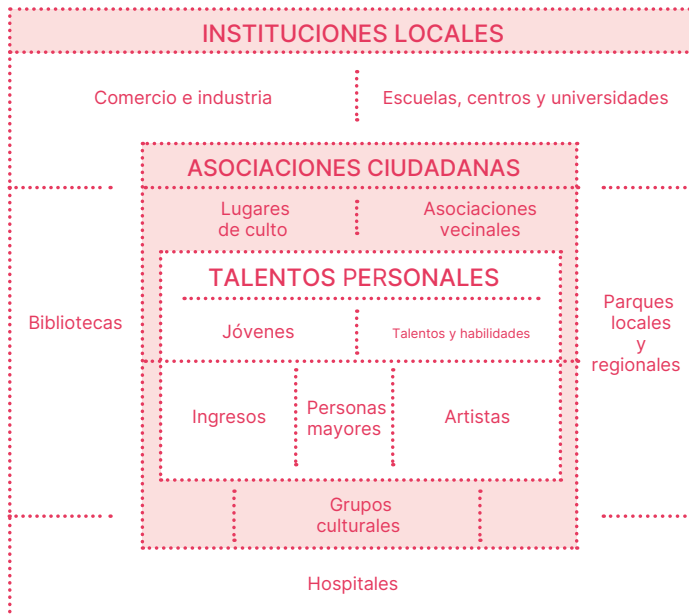
- + ¿Qué ayuda podría ofrecer?
- + ¿Tiene talentos útiles para la comunidad?
- + ¿Cuánto tiempo podría dedicar a ayudar a un vecino o a la comunidad?
- + ¿Domina algún tema que pueda beneficiar al barrio?

7.1.3 Visualizar las aportaciones

Para representar de forma útil las aportaciones vecinales, conviene emplear un marco adecuado. Presentamos dos métodos que pueden completarse o evaluarse con los habitantes.

Mapeo de capacidades del barrio

El siguiente esquema se utiliza en el Desarrollo Comunitario Basado en Activos (ABCD), un enfoque sostenible impulsado por la comunidad. Representa las instituciones, entidades de voluntariado y grupos locales. Un paseo por el barrio resulta muy útil para elaborarlo.



Después indicamos los recursos valiosos que cada actor puede aportar, como espacios, conocimientos y ayuda. Así se ven con claridad las colaboraciones capaces de afrontar los retos del barrio.

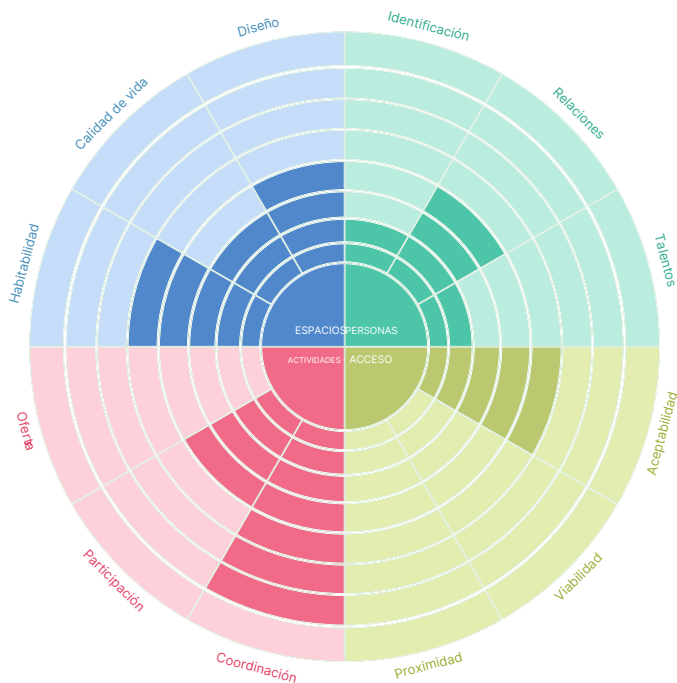
No evite incluir grupos o instituciones que generen tensiones. Todos tienen algo que ofrecer. Una colaboración fructífera también les permite mostrarse de forma más positiva.

La lente del barrio

La valoración que hacen los habitantes de su barrio puede reflejarse en la lente del barrio. Consta de cuatro ámbitos: **espacios, personas, acceso y actividades**. Cada uno incluye tres subámbitos.

Puede completar la lente con datos de encuestas o entrevistas y después **evaluar las puntuaciones en un debate grupal**. Otra opción es completar el esquema juntos durante un taller.

La lente del barrio es un excelente **punto de partida para el diálogo**. Permite ver con más claridad qué ámbitos y subámbitos necesitan más mejoras.



7.2 Proyectos vecinales

Después transformaremos los retos y oportunidades del barrio en uno o varios proyectos comunitarios. Queremos aumentar el acceso al capital social mediante:

- El fortalecimiento de la cohesión social
- La mejora de los espacios del barrio.

Queremos que, en la medida de lo posible, los habitantes puedan afrontar los retos. Esto sigue el enfoque del Desarrollo Comunitario Basado en Activos.

¿Cómo es un proyecto vecinal? Depende de varios aspectos:

- ¿Qué retos reveló el análisis del barrio?
- ¿Qué priorizan la administración o los habitantes?
- ¿Qué hace falta para mejorar la situación?
- ¿Qué pueden hacer los habitantes?
- ¿Qué instituciones, organizaciones y grupos quieren participar?
- ¿Qué apoyo necesitan de la administración, si lo necesitan?

Una encuesta y varias entrevistas revelan, entre otras cosas, un débil sentido de comunidad. A nadie parece importarle mucho la vida vecinal. Queremos cambiarlo.

Para que los vecinos se encuentren más y se sientan orgullosos del barrio, buscamos intereses y deseos compartidos en un taller. Descubrimos que todos los grupos apoyaban crear huertos comunitarios.

También estudiamos los recursos disponibles. Muchos vecinos saben cultivar; aún más desean aprender y dedicar tiempo al mantenimiento. Algunas organizaciones pueden compartir conocimientos sobre frutas y hortalizas. Decidimos instalar un panel vecinal en el centro del huerto, con un bonito diseño y un nuevo logotipo creado por personas del barrio. El panel mostrará cinco valores esenciales que formularemos

juntos. Además, tendrá espacio para publicar avisos comunitarios.

El municipio aportará el espacio necesario, buscará inspiración en otros lugares con huertos comunitarios exitosos y ofrecerá apoyo económico.

7.2.1 Inventario

Para terminar, presentamos una lista no exhaustiva de posibles proyectos o intervenciones vecinales, grandes o pequeños, con distintos grados de implicación del gobierno local.

Red vecinal digital

Red en línea donde los vecinos contactan para intercambiar peticiones de ayuda y recursos.

Ejemplo: Hoplr, WhatsApp, grupo de Facebook...

Eventos

Distintos actores del barrio se reúnen en un entorno organizado.

Ejemplo: Brindis de Año Nuevo, bienvenida a nuevos vecinos, cine

temporal, mercadillo de segunda mano, puertas abiertas en negocios...

Subvenciones

El gobierno local financia acciones que favorecen el tejido social.

Ejemplo: Presupuesto vecinal, ayuda para una fiesta del barrio,

reembolso de la decoración de calles...

Identidad del barrio

Definir juntos lo que representa el barrio y comunicarlo de forma accesible.

Ejemplo: Logotipo, lema, manifiesto, obra de arte...

Comunicación general

Comunicación vecinal del municipio u otras instituciones relevantes.

Ejemplo: Información sobre obras o mantenimiento que puedan

causar molestias o ruido, noticias vecinales, sensibilización sobre temas locales, anuncio de actividades, participación, diálogo...

Iniciativas vecinales

Los habitantes idean y ejecutan un proyecto, con o sin apoyo limitado del municipio.

Ejemplo: Recogida de basura, huertos comunitarios, biblioteca vecinal, clases de baile para mayores, barbacoa del barrio...

Red de personas clave e intermediarios

Base de contactos para llegar a grupos diversos o minoritarios, sobre todo vulnerables o difíciles de alcanzar.

Ejemplo: Cuidadores, profesionales comunitarios, agentes de proximidad, asociaciones, comerciantes, comunidades religiosas...

Proyecto participativo

La administración da voz a los habitantes mediante comentarios, asesoramiento, opiniones, ideas o acciones.

Ejemplo: Aportaciones al diseño de un parque, presupuesto ciudadano, agenda vecinal, campañas contra basura y vertidos ilegales, recogida de ideas para el desarrollo comunitario...

Espacio físico

El municipio interviene en un espacio del barrio o permite que otros lo hagan.

Ejemplo: Nuevo parque, reforma de zona de juegos, bancos, obra de arte, tablón de anuncios, apertura del patio escolar al barrio...

Proyecto social

El municipio invita a participar en un proyecto de inclusión dentro o fuera del barrio.

Ejemplo: Acompañamiento, voluntariado, recaudación de fondos, acciones solidarias...

Agradecimientos...

Los autores

Los defensores incansables de las comunidades locales que dieron vida a este documento.

Laura Geerts

Experta en Comunicación Vecinal de Hoplr

Dr. Jonas De Meulenaere

Experto en Participación Comunitaria de Hoplr

Jennick Scheerlinck

Director general y fundador de Hoplr

Y, por supuesto, todo el equipo de Hoplr, que da forma a nuestra visión y la hace crecer cada día.

Nuestro ilustrador

Miel Vandepitte

Nosotros lo decimos; él lo muestra.

Nuestros revisores

Todos aportaron algo valioso para dar vida a este documento. ¡Eso sí que es capital social!

Luc Galoppin, Cato Waeterloos, Bastiaan Baccarne, Jeroen Vandavelde

Nuestros clientes

Más de 120 gobiernos locales del Benelux que no dejan de sorprendernos e inspirarnos para crear más y mejores redes vecinales.

Nuestros usuarios

Más de 600.000 usuarios que hacen de nuestro trabajo el mejor del mundo: unir a los vecinos.

¡Usted!

¡Gracias por leer hasta los agradecimientos! Si tiene comentarios, preguntas o curiosidad por nuestro trabajo, contacte con nosotros:

<https://services.hoplr.com/nl/contact>.

Escrito por Hoplr

Laura Geerts

Experta en Comunicación Vecinal de Hoplr

Dr. Jonas De Meulenaere

Experto en Participación Comunitaria de Hoplr

Jennick Scheerlinck

Director general y fundador de Hoplr

Diseño gráfico

www.gestalte.be

Ilustraciones

Miel Vandepitte

Fotógrafo de la casa

Joachim van Belleghem

Publicado por Hoplr

Red vecinal digital y centro de conocimiento para una participación ciudadana inclusiva.



¡Su barrio alberga un inmenso potencial del que todos pueden disfrutar!

En teoría.

Sin embargo, sentimos que unos barrios ofrecen más que otros. ¿Es cierto? ¿Se puede calcular el capital social de una comunidad? Y, aún más interesante, ¿permite la fórmula alcanzar el máximo capital social?

Este documento, “El barrio del futuro”, fue concebido y escrito por el centro de conocimiento de Hoplr. Reúne aportaciones de la literatura académica en una fórmula sencilla para identificar e incluso maximizar el capital social del barrio.

¿Por qué? La dinámica de una comunidad local es compleja, pero el miedo a la imperfección no debe paralizarnos. Nuestras comunidades necesitan acción para crear barrios solidarios con encuentros positivos. Ofrecemos numerosos ejemplos e ideas para construir un entorno local próspero.

Este documento propone una nueva mirada al barrio, basada en el Desarrollo Comunitario Basado en Activos, un enfoque sostenible impulsado por la comunidad. Queremos animarle a crear un barrio más solidario, seguro y dispuesto a apoyar. Hemos procurado que sea ágil y fácil de leer. Esperamos que también disfrute de su diseño y de sus expresivas ilustraciones.

«Esta publicación ofrece una base valiosa y fundamentada para comprender mejor el papel de la tecnología en el desarrollo comunitario de los barrios.»

Dr. Bas Baccarne, investigador sénior, imec-mict-UGent

«Me impresionó mucho este documento porque presenta cuestiones y conceptos complejos de forma accesible. Ofrece una visión convincente de cómo la ciudadanía, los investigadores y las administraciones podemos comprender y estudiar el capital social del barrio, y también aprovecharlo de forma constructiva.»

Dra. Cato Waeterloos, investigadora sénior, imec-mict-UGent

Publicado y
escrito por

