



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

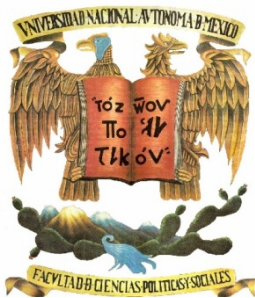
**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA EN LAS
ASOCIACIONES CIVILES.
CASO: MUJER Y MEDIO AMBIENTE A.C.**

TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
CON OPCIÓN EN COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

PRESENTA
GONZÁLEZ CASTAÑEDA MARILÚ

DIRECTORA DE TESIS
MAESTRA ADRIANA REYNAGA MORALES.

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE 2011





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICADO A:

Mis padres por su apoyo constante e incansable en mi vida.

*Maricela Castañeda Valdés, gracias por creer en mí.
Ismael González Mercado, tu amor e interés siempre estarán en mi corazón.*

Consuelo Mercado Rueda, te extraño, aún eres uno de mis grandes motores.

Maricela González Castañeda por verme como una poderosa mujer.

Ismael González Castañeda por darme el tiempo y escuchar.

AGRADECIMIENTOS A:

La Honorable Universidad Nacional Autónoma de México por permitirme entrar a sus aulas, regalarme amigos, educación, además de orientación en mi vida.

Mi asesora Adriana Reynaga Morales por dedicar su tiempo, obsequiarme apoyo y consejos.

Martha Contreras Sosa por darme un empujón, así como su amistad.

Todas las mujeres y compañeros que influyeron para terminar mi trabajo, en especial a Mujer y Medio Ambiente A.C.

A toda mi familia.

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL	9
1. COMUNICACIÓN.....	12
1.1 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	13
1.1.1 Mass Communication Reserch.	14
1.1.2 Actitudes ante el Desarrollo.	17
1.1.3 El Desarrollo en América Latina.....	19
1.1.4 La Postura actual de la Comunicación para el Desarrollo.	22
1.1.4.1 Tipología de Participación para el Desarrollo.....	25
1.2 Comunicación Organizacional y Comunicación para el Desarrollo.....	29
1.3 PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN.....	32
CAPÍTULO 2. ORGANIZACIONES CIVILES POR UNA DEMOCRACIA	41
2. IMPORTANCIA Y ESQUEMA GENERAL DE LOS TIPOS DE ONGS.....	43
2.1 SOCIEDAD CIVIL.....	50
2.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS OSC'S EN MÉXICO.	50
2.1.2.1 Consolidación de la Sociedad Civil.....	52
2.1.2.2 Los Servicios de las OSC'S.....	53

2.1.2.3 Los Recursos de las OSC'S.	54
2.1.2.4 Ideales y Objetivos.	54
2.1.2.5 Los Capitales fundamentales en la OSC.....	55
2.1.2.6. Conocimiento brindado por las OSC'S.	57
2.2 ORGANIZACIONES CIVILES POR LA LUCHA DE GÉNERO.....	60
2.3 ASOCIACIÓN CIVIL Y LA EQUIDAD DE GÉNERO.....	63
CAPÍTULO 3. MUJER Y MEDIO AMBIENTE A.C.....	66
3.1 ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN.....	69
3.2 ¿QUÉ HACE LA ORGANIZACIÓN?.....	74
3.3 TRABAJO CON SU ALIANZA: RED DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE (REGEMA).....	82
3.3.1 Logros Conformados por la Alianza.	83
3.3.2 La Agenda Azul de las Mujeres.....	84
Figura 3.3.2.1 Postulados de la Participación Femenina.	88
3.3.3 Los principales proyectos de Mujer y Medio Ambiente A.C. con REGEMA.....	89
Figura 3.3.3.1 Esquemas de Proyectos de Mujer y Medio Ambiente con REGEMA.....	90
Figura 3.3.3.2 Trabajo de Consultoría.....	92
Figura 3.3.3.4 Proyectos Metodológicos.	93
3.4 MODELO DE TRABAJO EN SU ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA....	95
Figura 3.4.1 Esquema de Trabajo con el Tema del Agua.....	98
3.5 ANÁLISIS SITUACIONAL Y DEL ENTORNO.	103
3.5.1 Análisis a Nivel Macro.....	103

3.5.2 Análisis a Nivel Micro.....	106
3.6 ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.	108
3.6.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.	108
3.6.1.1 Mensaje.	109
3.6.1.2 Objetivo.	109
3.6.1.3 Público Objetivo.	110
3.6.1.4 Contenido.	111
3.6.1.5 Ejecución del Mensaje.	116
3.6.1.6 Canal.	117
3.6.1.7 Lugar.....	118
3.6.1.8 Consecuencias.	119
3.6.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS.	122
3.6.2.1 Comunicación Interna.	122
3.6.2.2 Comunicación Intermedia.....	123
3.6.2.3 Comunicación Externa.....	125
3.6.3 ANÁLISIS DE LAS ESTADÍSTICAS.	128
CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....	149
4.1 CONCLUSIONES GENERALES.....	150
4.2 SUGERENCIAS GENERALES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.	159
5. BIBLIOGRAFÍA.....	162

INTRODUCCIÓN.

Las políticas y acciones a favor de erradicar el fenómeno de desigualdad entre los géneros, son elementos que en la actualidad se consideran para analizar el avance cultural, al medir el mejoramiento a nivel delegacional, federal, estatal, nacional y en su conjunto a nivel mundial.

Ya desde finales de los años noventa, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), declara la necesidad de encontrar la equidad de género en la Agenda Mundial, que debe repercutir en las políticas y en la práctica de las mismas.

“[...] el tema se constituyó en objeto de estudio relevante hasta hace poco, no sólo en México si no en el mundo y en América Latina (Jaquette 1979 - 1976); todo ello en paralelo, por supuesto, y como consecuencia de la exclusión y autoexclusión de las mujeres de este espacio social donde se toman decisiones y se ejerce el poder.”¹

Significativa es la situación de equidad de género a nivel mundial, pues se está consolidando el trabajo de la docencia, así como la investigación de los centros especializados, universidades públicas, e instituciones no gubernamentales, que existen con el objeto de luchar en contra de la subordinación de la mujer ante la sociedad.

Estados Unidos y Europa; se encuentran trabajando en analizar y reflexionar sobre las teorías de género. A nivel internacional; América Latina se destaca por realizar investigaciones acerca de la participación de las mujeres en la política y en el campo académico.

Hay algo en la equidad de género que sin duda pone a prueba a toda nación, en esencia, es al sistema democrático, pues debe expresar el reconocimiento de la mujer en la esfera política, no sólo en la toma de decisiones sino además una adquisición de sus derechos para repercutir en el área económica y social.

Sin mencionar que a través de los actos antes mencionados, nacerán nuevos valores y modelos democráticos en las naciones.

¹Fernández, Anna M. *La Política, la Sociedad y las Mujeres*, México, UAM Xochimilco, p.11.

El tema de equidad de género es un tema actual pues justamente en estos momentos muchos de los países a nivel mundial, como el gobierno de México y el Distrito Federal, desean corregir su falta de interés, reglamentos, garantías, prestaciones y reconocimientos hacia el trabajo de la mujer.

Antes de la vorágine de campañas a favor de la causa femenina ni siquiera se le consideraba como una unidad indispensable para la sociedad, política o economía, mucho menos en las leyes de nuestro país, se tenía y aún se tiene, la postura de ser algo normal en nuestra cultura mexicana, situación de la que muchos de nosotros no nos hemos percatado por falta de información.

Un buen ejemplo es la despenalización del aborto, fenómeno que provocó polémica en la sociedad mexicana, puso a prueba su avance cultural, político y religioso, sobre todo su visión hacía las garantías individuales de la mujer. Finalmente el 24 de Abril del 2007 se aprobó la ley al despenalizar el aborto, dándole un pequeño incentivo a los derechos femeninos.²

Para poder llegar a obtener resultados de esa magnitud, fueron esenciales los acuerdos y la información de quienes buscaban legalizar la garantía de la mujer para decidir sobre su cuerpo, así como el derecho constitucional para decidir el número de hijos.

Mujer y Medio Ambiente A.C. por esas razones es una organización es importante analizar, pues su enfoque de equidad de género y ecológico es único en nuestro país, trata a la desigualdad desde una repartición injusta en los recursos esenciales para la vida de cualquier ser humano, los naturales, situación que se va agravado por la escasez de los mismos, provocando, enfermedades, así como una vida indigna para quien es mujer y sus familias.

Su trabajo se ha aplicado en estados, delegaciones, comunidades campesinas, conurbadas y ciudades, donde la mujer funge como usuaria de estos recursos naturales

² Cambio que se aplicó a las Reformas del Código Penal y a la Ley de Salud capitalinos a partir del 2007.

como: el agua, tierra, alimentos y vivienda, pero en la toma de decisiones es relegada por ser definida inferior a la figura masculina.

Por condiciones culturales, la mujer en temas como la vivienda; salud, nutrición desarrollo sustentable, esos elementos se les hace a un lado, de acuerdo a la problemática, la organización busca una posición equitativa de hombres y mujeres quienes carecen de recursos naturales, además les enseña a crear sus propias herramientas para organizarse, exigir se cubran desde la consigna de ser acreedoras a estos derechos para lograr impulsarlos en la participación política.

Esta Asociación Civil, trabaja para alcanzar un bienestar por medio de sus servicios, como diría Blanca Torres es **“la promoción de la participación y autoestima”**³ de su público, por ejemplo, en su *Proyecto sobre Género y Agua* en la Delegación Xochimilco, se realizó un curso educativo donde sus públicos no sólo fueron mujeres, sino además los servidores públicos de la delegación, ayudaron a la emisión de determinados mensajes para poder lograr la participación del género femenino.

Otro de los aspectos novedosos y notables dentro de este estudio, será el llegar a conocer la comunicación dada en las organizaciones civiles, las cuales representan en nuestro país una nueva forma de poder tratar los problemas sociales, políticos y a los que los mexicanos se enfrentan en la actualidad.

Además, las Organizaciones de la Sociedad Civil han tenido tal importancia, desde su historia constituyen levantamientos de la sociedad mexicana en circunstancias que el gobierno no pudo resolver, como lo es el temblor del 85, donde los civiles se unieron para salvar vidas, rescatar a sus familias, amigos o vecinos.

Conforme a las características del trabajo comunicativo de las sociedades civiles, es conveniente entender ¿cómo pueden transmitir sus mensajes de manera efectiva, si no pueden pagar el trabajo de profesionales o acceder a la emisión de todos sus mensajes hacia sus públicos, cuando su presupuesto es tan escaso?

³ Méndez, José L. *Organizaciones Civiles y políticas públicas en México y Centroamérica*, México, Porrúa, 1998, p.55.

Entonces su creatividad y trabajo se vuelve más valioso, así como atractivo para cualquier comunicólogo, pues para lograr sus objetivos deben crear nuevos planes de comunicación, estrategias, medios, foros, sin mencionar la necesidad de inventar nuevos medios para la obtención de recursos monetarios.

De aquí viene la importancia de entender la estrategia de comunicación que maneja con sus públicos la organización Mujer y Medio Ambiente, pues no sólo debe lograr el cumplimiento de sus objetivos, sino además cubrir necesidades de las mujeres carentes de consideraciones políticas y económicas, por parte del gobierno.

Se usa la Comunicación Organizacional para poder transmitir la misión de la organización, así como los servicios que ésta ofrece hacia sus públicos y obtener también un pequeño cambio, pero trascendental en la sociedad mexicana.

Una de las metas que debe alcanzar la estrategia de comunicación es brindar información a las mujeres a través del curso que la organización ofrece, para después tener una retroalimentación de acuerdo a los criterios de las mujeres, son elementos detectados por medio de este curso.

La información obtenida se utiliza para dirigirse a las autoridades correspondientes, como la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), para expresar sus necesidades teniendo incidencia en las políticas públicas y resolver las carencias de los recursos naturales, que influyen en la vida diaria de las mujeres.

Todas las mujeres generan peticiones esenciales para su vida diaria, durante la *escuela de género*, ésta es la herramienta esencial de la organización como comunicación externa, es aquí donde se realizan debates, opinan acerca de las necesidades de sus comunidades; así como las posibles soluciones. La mayoría se encuentra así misma en el camino.

Información que Mujer y Medio Ambiente toma como referencia de la problemática, para así lograr una línea de comunicación entre los afectados y las instituciones correspondientes, además de la mutua ayuda, pues se recogen datos, pero al mismo tiempo se le da voz a las afectadas.

Hasta el momento no hay una tesis de Comunicación, que hable del trabajo comunicativo de una organización civil con el tema de género y medio ambiente, las existentes se enfocan a ser estudiadas bajo otros rubros meramente comunicativos desde su emisor, pero no se entienden como un acto de retroalimentación, para encontrar la mejor manera de cubrir a fondo las necesidades a sus públicos.

Por otro lado las que existen manejan el tema de equidad de género desde un enfoque basado en estereotipos, el cómo la mujer se ve afectada por los símbolos, como los anuncios comerciales, revistas, telenovelas, etc., o que agotan el tema del aborto, violencia, desigualdad e inequidad en el trabajo, escuela, pero no con el enfoque que esta A. C. maneja.

Las tesis que existen acerca de la figura femenina son en su mayoría de sociología, como: *“La mujer en México diez años después del año internacional de la mujer”*, *“La mujer obrera en la industria maquiladora, el caso de Ciudad Juárez”* por Carrillo Viveros Jorge, *“Mujer Universitaria Violentada, un enfoque sociológico”* de Sayes Ramírez Edith⁴, son tesis creadas para estudiar las formas sociales y culturales, pero no a los organismos que pudieran ayudarlas.

El tema le incumbe a todas y todos, pues afecta a grupos vulnerables como a las mujeres, campesinas o campesinos, todos aquellos que tienen relación con un futuro donde los recursos serán aún más escasos, afectará a todos, hombres y mujeres de algunas delegaciones en la Ciudad de México como Iztapalapa o Xochimilco, viven todos los días en condiciones precarias a falta de agua en sus hogares.

La asociación trata el tema a diferencia del Estado, le da seguimiento, se prepara para trabajar con las mujeres, cambia para transformar su entorno y el de las mujeres, se actualiza en el tema, busca nuevas herramientas para darles conocimiento.

El interés de ésta tesis nació de la curiosidad de saber cómo funciona Mujer y Medio Ambiente A.C., ¿qué información utilizan?, ¿quiénes la transmiten?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿hacia qué públicos?, ¿cuáles han sido sus resultados?, ¿cómo es su difusión?, así como su impacto.

⁴ Archivo de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Para agrado de muchas el tema de género seguirá creciendo, pues en México las familias se constituyen por más mujeres que hombres, por su puesto la desigualdad no es sólo un tema, es parte de la vida, lamentablemente de la mayoría de mujeres mexicanas.

Además, se quiere buscar una forma de ayudar al género femenino a mejorar la calidad de vida desde una nueva perspectiva de equidad en el país, que en un futuro, podrían verse resultados, tal vez no a gran escala, pero si en un pequeño entorno que se reproduciría para crecer más. Destacando la importancia, aún no reconocida en su totalidad, de la equidad de género.

Mi *Objetivo General* era: Análisis de la Estrategia de Comunicación Externa en las Asociaciones Civiles. Caso: “Mujer y Medio Ambiente A. C.”

Por otro lado los objetivos particulares fueron los siguientes:

1. Identificar las funciones, herramientas y métodos comunicativos de ésta Asociación Civil, para conseguir su misión de acuerdo a la necesidad actual de adaptarse al entorno social, político y económico.
2. Describir la estrategia de comunicación externa, medios, mensajes, ¿cuándo?, ¿quiénes?, ¿cómo?, así como sus resultados, si han o no logrado la participación y participación política de las mujeres.
3. Revisar la historia y trabajo conjunto del feminismo en nuestro país, expresada por las Asociaciones Civiles para llegar a la equidad de género.
4. Conocer la necesidad de alianzas entre las organizaciones de la sociedad civil, cómo la red que ha forjado “Mujer y Medio Ambiente A.C.”, se utiliza para lograr sus objetivos, funciones y actividades en gran parte del país-
5. Proponer recomendaciones hacia su estrategia de comunicación.

Las hipótesis que se formularon para éste trabajo son las siguientes:

- 1- La existencia de una estrategia de comunicación externa construida en Mujer y Medio Ambiente A. C., permitirá que la organización sea capaz de permear su mensaje de desarrollo, para la participación de las mujeres en el tema del agua.
- 2- La estrategia de comunicación externa en Mujer y Medio Ambiente logrará una construcción práctica e ideológica en las mujeres hacia la equidad de género.
- 3- La estrategia de comunicación externa llevada a cabo en Mujer y Medio Ambiente A. C. se encuentra fundamentada en la comunicación para el desarrollo en México.

Algunas de las hipótesis parecían no cumplirse, sobre todo la primera, no parecía ser suficiente un taller para cambiar de manera tan radical, las perspectivas de las mujeres, desde el aprendizaje cultural hasta el social, legal, individual, así como la forma de enfrentar los problemas ambientales que les aquejan en sus hogares y comunidades.

Los primeros capítulos de la tesis son la base, pues en el capítulo 1 y 2 se presentan los temas necesarios para poder entender a grandes rasgos, los roles y las funciones de una organización que funge como Asociación Civil; por supuesto en relación a la Comunicación. Son también una orientación para cumplir y entender los objetivos e hipótesis.

En el capítulo 1. El objetivo fue tocar los tópicos necesarios de la comunicación organizacional, su significado, los elementos esenciales para el análisis de la comunicación, cómo lo es el plan estratégico y de comunicación.

Capítulo 2. Se plantearon los orígenes y fundamentos del movimiento civil, que dieron nacimiento a las organizaciones no gubernamentales (ONGS) y Organizaciones de la Sociedad Civil (OC'S), así como sus diferencias entre la asociación civil y las organizaciones civiles, pues son diferentes. El feminismo ha dado comienzo a

asociaciones civiles preocupadas por la equidad de género, por lo que se tocó el tema a grandes rasgos, que podrá ser encontrado en los anexos.

Capítulo 3. Se utilizó para analizar la organización tomando en cuenta lo siguiente:

1. El análisis se enfocó a la *Escuela Género y Agua* que es básicamente su estrategia de comunicación externa
2. Se tomaron en cuenta las características y funciones de la Organización, información necesaria para entender la estrategia como: historia, productos y servicios, entorno general y particular, etc.
3. Analizó la estrategia: sus objetivos, medios, mensajes, transmisores, destinatarios y cómo se llevan a cabo
4. Evaluación de la estrategia: se presentaron los resultados obtenidos de manera cualitativa; se realizaron entrevistas con los integrantes de la organización y de manera cuantitativa se aplicaron encuestas para ver los resultados de la escuela de género hacia las mujeres que asisten

Capítulo 4. Después de conocer el trabajo de la organización, ver sus efectos y puntos a trabajar, se realizó un bosquejo general tanto de conclusiones como de soluciones para mejorar su planteamiento de comunicación externa.

De acuerdo a cambios constantes en la organización se decide plantear tan sólo un bosquejo de las soluciones que se pueden aplicar en la estrategia de comunicación externa, basados en el estudio mostrado en éste trabajo a continuación. Con el que se pretende mejorar tanto su retroalimentación con su público meta, las mujeres interesadas en el tema, así como posibles voluntarios.

CAPÍTULO 1.

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: Organizaciones de la Sociedad Civil.

En este capítulo veremos un poco de los orígenes de la comunicación. Nace con el objetivo de entender a su entorno en crisis. Es más que interesante ver cómo la comunicación, además de percibirse desde un sentido humano, se entiende como una herramienta para influir en su medio de diferentes maneras o con distintos objetivos.

Si bien la comunicación es un elemento esencial para el ser humano, tuvo que pasar mucho tiempo para poderse ver como una herramienta para mejorar cualquier ámbito, como en la política, economía, pero sobre todo en la administración, área donde más trabajo ha costado, pues aún le impide ser considerada indispensable con un papel serio e importante.

La Comunicación para el Desarrollo, es un tipo de comunicación que considera fundamental el bienestar social, su sinónimo podría ser Comunicación Social. Nace desde la década de los sesenta como tal, fruto de un movimiento tan fuerte en el mundo, como muchos sabemos ha dejado huella para mujeres, jóvenes, obreros, los derechos de los animales, etc.

Actualmente los tipos de comunicación buscan cubrir las necesidades actuales, ya sean empresariales, humanitarias, sociales, económicas...: se acoplan al entorno y viceversa.

La comunicación social si bien comenzó como un movimiento, poco a poco se ha ido conformando como una herramienta esencial para organizaciones, segmentos públicos y organizaciones que dedican su trabajo a encontrar una mejor situación social, una mejor calidad de vida, sobre todo cumplir con metas; las cuáles van más allá de cubrir el presupuesto, mantener determinado margen de ganancias, tener una buena imagen, ser consideradas las mejores, la meta es alcanzar lo justo.

Es pertinente aclarar los siguientes términos a emplear en el desarrollo de la investigación: Comunicación Organizacional, Comunicación Interna, Comunicación Defensiva y Comunicación para el Desarrollo, son tipos de comunicación que buscan el desarrollo de las organizaciones, perfeccionando diferentes aspectos de la organización.

Por un lado la *Comunicación Corporativa* busca comunicar, transmitir la ideología, así como la misión y actividades de la organización hacia un público externo, haciéndose de herramientas o productos orientados a esos fines. La Comunicación Interna facilita el flujo de información, ayudando a obtener un cambio por medio de datos acerca del personal.

De acuerdo a su nombre, la *Comunicación Defensiva* es aquella con influencia en el cambio al público o el nivel de política, promueve las cuestiones relacionadas con el desarrollo. Su función es aumentar el nivel de conciencia sobre las fuertes cuestiones de desarrollo, además sobre audiencias específicas ayudando así al cambio, utilizando métodos de comunicación.

La *Comunicación para el Desarrollo*; es el tipo de comunicación que va mucho más allá de la organización, pues sus metas se encuentran basadas en la vida de personas afectadas por problemas sociales, políticos o económicos. Por esa razón mantiene el cambio sustentable en sus operaciones, con el objetivo de encontrar una respuesta para quienes les afecta. Las acciones más importantes son el esparcir información y cambio social.

Al término del capítulo se plantea el proceso utilizado para estudiar a la organización de la manera más adecuada y así obtener mejores resultados. Las fases del análisis tienen como primer nivel el conocer la información fundamental de la organización, la segunda se basará en profundizar y enfocarse en su comunicación, para después definir sus necesidades comunicativas.

1. COMUNICACIÓN.

La definición de comunicación utilizada corresponde a las necesidades del trabajo práctico, objeto de la tesis, además de la relación; entre el concepto y la forma en la que Mujer y Medio Ambiente A.C., se comunica con su público beneficiario.

Nos referimos a la definición mejorada gracias a estudiosos como Von Newman, Shanon y Winer, conocidos como precursores de la cibernética, después de la Segunda Guerra Mundial, le dieron un nuevo sentido a la comunicación.

No sólo era la comunicación una emisión o recepción de información, sino además un intercambio entre estos dos mismos sujetos; emisor y receptor, mejor conocida como teoría de la retroalimentación o *feed- back*, su nombre en inglés.

Esta teoría establece lo siguiente; **“La retroalimentación es el fenómeno por el cual B reacciona a la información de A, lo que puede inducir a A a modificar el contenido de la información enviada.”**⁵

De esta manera las organizaciones trabajan, por un lado no sólo su objetivo de emitir un mensaje, o información, sino además conocer las necesidades de su público, así como el entorno de manera interna o externa.

Si bien el estudio de la comunicación con rigurosidad científica nace como una necesidad para mejorar el estado social de los Estados Unidos de América, al mismo tiempo se fue haciendo similar la forma en el que la comunicación se establecía como una herramienta más constituida, con el objetivo de mejorar las prioridades de ciertos grupos marginados. Actualmente esos grupos son indígenas, ancianos, campesinos y mujeres, esas necesidades han sido cubiertas por organizaciones no gubernamentales o pertenecientes a la sociedad civil.

⁵ Thierry Libaert, *El plan de Comunicación Organizacional*, México, Limusa, 2008, p.28.

1.1 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.

Esta es la modalidad a la que nos referíamos, donde existe toda una historia de construcción de la comunicación para reparar a una sociedad. Todo comenzó en 1910 al tener un objetivo muy claro, edificar a la comunicación como una ciencia social, por esa razón, se necesitaba crear métodos empíricos⁶, pudieran nutrirla para poder realizar investigaciones con bases sólidas.

La escuela de Chicago fue quien se dio a la tarea de construir esas bases con instrumentos metodológicos; en primera instancia se buscaba una resolución a los problemas sociales, sin imaginar con el tiempo, llegarían a desarrollar un estudio cuantitativo hacia los medios de comunicación⁷, éste había nacido de una necesidad de análisis.

Uno de sus primeros integrantes de la escuela fue: Robert Ezra Park, al igual que muchos de sus integrantes, utilizaron a la ciudad como objeto de estudio para realizar investigaciones, analizar fenómenos como: la marginalidad, aculturación, desorganización y movilidad de la urbe.

Algunas contribuciones de la escuela, fue el haber realizado una investigación acerca de fenómenos sociales, actualmente los seguimos viviendo tales como la inmigración e integración de inmigrantes, en ese momento eran escoceses, irlandeses, ingleses, etc., ahora norteamericanos, quienes buscaban una mejor calidad de vida.

Robert es conocido por hacer su análisis de información substraída de periódicos. Tomando como ejes de investigación: el origen de la información, la profesionalidad del periodismo así como las diferencias en la propaganda social.

Park al lado de E. W. Burgess, explican los problemas sociales por medio de un concepto ya establecido por Ernest Haeckel “ecología humana”, cambiándola a

⁶ **Empirismo:** El principio del empirismo es considerado por L. Hjelmslev como el criterio fundamental de la cientificidad de una teoría. Julien, A. Greimas; J. Courtes, *Semiótica: Diccionario Razonado de la Teoría del Lenguaje*, Madrid, Greidos, 1990, p.141.

⁷ **Medios de Comunicación:** Medios de Difusión colectiva que se caracterizan por la industrialización, la técnica y por una gran audiencia. Entre los mass media se encuentra: la prensa, radio, cine, televisión, etc. Fages J.B.; B. Fery; P. Cornelli, *Diccionario de Comunicación*, Buenos Aires, Editor, 1977, p.147.

“economía biológica” refiriéndose este último a la norma que rige las relaciones interindividuales, es decir, la lucha por obtener cada uno su espacio, basándose las interacciones sociales y formas de convivencia, en esta razón.

Charles Horton Cooley⁸ por otro lado, estudió los fenómenos de los procesos de comunicación, principalmente se dedicó a las interacciones simbólicas de actores sociales. Utilizando como herramientas de investigación: observación, monografías de barrio, así como entrevistas de historias de vida, retomando técnicas ya establecidas anteriormente por el psicólogo Herbert Mead.

Horton de acuerdo a su investigación concluía; el individuo tiene la capacidad de experimentar un mismo suceso al igual que otras miles de personas, la diferencia radicaba en la memoria de cada uno, pues la formulación de su recuerdo sería propia, con características, fragmentos distintos y singulares.

Estos estudios serían tan sólo los cimientos para tener una perspectiva en los procesos de comunicación, alcances, contenido, tipo de información e influencia sobre quienes los leen o escuchan, pero sobre todo era el inicio de un estudio más serio, metodológico y sustancial.

1.1.1 Mass Communication Reserch.

Se le considera como antecedente directo a la corriente de *Mass Communication Research* de la comunicación para el desarrollo. Su nacimiento se dio en el escrito *Propaganda Techniques in the World Wear* en 1927 por Harold D. Laswell, describe la función de los medios de comunicación durante la guerra de 1914-1918, es el ser gestores de las opiniones, tanto de aliados como enemigos, en pocas palabras hacer propaganda.⁹

⁸ Este autor y los autores anteriores, así como los del bloque de *Mass Communication Reserch* fueron obtenidos del libro de Armand Mattelart, su hermano Michele. *Historia de las teorías de la Comunicación*.

⁹ **Propaganda:** Una de las partes de la información persuasiva que constituye una fuerza irremplazable en la conquista del poder en su mantenimiento, tanto más eficaz cuanto más se aleja en su técnica de la que es característica por el abuso que se ha hecho de ella. Ignacio H. de la Mota, *Enciclopedia de la Comunicación: artes, ciencias y técnicas*, México, Noriega Editores, Tomo 3, p.1165.

Los medios utilizados para cumplir con ese trabajo eran: el telégrafo, teléfono, cine y el radio.

“Para Lasswell, propaganda y democracia van de la mano. La propaganda constituye el único medio de suscriptor la adhesión de las masas; además, es más económica que la violencia, corrupción u otras técnicas de gobierno de esta índole.”¹⁰

Instrumentos es como Harold define a los medios de comunicación, son entes con inteligencia; simplemente envían ordenes y mensajes sin ningún obstáculo, el receptor naturalmente acepta, como si no tuviera juicio para rechazar la información, es decir simples organismos carentes de razón, a ese proceso le llamo: “circulación de los símbolos eficaces”, es el concepto bautizado por Lasswell hacía los medios de comunicación.

Considera y le da crédito a propaganda de los aliados para que los ejércitos alemanes fueran derrotados, pensamiento nacido en la posguerra.

Tienen tal eficacia los medios de comunicación que ilustran sus efectos y comportamiento con una aguja, nombrada “aguja hipodérmica”; el impacto de los medios es directo a una audiencia¹¹ la cual acata sin cuestionamiento alguno, a estímulos, mensajes e información.

Su hipótesis en ese momento ponía en duda las ya establecidas por psicólogos como: Le Bon y su psicología de masas, del conductismo de John B. Watson, el condicionamiento de Ivan Pavlov, así como la teoría de William Mac Dougall, la cual definía a los impulsos primitivos o instintos como una explicación a los actos de hombres y animales.

Uno de los acontecimientos que ayudarían a justificar esta hipótesis, sería la transmisión de la CBS realizaría el 30 de Octubre de 1938, pues el relato de *La guerra*

¹⁰ Armand y Michele Mattelart, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Barcelona, Paidós Iberica, 1997, p.28.

¹¹ **Audiencia:** Conjunto del público entre el cual circula un medio o es recibido un mensaje que permite conocer el número de seguidores de un programa o emisora y el de compradores de una publicación, así como la investigación de sus circunstancias socioeconómicas y motivacionales. Ignacio H de la Mota, *Diccionario de la Comunicación*, Madrid, Paraninfo, Tomo Uno, 1988, p. 75.

de los Mundos de Orson Welles aterrizó a miles de radio escuchas quienes creyeron cierta la historia.

Ése hecho pudo haber pasado como desapercibido en la actualidad, en esa época fue la primera muestra de la credulidad de las personas, además de la fuerza y magnitud de los medios de comunicación, sin mencionar el control de las emociones que mostró poseer sobre el ser humano.

La sociología llamada funcionalista por ser útil en muchos casos de análisis, es fundada por Harold Laswell en 1948, con su fórmula, ¿quién dice qué (emisor¹²), por qué canal¹³, a quién (receptor¹⁴) y con qué efecto? Desde ese momento ha sido utilizada como herramienta de análisis e investigación de los fenómenos de comunicación, ayuda a obtener resultados, objetivos sistemáticos y cuantitativos de los contenidos, además de mensajes de los medios de comunicación.

Este modelo en los años cuarenta y cincuenta, sería la base para identificar otro elemento en el proceso de comunicación, los intermediarios, cuestionando el postulado Laswelliano: “la aguja hipodérmica”, (donde su efecto es directo, sin barrera o rechazo).

Otros estudios después de varios años, hechos por Lazarsfeld y sus colegas como Bernard Berelson y Hazel Gaudet, el más representativo sería el hecho con Elihu Katz, llamado *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, se realizaron encuestas para conocer el comportamiento de consumidores de moda, ocio y películas.

Su muestra representativa fue de 800 mujeres de 60.000 habitantes, el objetivo era conocer el proceso de decisión individual. Las mujeres decidían de acuerdo a sus líderes de opinión quienes determinarían su comportamiento, toma de decisiones y gustos.

¹² **Emisor:** Todo lo que está en el origen, en la fuente de los mensajes difundidos por los media, autores productores, gobierno, grupos diversos. Fages J.B.; B. Fery; P. Cornelli, *Op., cit.*, p. 75.

¹³ **Canal.** Término tomado de la teoría de la información que designa el soporte material o sensorial que sirve para la transmisión de los mensajes. Julien, A. Greimas; J. Courtes, *Op., cit.*, p. 141.

¹⁴ **Receptor:** Designa, en el proceso de la comunicación, la instancia en que se recibe el mensaje: en este sentido el receptor no es necesariamente aquél a quien el mensaje debe ser finalmente transmitido. José M. de Sousa. *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*, Madrid, Paraninfo, 1991, p. 248.

Gracias al estudio se estableció una teoría conocida como: two - step flow; en una pirámide de información, establece tipos de personas; se van estableciendo de acuerdo a la cantidad de información mediática contenida en el pensamiento de los sujetos.

El primer escalón se encuentra compuesto por las mujeres más expuestas e informadas por los medios de comunicación, en el segundo, las que no son tan cercanas a ellos, pero dependen de las más informadas para empaparse con información necesaria.

Para conocer con mayor precisión la toma de decisiones, realizó un estudio en el campo de la política, en donde Lazarsfield notó que para poder aceptar o rechazar, era indispensable: tomar a conciencia el mensaje, interés, evaluación, experimentar, adoptar o rechazar procesos que se aplicarían para campañas publicitarias en un futuro.

A esta etapa también se le conoce como: *Paradigma de Modernización*, pues la idea central era resolver problemas de desarrollo para modernizar países considerados como subdesarrollados, en plan era implementar modelos con el objetivo de generar riqueza en las naciones.

De esta forma y a través de este recorrido vemos como la comunicación comienza a ser un instrumento para diseminar; información y mensajes, definiéndose, como herramienta poderosa para persuadir audiencias, provocando cambios en conductas, comportamientos, donde el modelo era nada enriquecedor entre los elementos; emisor/ receptor.

1.1.2 Actitudes ante el Desarrollo.

Ya en los años cincuenta, se realizaban estudios para apreciar las áreas en conflicto político en países de Oriente Medio, incluido el Irán Mosadehg, el trabajo era financiado por la radio gubernamental la *Voice of America*.

Encargados del proyecto en 1950 eran Daniel Lerner y Lazarsfield, su objetivo no sólo se basaba en evaluar las zonas de conflicto, además debían categorizar la relación de los habitantes con los medios de comunicación, así como el tipo de información ante hechos internacionales, locales o nacionales, transmitidos por radios como la BBC, radio Moscú y la Voice.

The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East, es el reporte de resultados donde Lerner hace una propuesta en las tipologías en las actitudes ante el desarrollo, para Daniel es un proceso; va de un Estado tradicional a uno moderno.

Son definidos los años cincuenta y sesenta como la primera piedra hacía una sociedad desarrollada, se pensaba que el subdesarrollo podía dejarse de lado o en el pasado, como una especie de mala racha, teniendo como oportunidad un nuevo principio.

La herramienta fundamental es la esperanza para mejorar con una revolución de cambios, basados en movilizaciones. **“En esta movilización para la modernización, el medio de comunicación se convierte de forma completamente natural, en el agente de modernización por excelencia, irradiando y desmultiplicando las actitudes modernas de la movilidad. El equipamiento con instrumentos tecnológicos es el testimonio de este progreso al alcance de todos.”**¹⁵

Una de las causas de las movilizaciones es el definir las actividades del Estado como ineficientes, e insatisfactorias, por lo que hombres y mujeres se dan a la tarea de informarse para realizar trabajo de difusión sobre temas consideran fundamentales como: el uso de anticonceptivos, enfermedades cáncer, sida, maneras de mejorar sus vidas o los empleos.

Al analizar éste tipo de movilizaciones informativas, nace la teoría de difusión de las innovaciones, donde Everet Rogers en 1962 publica; *The Diffusion of Innovations*, la modernización y el desarrollo van de la mano, estos conceptos conforman un cambio social cimentado en nuevas nociones de sociedad, valores, familia, con el fin de regenerar el sistema social.

¹⁵ Armand y Michele Mattelart, *Op cit.*, p. 36.

Transformaciones que repercutirían en un progreso: económico, (aumento en las rentas per cápita), también en las tecnologías, en los niveles de vida al tener lo más avanzado en los métodos de producción modernos, además de una organización social.

Conocido también como un modelo con una visión política económica dependiente nombrada *Paradigma Dependiente* que en la década de los años sesenta; criticaba con gran amplitud al proceso de modernización por no aplicar en realidad procesos para el desarrollo.

El proceso hacía el desarrollo se fundamentaba en aspectos meramente económicos, por eso se le responsabiliza de un subdesarrollo social. Comunicación y cultura son ingredientes, de acuerdo a esta período esenciales para cada nación, lo que provoco un debate en la United Nations Educational Scientific Cultural Organizations, (UNESCO).

La garantía demandada era ejercer equidad entre países ricos y pobres en la comunicación para obtener información o programas culturales. Gracias a ese debate, se estableció en la agenda para un New World Information and Mass Media Communication Order.

1.1.3 El Desarrollo en América Latina.

Para los años ochenta es substancial definir el uso de los medios de comunicación, si bien en los años veinte la comunicación era vista como herramienta manipuladora; donde sólo era necesario transmitir el mensaje para obtener una respuesta satisfactoria, en los años cincuenta comienzan a tener otro significado gracias a los primeros cambios sociales que son materializados en los años sesenta y setenta, donde muestra con gran sencillez la fuerza que tienen.

La pregunta entonces era, ¿cómo funcionaban los medios de comunicación, gracias a esa fuerza y a los cambios sociales que le habían dado una nueva perspectiva al trabajo de los medios de comunicación?

De acuerdo a la época es notorio el crecimiento de los medios de comunicación en el área económica, viéndose como un monstruo en crecimiento no sólo en cuanto a su tamaño, sino también en su dominio en los años ochenta.

Una de las concepciones de esta etapa de la Comunicación y Desarrollo, (después se le conocería como Comunicación para el Desarrollo), es ver a la tecnología como una herramienta para trabajar de manera positiva o negativa. Se le ve como un instrumento para mantener una difusión masiva de información, es decir, informar, por otro lado, se le considera un elemento que forma al individuo transmitiendo la información más conveniente a sus intereses.

En los países considerados como subdesarrollados, el planteamiento estructural de los sistemas y tratados comerciales, han impedido un desarrollo comunicativo, en cuanto a sus planes de desarrollo en regiones locales, y donde las necesidades son diferentes, es decir, no existía un modelo para cubrir necesidades más específicas creyendo que tan sólo se puede magnificar la cantidad de información, pero no la calidad o función de esta en un área local.

“Así el problema de comunicación en general, y de los sistemas de información en general, especialmente el papel de los medios de difusión masiva en particular han dejado de figurar en los planes y políticas nacionales de desarrollo y se les ha dejado en manos de los sectores privados comerciales o instituciones y organizaciones alternativas, sin fines de lucro, cuyo trabajo bien intencionado sin lugar a dudas carece de la fuerza política y de la solidez financiera necesarias para poder contrarrestar los efectos crecientes de la penetración cultural.”¹⁶

Importante es ver cómo la comunicación para el desarrollo define a la comunicación como un elemento conductor a instaurar una cultura dominante, una especie de neocolonización, para así dominar desde esa distancia, hacía estructuras más sensibles en las sociedades de países subdesarrollados.

¹⁶ Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo. *Comunicación para el Desarrollo*, Lima, Instituto para América Latina, 1987, p. 8.

Para llevar a cabo un proceso de desarrollo de manera global, es indispensable plantear políticas de comunicación, para trabajar en conjunto con planes o modelos de desarrollo, dando como resultado, el diseño de políticas y estrategias de planificación.

Se necesita, para planificar el desarrollo, políticas y tácticas que correspondan a la cultura, historia, insuficiencias o potenciales de la sociedad en cuestión.

Un ejemplo es la comunicación y desarrollo rural, la cuál se utiliza para instruir y capacitar, mejorar los programas para cultivar, trabajar con mejor eficiencia, de acuerdo a sus necesidades, donde lo que importa es mejorar la vida del campesino. Haciéndolos conscientes de sus capacidades y los insumos que generan.

La comunicación social busca mejorar mediante programas de salud, educativos, informativos, el estado, derechos o situación de las personas, donde la cultura es un producto que no ha podido expandirse con calidad por una falta de infraestructura en posprogramas educativos, de ahí viene el nacimiento de la comunicación alternativa.

Si bien la marginalidad se da en diferentes ámbitos tanto sociales, como políticos y culturales, en los medios de comunicación también se da, pues existe un desequilibrio de acuerdo a las discusiones planteadas, la información seguía con el mismo modelo de información, a través de medios comunicativos tradicionales, con el mismo objetivo “alienar”, cumpliendo órdenes extra nacionales.

América Latina al entender ese proceso y al estar conscientes de quienes tienen acceso son compradores de espacios, la necesidad para comunicarse mediante pocos recursos o nulos, ayudan a crear sus propios medios de comunicación, con una nueva manera de hacer o ver las cosas.

” [...] A esta nueva manera alternativa de se le calificado de “alternativa” y pronto se han desencadenado sus conceptos y sus estudios. [...] se han descubierto otros medios y otros esquemas a los cuales se les identifica como “comunicación alternativa” y medios de comunicación alternativos”. Lo alternativo está constituido por todo el

conjunto conceptual y técnico de elementos que se encuentran con lo tradicional y establecido.”¹⁷

Gloria de Vela, investigadora define a lo alternativo como: **“una impugnación y oposición al modelo dominante y en esta perspectiva la “alternatividad” estaría dada por: un cambio en el emisor, su posición no es privilegiada, ya que cualquiera podría serlo, se encuentran receptores dispersos y heterogéneos para cambiar papeles, estos al tener conocimiento e información puedan ser emisores de su propia realidad o situación.”**

Además existen otras características, como: la modificación en la propiedad y control en las tecnologías de comunicación para que las mayorías accedan a ellas, o establecer sistemas de comunicación de bajo costo con el mismo fin, el contenido de los mensajes correspondería a las necesidades de la mayoría, por último el receptor tiene una postura activa y no pasiva, para así optimizar su vida cotidiana.

1.1.4 La Postura actual de la Comunicación para el Desarrollo.

Es conocido como *Paradigma de Participación*; nació de la necesidad de llevar a cabo el desarrollo que el Estado no ha podido implementar, por esa razón la gente decide participar y ser un lazo de formación en el desarrollo.

Para llevar esa meta a cabo, ha sido necesario conocer y usar la comunicación invitando a participar a más personas, hacer del conocimiento una causa, establecer alianzas - conformando fuerzas a niveles locales, nacionales o mundiales, representadas en acciones: marchas, encuentros, conferencias, cumbres, etc. –, sin mencionar que poco a poco ha conformado su propio poder, influyendo en círculos políticos, económicos y sociales.

Desde su comienzo se había relacionado al desarrollo como un avance económico pero no social, de la preocupación por no contribuir al progreso en la vida de hombres y mujeres, niños, adolescentes, todos son parte la comunidad social.

¹⁷ *Ibidem.*, p. 58-59.

Por esa razón se realizó la conferencia sobre los Objetivos del Milenio, después de que el Banco Mundial reconociera la magnitud de problemas como: **“erradicar la pobreza extrema y el hambre, educación universal, igualdad entre los géneros, reducir la mortalidad de los niños, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, sustentabilidad del medio ambiente y fomentar una asociación mundial.”**¹⁸

Las propuestas eran muy claras, establecer programas de desarrollo relacionados con las necesidades hacia cada malestar social y los recursos de cualquier asociación o unidad de participación. Así como el modelo estratégico del cual se basa cada organismo funcional, además es primordial crear métodos, herramientas, sin mencionar las armas comunicativas para llevar a cabo un diálogo.

“[...] la “internacionalización” obliga a su reposicionamiento dentro del reto del desarrollo sustentable, y la participación es reconocida, cada vez más, como un factor necesario dentro de las estrategias de Desarrollo Sustentable.”¹⁹

Los programas y estrategias se encuentran basados en el principio formativo de educar con información, de saber orientar a las personas para resolver un problema en específico y poco a poco ayudar en cuanto a calidad de vida se refiere.

De acuerdo a la comunicación para el desarrollo existen dos preocupaciones constantes el saber manejar dos herramientas, que se encuentran muy claras: comunicar e implicar a las personas en la problemática con la cuál trabajan. Para cubrir estas dos preocupaciones tiene dos modelos de flujo de información: monologo y dialogo.

El modo monologo, se encuentra basado en un solo flujo de información con la intención de diseminar información y mensajes para provocar un cambio, es decir, *comunicación para informar*; se trabaja en una línea de transmisión de información, para ser enviada a muchos receptores. La información se disemina tan sólo de manera temporal, para alcanzar en un largo proceso ciertos objetivos.

¹⁸ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. [en línea] 13 de noviembre de 2009, Dirección URL: <http://www.undp.org/spanish/mdg/index.shtml>.

¹⁹ Paolo Mefalopolus, *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*, Washington DC, The World Bank, 2008, p. 28.

Otro tipo del modo monologo, su contraparte, es la *comunicación para persuadir*; utilizada para inducir a las personas en cuestiones e iniciativas para la salud, con el objetivo de que los individuos adopten prácticas y comportamientos. Existe una pequeña retroalimentación, a pesar de sus características, provocando mejoría en sus mensajes persuasivos.

Modelo de dialogo, se relaciona con el paradigma de participación, está basado en un modelo de comunicación *two – way*, creando una construcción del entorno donde los stakeholders²⁰ pueden participar en la definición de problemas y soluciones. Uno de los tipos del modelo de dialogo es, la *comunicación para evaluar*; en la cuál se investiga y analiza la situación.

La *comunicación para empoderar*, es otro tipo de comunicación, su objetivo es implicar a los stakeholders en decisiones acerca de ciertas cuestiones clave de la organización, utilizando el dialogo como promotor de la participación, llevando consigo un enriquecimiento en temas objetivo, como el cáncer, SIDA, aborto, abuso a menores, etc.

Estos son los elementos utilizados por las organizaciones de la sociedad civil, basadas para educar a los individuos, informarlos, darles herramientas, empoderarlos con el fin de decidir, esa meta era tan deseada por la primera corriente de la comunicación para el desarrollo, pues el objetivo era cambiar, persuadir de forma positiva y transformadora. Ahora con información más el auto-reconocimiento se puede realizar.

Un ejemplo actual es el trabajo que se encuentran implementando en el Ecuador, es un programa llamado Capacitación Ocupacional e Inserción Laboral para Personas con Discapacidad²¹, su trabajo radica en capacitar de manera ocupacional a personas con discapacidad, además buscan hacer conscientes tanto a empresas públicas como

²⁰ **Stakeholders**: interesados directos e indirectos de una empresa que teniendo algún tipo de interés en las operaciones empresarias, le brindan su apoyo y ante los cuales la organización es responsable. Los Stakeholders son grupos con poder real o potencial para influir en las decisiones gerenciales. RRPPnet Portal de Relaciones Públicas. [en línea] 22 de marzo del 2010. Dirección URL: <http://www.rrppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm>.

²¹ s/a. Banco Internacional de Desarrollo. [en línea] 25 de marzo del 2010. Dirección URL: <http://www.iadb.org/projects/project.cfm?id=EC-M1039&lang=es>.

privadas a cumplir con el derecho de insertar a sus empresas a personas con discapacidad.

Importante es reconocer el grado de la participación para el desarrollo de las sociedades civiles, pues han trabajado en diferentes maneras para que grupos vulnerables puedan ser reconocidos en nuestra sociedad, ayudados a fortalecer y mejorar su aprendizaje, intelectual, laboral, emocional, etc.

Tan sólo en éste momento se han aprobado 280 proyectos por el Banco Internacional de Desarrollo (BID), dentro de los cuáles se encuentra: un Programa de Seguridad Ciudadana, Estudio Regional sobre la Dimensión del Tráfico de Personas, Proyectos de innovación Tecnológica, Apoyo a la Atención de Personas Mayores, Integración de Asentamientos Irregulares, entre otros programas.

1.1.4.1 Tipología de Participación para el Desarrollo.

De acuerdo a la clasificación, existe un trabajo conjunto entre los stakeholders externos y locales, es decir, personas que ayudan e intervienen en el desarrollo de la empresa, ya sea de manera externa o interna, a pesar de su cercanía o lejanía, los dos son protagonistas importantes en un proceso equitativo en la toma de decisiones. Cuatro son los tipos que existen: la Participación Pasiva, para Consulta, Funcional y para Capacitar²².

Participación Pasiva

Los stakeholders participan para ser informados acerca de que es lo que irá a pasar o ha pasado ya. Las personas que retroalimentan son un mínimo e inexistente, y la participación es evaluada principalmente como exhaustiva, en ocasiones también en las discusiones.

²² Paolo Mefalopolus, *Op cit.*, p. 11. Traducción de autoría propia.

Participación para Consulta

Stakeholders participan para proveer retroalimentación preguntas planteadas por investigadores externos o expertos. Porque su participación no esta limitada a reuniones, esto suministrado en diferentes puntos en tiempo. En el análisis final, como sea éste proceso consultivo cumple con toda la producción de una decisión que la de proveer poder en las manos de profesionales externos quiénes están bajo la no obligación a incorporar stakeholders a aportar.

Participación Final

Forman parte de discusiones los stakeholders, además de realizar análisis de objetivos predeterminados listos para el proyecto. Éste tipo de participación, aunque esta no provoca resultados en cambios dramáticos sobre “que” objetivos son o serán alcanzados, proporciona valiosas aportaciones sobre “quién” los alcanzará. La participación funcional implica el uso de la comunicación horizontal entre stakeholders.

Participación para Capacitar

Los Stakeholders están dispuestos y capacitados para hacer una parte del proceso, participar en análisis conjunto, el cual lleva a una decisión acerca de cómo debería ser alcanzado su objetivo. Aunque el rol de personas externas es equitativo a socios en la iniciativa, los stakeholders locales son socios con una iniciativa equilibrada, también los externos son igualmente decisivas sus opiniones en la toma de decisiones concernientes tanto en las organizaciones como en sus vidas.

Tanto los integrantes internos como externos de una empresa, son indispensables para desarrollar las funciones, también lo es el cumplimiento de los objetivos de la organización, así la partición es un ingrediente necesario para llevar a cabo un exitoso desarrollo, que se espera se encuentre basado en la búsqueda obtener el respeto, ejercicio y acceso a los derechos humanos, de género, así como cualquier otro grupo vulnerable.

Muchas de la metas son el poder obtener resultados, términos e iniciativas para la sustentabilidad, con el tiempo se ha aprendido que no es necesario el trabajo de los medios de comunicación para alcanzar sus objetivos, a veces el trabajo es tan sólo realizarlo para que algunos, muchos o quiénes se encuentren interesados se informen o se lleven algo más que pura información.

“[...] Exitosas intervenciones comunicativas no siempre necesitan confiar en los medios para atraer e informar a las audiencias – ellos pueden también confiar más sobre la participación y métodos interpersonales.”²³

Al tener pocos recursos, los medios de comunicación utilizados para participar son muy baratos, además de encontrarse al alcance de la mayoría, el más utilizado es el Internet por la facilidad que hasta en las zonas más recónditas, o con carencias económicas se puede tener acceso a una computadora por una tarifa pequeña, claro si se encuentran en una pobreza extrema o sin luz, le será imposible.

También es importante, al tener claros los objetivos, intereses hacía los involucrados en los temas, los medios se vuelven más familiares hacía el público pues los mensajes son más personales e íntimos, sin mencionar que existe una complicidad en las organizaciones civiles para cumplir con los objetivos, porque son también los objetivos en la vida personal de los integrantes de la misma.

Un ejemplo de lo que se puede lograr con la participación es el caso de Panamá, en dónde su Ministerio de Agricultura al ver el entorno de pobreza rural, se dio a la tarea de mejorar las condiciones de vida en el área que correspondía a más de 556 comunidades, el ministerio elaboró un microproyecto para capacitar a las comunidades, y obtener como resultado áreas ricas en frutos.

Se pensó en una estrategia de comunicación a nivel interpersonal y métodos de grupo. Para cumplir con su objetivo se contrato a ONGS, con la capacidad de proveer la capacitación tanto a las comunidades como al departamento de personal.

²³ *Ibid*, p. 9. Traducción: autoría propia.

El proyecto impulso a la creación de 75 comités para el Desarrollo Sostenible, con 6,000 miembros, calculándose un miembro por familia. Considerado un éxito, gracias a la estrategia de comunicación interpersonal, fue la herramienta para alcanzar tales resultados.

1.2 Comunicación Organizacional y Comunicación para el Desarrollo.

Si bien la comunicación es un fenómeno natural en la vida de todo ser humano, es imprescindible que se pueda colar en otros ámbitos como en las organizaciones; la comunicación es una herramienta innata en nuestra sociedad, un interminable aprendizaje social, indispensable para lograr entendernos, convivir y hasta compartir una vida en pareja.

La comunicación organizacional entonces es vital, ya que **“es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tienen en su entorno. [...] Pueden transmitirse, por ejemplo, a través de canales interpersonales o de medios de comunicación más o menos sofisticados, pueden ser verbales o no verbales, utilizar la estructura formal de la organización o las redes informales, viajar horizontal o verticalmente en la pirámide jerárquica, darse dentro de la organización o rebasar sus fronteras.”**²⁴

Una de sus funciones es el comunicar con mucha claridad los objetivos, valores, misión y visión de las organizaciones, no sólo para poder funcionar de manera más eficiente, sino además sus empleados llegan trabajar con fines claros. Así sus labores tienen un sentido más trascendente, adquieren una noción de los resultados generados por su trabajo, por lo que los resultados repercuten en un nivel significativo, esto por el lado de la comunicación interna.

Pero del lado de la comunicación externa, es importante saber cómo comunicar el mensaje específico a su público, por ejemplo, ya sea un servicio, producto, o en el caso de un restaurante es indispensable manejar un buen servicio al cliente, un buen trabajo con su producto, además de mantener una excelente imagen, (limpieza, higiene, orden, organización, etc.), es decir comunicar en todos los sentidos, con todos los símbolos posibles. lo competente que es en su área.

²⁴ Carlos Fernández C., *La Comunicación en las Organizaciones*, México, Trillas, 2002, p. 12.

En las organizaciones de la sociedad civil, los objetivos se encuentran bien enraizados, las personas conforman la organización con un fin, en realidad para ellos es un compromiso. Sus empleados por otro lado también se encuentran unidos por la misma misión, los voluntarios buscan ayudar para cumplir con los objetivos y difundir aún más el trabajo realizado con herramientas sencillas, pero enfocadas a su público con características específicas hacia los mismos.

Las organizaciones civiles trabajan su comunicación externa para poder inducir a la sociedad civil a la participación, a la acción, un cambio o adopción de determinadas conductas para llegar a un progreso en la calidad de vida del público objetivo. De ahí que la comunicación para el desarrollo y las organizaciones de la sociedad civil coincidan en el empleo de estrategias orientadas a crear esa acción hacia determinadas causas.

Entonces estas organizaciones funcionan para poder cumplir sus misiones, lograr esa participación, esos objetivos, es decir, son los mismo elementos; la comunicación organizacional los tiene que estructurar, plantear de acuerdo a las necesidades de la organización, es decir, de nueva cuenta comunicar, en sus estrategias, imagen, memorándum, circulares, pero sobre todo en sus acciones, su corazón ideológico.

Comunicación para el desarrollo se cuele en las áreas de la comunicación organizacional, porque es esta última que se encarga de proporcionarle coherencia a cualquier representación de la organización, en especial la misión y objetivos, siendo estos los elementos causales del nacimiento de la organización

De acuerdo a la comunicación organizacional, una organización civil, tiene el mismo fin que cualquier otra, cumplir con su misión y objetivos, sólo que estos son diferentes, aunque dependen de lo mismo; un mensaje estructurado, claro, adecuado a su público.

Actualmente existen muchos medios, ya sean formales e informales para comunicarse con las personas que pertenecen a organizaciones, donde el valor de la información se ve beneficiado o encarecido en el aspecto económico, pero para las

organizaciones de la sociedad civil, ese valor radica en cuántos y cómo son benéficas para la vida, el autoestima, salud, etc. de hombres, mujeres, niños, o animales.

A continuación habrá un pequeño salto en el capitulado, con los temas.

Tipología de las organizaciones.

Herramientas y prácticas de comunicación según el tipo de Organización.

Plan General de Comunicación Organizacional.

Estrategia.

Comunicación Estratégica.

Por cuestiones de contenido: se consideró que estos puntos se encontrarían mejor en la parte de los anexos, espacio dónde los invito a consultarlos.

1.3 PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN.

Si bien la estrategia es un elemento que forma al plan de comunicación, el plan estratégico es todo un proceso conformando a la información necesaria para formar las estrategias indicadas, para cumplir con éxito la meta de las organizaciones.

Busca establecer el ejercicio de la planeación estratégica como objetivos coherentes que vayan de la mano con sus prioridades, para después establecer los medios más adecuados para lograr sus metas, asegurando el alcance de los objetivos implantados por los medios.

“El plan estratégico es un documento diferente del plan de comunicación. Sus objetivos son más amplios y conjuga un mayor número de parámetros. Sin embargo, existen dos razones para que esta distinción no sea absoluta [...] en primer lugar, la planificación estratégica puede ser, dentro de sus diversas modalidades una elección de comunicación. [...] En segundo lugar, el plan puede parecer un objeto de comunicación. Todo un plan estratégico implica una diferencia mínima a la historia de la empresa, a su identidad, su cultura, sus valores y sus fines. Un plan señala una dirección, propone un sentido.”²⁵

Un plan de comunicación es el conjunto de muchas estrategias, (plan estratégico), objetivos, así como elementos claros, concretos, específicos de cómo debe desarrollarse el plan de comunicación. Existen muchas estrategias de comunicación, que serán las formas en las que se aplicarán las tácticas: herramientas, instrumentos, canales y mensajes.

Por otro lado, el plan estratégico se encuentra compuesto; por estrategias formuladas con objetivos globales relacionados a una adaptación al ambiente, haciendo uso de determinados recursos como la matriz FODA fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas, haciendo de todas ellas puntos clave para alcanzar su ideal.

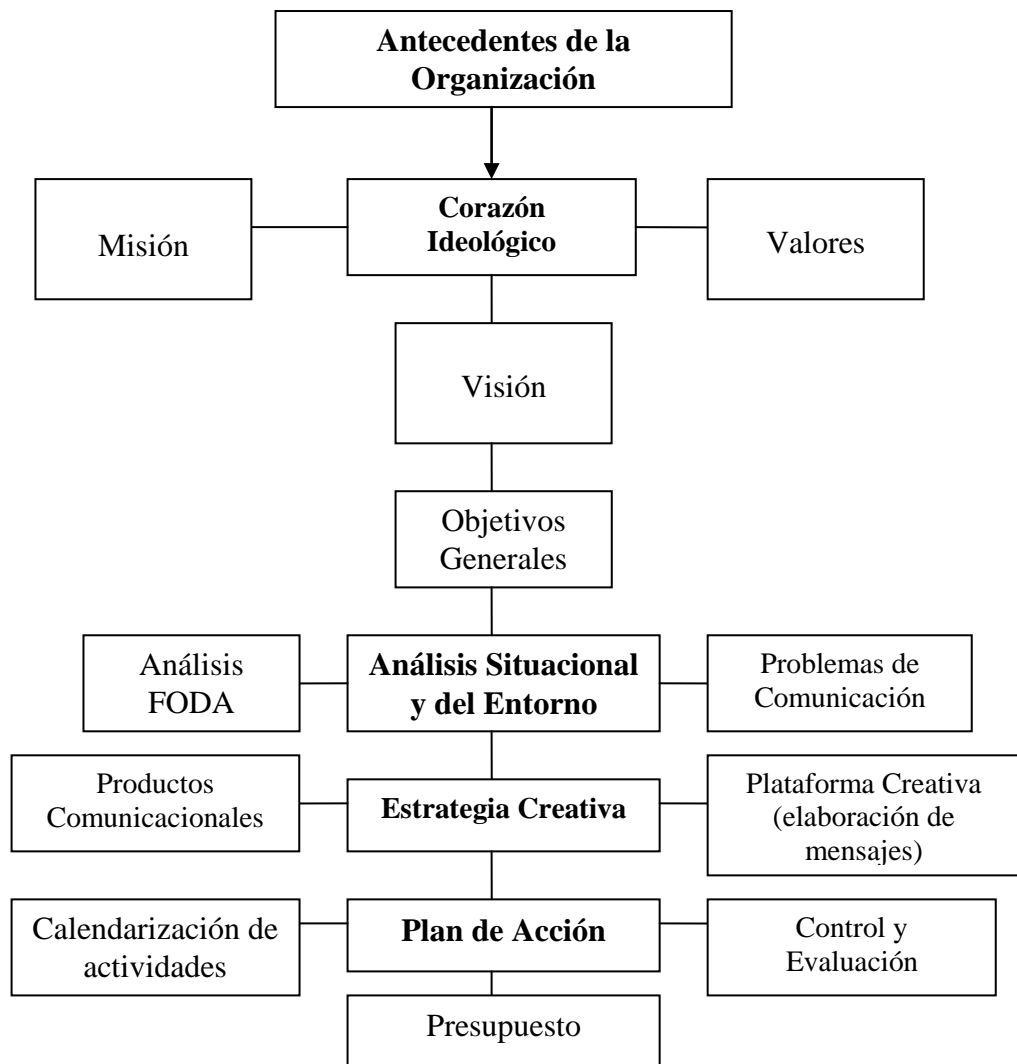
²⁵ Thierry Libaert, *Op. cit.*, p. 35.

Para Jorge García Blanco ²⁶ un plan estratégico es **“un documento que puede significar una invaluable herramienta para diseñar, gestionar e instrumentar acciones comunicacionales en cualquier tipo de organización.”** De manera práctica también podemos decir que la planeación estratégica es un proceso por el cuál define a la organización, ya que confirma su visión, así como las estrategias para alcanzarla, mediante un análisis constante de su situación.

La ventaja de realizar un plan estratégico es el ahorrar tiempo, explotar los recursos económicos, humanos y materiales vinculados con la comunicación, también ayuda a diseñar de nueva cuenta en momentos de crisis o de cambios en los entornos internos o externos.

De acuerdo con Jorge García Blanco los elementos en el siguiente diagrama, son los puntos que debe contener el estudio de una organización y el plan de comunicación, comenzando por empaparse por información básica, con el objetivo de realizar un análisis, para obtener finalmente el diseño de un plan, que se va planteando por diferentes etapas de trabajo.

²⁶ Profesor Jorge García Blanco, *El Plan Estratégico de Comunicación Integrada: Comunicación interna y externa*, Documento Escolar.



Fuente: Jorge García Blanco.

Al tener el plan es importante haber establecido con claridad cada uno de los puntos, ya que será aplicado por personal de la organización ya que el uso de tecnicismos en lugar de ayudar causará confusión, por esa razón es importante ser sencillo y preciso al explicar la información necesaria para realizar el plan.

Primera Etapa

1.3.1 PLANTEAMIENTO Y ANTECEDENTES.

Conocimiento de la Organización

Es la etapa en la que entramos a la organización, con el objetivo de conocer información básica de la organización, ¿cuál es su historia?, ¿producto o servicio que proporciona?, ¿cuál es su personal, ubicación, infraestructura, organigrama?, y por último, ¿cuál es su ideología? (misión, visión, valores, objetivos).

1.3.1.1 ANÁLISIS SITUACIONAL Y DEL ENTORNO.

Se realiza un análisis objetivo general de hechos en un contexto externo (nivel macro) y en un contexto interno (nivel micro), para conocer cuáles son los acontecimientos o desventajas que afectan a la organización y de acuerdo a que causas.

1.3.1.2 ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES.

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Se busca conocer a través de ella diferentes combinaciones de los factores internos que son recursos y capacidades que generan fortalezas, debilidades o aspectos externos, que revelan amenazas, pero también oportunidades, todo entorno a la comunicación.

Contexto externo: Oportunidades, (oportunidad, posibilidad, factibilidad, expectativa de) y Amenazas (riesgo, peligro, urgencia de)

Contexto interno: Fortalezas, (ventaja, capacidad, superioridad de) y Debilidades, (carencia, vulnerabilidad, Insuficiencia, falta de).

Ejemplo²⁷:

²⁷ Santiago Garrido, *Op Cit.*, p. 51.

	<p style="text-align: center;">Fortalezas – F</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p>	<p style="text-align: center;">Debilidades – D</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p>
<p style="text-align: center;">Oportunidades – O</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias – Fo</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p> <p style="text-align: center;">Utilizar Fuerzas para aprovechar las oportunidades</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias – Do</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p> <p style="text-align: center;">Aprovechar las oportunidades para superar las debilidades.</p>
<p style="text-align: center;">Amenazas – A</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias – FA</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p> <p style="text-align: center;">Utilizar las fuerzas para Evitar las amenazas</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias – Do</p> <p>1.- 2.- 3.- 4.-</p> <p style="text-align: center;">Reducir debilidades y evitar amenazas</p>

1.3.1.3 DELIMITACIÓN DE PROBLEMAS A SOLUCIONAR.

Al terminar el análisis FODA, ya se han delimitado con más claridad las necesidades, carencias y ajustes relacionados con la comunicación de la organización.

Segunda Etapa

1.3.2 ESTRATEGIA CREATIVA.

La estrategia creativa es el resultado del análisis elaborado, es un documento que establecerá los parámetros para realizar, ejecutar y evaluar la comunicación, es el

resultado de un análisis amplio que incluye; los antecedentes de la organización, el corazón ideológico: misión, visión, valores, análisis situacional y del entorno; análisis FODA.

Establece los contenidos de los mensajes, cómo serán, aplicarán y en sobre canales de comunicación se trabajaran. Importante es manejar éste proceso con un enfoque creativo, ya que las estrategias deben capturar la atención, para después persuadir al público objetivo con los mensajes, además el trabajo al ser finalizado, se somete a la aceptación del cliente, por lo que es importante tener una comunicación mientras se realiza el documento.

1.3.2.1 DECISIONES ESTRATÉGICAS.

Para Jorge Blanco es importante tener claro aspectos como: los *objetivos de comunicación*, (persuadir, dar a conocer, informar, comunicar), *público objetivo*; geográficos (de acuerdo a su territorio), sociodemográficos (población, género, edad, ocupación, nivel socio económico) y psicográficos (comprenden un estilo de vida; motivación de compra, razones de compra, actitudes y experiencias con el producto o servicio, comportamiento; conductas de uso y de consumo).

Dentro del formato de Blanco la *promesa básica*, que es el punto a seguir, es el beneficio clave, (necesidad, servicio, producto que se brindará al cliente), es una frase en la que se exhorta a comprar, vender o promover la misma organización, identidad, programas, servicios, productos, todo aquello que la organización hace.

El *razonamiento* es un argumento que justifica la promesa básica o las bondades del producto, servicio o programa, convence al público por medio de la racionalidad, con información tangible e intangible de la organización. Se puede hacer uso de *puntos auxiliares* que apoyen y complementen al razonamiento.

Habrán puntos que desearemos el público centré más su atención, son puntos conocidos como *focos de venta*, que en el caso de Mujer y Medio Ambiente A.C., serían determinados mensajes que ayudan a entender más a fondo la problemática de la mujer

y el agua. También existen *requisitos ejecucionales* que son aspectos a cuidar en los productos comunicacionales como lo son las estrategias.

Tercera Etapa

1.3.3 MEZCLA DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES.

En esta etapa se describen con detalle las *estrategias*; es decir, ¿cómo se llevará acabo los mensajes?, y sus *tácticas*, ¿qué canales?, ¿qué medios?, ¿qué carteles?, etc., para hacer llegar de manera más funcional los mensajes, sobre todo a nuestro público objetivo.

Se habla de *objetivos comunicacionales*, ¿cómo llegar a nuestro público objetivo?, ¿cómo hacer llegar el mensaje?, ¿de que manera será mejor comprendido el mensaje?, por lo que se debe segmentar al máximo el público objetivo, centrarse en él para tener más efectividad en los mensajes.

También es importante aclarar las *herramientas comunicacionales* que utilizaremos y ver si son las apropiadas para llegar a nuestro público objetivo, algunas herramientas son: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personalizadas, comunicación organizacional, etcétera. El medio de comunicación se describe en forma genérica y específica.

Los *vehículos comunicacionales* deben ser detallados en forma física o perceptual, (características de duración, dimensión, material, etc.), siendo cuidadosos en establecer en general el tipo de mensaje de cada producto.

En la *justificación* se plantean las ventajas y las razones por las cuáles se eligió la estrategia, tácticas, así como los resultados deseados. Se considera fundamental, al menos para la aplicación, el facilitar las responsabilidades a los integrantes de la organización, al especificar quién es el encargado de cada una.

CUADRO DE MEZCLA DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES. (Ejemplo)

Objetivo: Contribuir a mejorar la integración del personal.

ESTRATEGIAS		TÁCTICAS				CARACTERÍSTICAS DEL MENSAJE
PÚBLICO OBJETIVO	HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	MEDIOS		TRATAMIENTO COMUNICACIONAL		
		GENÉRICO	ESPECÍFICO	VEHÍCULO	FORMATO	
Personal de la organización	Comunicación Organizacional	Publicación periódica	Revista interna	Distribución directa en las oficinas corporativas y las sucursales	Publicación mensual. Tamaño: 21.0 x 27.5 cm. Impresión: Interiores 2 x 2 tintas, en papel bond editorial de 75 gr. Forros: 4 x 4 tintas (selección a color), en papel couché de 135 gr. Paginas: de 40 a 48 Tiraje: 700	Información sobre políticas Temas de interés: Calidad, Atención al cliente Eventos internos Entretenimiento Consejos para mejorar la calidad de vida

JUSTIFICACIÓN:

Aún es difícil para la comunicación ser entendida como una disciplina, a pesar de todos los estudios y modelos diseñados tanto para dar respuestas como para formular planes y estrategias.

Sí tomamos en cuenta la media en las opiniones acerca de su aplicación, para muchos es imposible entender que va más allá de instalaciones de equipo de sonido, elaboración de guiones, estrategias políticas u organizacionales, por ejemplo la juventud una vez más, utiliza a los medios como foros, de ahí el éxito de Facebook y Twitter, se utilizan para definirse, encontrarse y al final poder decir quiénes son o quiénes quieren ser.

Todavía es un reto que se le considere a la comunicación como algo más que complejo, situación que también es trabajo del comunicólogo realizar, dar a conocerlo y defenderlo. Básicamente consiste en mostrar la funcionalidad de la comunicación en una empresa, un partido político, o a cualquier individuo que busque forjar una imagen, lo necesario para mantenerse comunicado tanto de manera interna como externa, lo significativo que ha sido y será la comunicación, es parte de nosotros, acción humana e innata el comunicarnos.

Se planteará en el siguiente capítulo los orígenes y fundamentos del movimiento civil, que dieron nacimiento a las organizaciones no gubernamentales (ONGS) y Organizaciones de la Sociedad Civil (OC'S), así como sus diferencias se explicaran las diferencias. El feminismo al ser un movimiento social, también ha dado origen a asociaciones civiles preocupadas por la equidad de género, razón por la cual se abordará en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO 2.

ORGANIZACIONES CIVILES POR UNA DEMOCRACIA.



Foto: Autoría Propia.

Es difícil encontrar respuestas a estructuras de pensamiento tan arraigado como la desigualdad femenina, aún existe tabú ante ese tema, los hombres se sienten atrapados en un cambio que sigue marchando a nuevos esquemas, no ha analizado su posición actual en la sociedad, política y sobre todo como género masculino.

La sociedad civil ha encontrado un nicho de discurso, así como de acción muy importante en nuestro país, sobre todo ha tenido impactos fuertes en la comunidad femenina, por ejemplo el aborto que se había establecido sin replica como un delito en nuestra ciudad, ahora se realiza la toma de decisiones bajo un marco legal, sin perjudicar la salud de la mujer.

Si de cambios hablamos, la crisis organizativa, económica y política en los años ochenta ayudo a que el pueblo tomará acción, aunque al mismo tiempo sí se han formado grandes, fuertes e interesantes grupos en apoyo a sus convicciones, son muy variadas, van desde los que atienden los derechos humanos, políticos, sociales, individuales a los que proveen asistencia en diversos campos: jurídico, emocional, laboral, etc.

Al igual que muchas organizaciones lucrativas también manejan recursos materiales, monetarios, hasta virtuales, éstos últimos se han convertido en espacios de comunicación alternativa, dónde todos pueden expresar sus ideas, mostrarles a su público meta los mensajes fundamentales con el objetivo de llegar a la acción.

Lo interesante es que ya sean grandes empresas hacen el mismo uso, tal vez con diferentes objetivos o procesos, aunque todos con el fin de posicionarse. uso de ellos, así como grandes empresas hacen uso de ellos, también lo hacen las sociales o no gubernamentales.

Hay varios tipos de sociedades civiles, es importante conocerlas pues pueden ayudar a resolver nuestros problemas sociales o encontrar diversas respuestas a los cambios políticos de nuestra nación. Lo más valioso de estas organizaciones es la posibilidad de crear un cambio en la vida cotidiana de miles o millones de personas, acciones a las cuáles podemos, ser parte de un movimiento o solución.

Sin más pasemos a conocer la sociedad civil mexicana.

2. IMPORTANCIA Y ESQUEMA GENERAL DE LOS TIPOS DE ONGS.

La importancia de las Organizaciones No Gubernamentales radica en sus acciones, la manera en la que llegan a cubrir un espacio vacío, lagunas políticas, laborales, democráticas y hasta en el área de la salud, entre otros temas que afectan todos los días la vida de los mexicanos, latinos, americanos, europeos, africanos y asiáticos, etc. Son circunstancias que parecieran ser innatas al ser humano, como la corrupción, injusticias, discriminación, violencia, desigualdades, hambre, negligencias, delincuencia, frustración, homicidios, etc., hoy por hoy se trabaja para terminar con ellas-

El crear una conciencia por parte de quiénes tenían la perspectiva de mejorar las circunstancias de nuestro país, comenzó en la década de los setenta gracias al movimiento contracultural que todos conocemos, el movimiento hippie, uno de sus actos más destacados es el haber dado origen a un movimiento social a partir del interés particular de obreros, estudiantes, mujeres, amas de casa, profesores, jóvenes, etc.

Después de que se rompió con el movimiento a principios de los años setenta, esa fe se había muerto, las acciones del gobierno, los asesinatos a civiles, estudiantes, mujeres, profesores, amas de casa, niños, parecían ser tan sólo daños colaterales, al menos para nuestro gobierno, aunque para la comunidad universitaria aún sigue significa un acto repugnante, violento, antidemocrático, ubicándose como evidencia de las incapacidades legislativas y políticas de nuestro país.

Un público compuesto por estudiantes, mujeres, hombres, en una esfera muy compleja, alcanzando hasta las nuevas generaciones ha entendido lo susceptible que es nuestra integridad. Tal vez por esa razón las ONGS y las organizaciones de la Sociedad Civil, son un escaparate que construye el cambio que tanto se deseaba.

Ya en los años ochenta las ONGS habían comenzado a mostrar su relevancia y poder. La primera prueba fue el terremoto del 85, dónde el fenómeno natural sobrepasó la “capacidad” del gobierno para mantener con vida a la población, al carecer de estrategias de rescate, búsqueda, además de atenciones médicas suficientes para estas crisis, ni siquiera un plan ante tales catástrofes se había planeado, lo increíble es que aún no se tiene ninguna estrategia para evitar alguna catástrofe.

Fueron los civiles; personas como tú y yo los líderes, que se organizaron ante la frustración e incapacidad que por definición propia nuestros padres, tíos, amigos, vecinos, se habían ya formulado a causa de su dependencia ante papá gobierno. Rompieron con ese concepto al organizarse, tomar acción para luego saberse autosuficientes para rescatar a sus familias, salvar a desconocidos o encontrar los cuerpos de sus vecinos, amigos o familiares.

Otro momento coyuntural fueron las elecciones de 1988. Fue un escándalo electoral provocado por un fraude entre los candidatos a la presidencia: Carlos Salinas de Gortari y Cuauhtémoc Cárdenas, estableciéndose una relación entre los movimientos sociales con las ONGS.

Carlos Salinas fue presentado en el 87 como el candidato del PRI, (Partido Revolucionario Institucional), no coincidieron con ello: la comunidad académica e intelectual. Al crearse una oposición en el mismo partido, surgió un nuevo partido de “izquierda”, formado por los inconformes ante la elección de su nuevo candidato construyeron un nuevo partido; el PRD (Partido de la Revolución Democrática), con un nuevo candidato, Cuauhtémoc Cárdenas; hijo de Lázaro Cárdenas.

Los dos candidatos eran realmente distintos, se le consideró a Carlos Salinas como un candidato antipático, sin carisma, impopular, algunos hasta los consideraron tecnocrático. Por otro lado Cárdenas tenía mucho apoyo por parte del pueblo, así como de la inconforme comunidad intelectual mexicana, perfilándose con la mayoría para ser el próximo presidente.

En agosto de ese mismo año Carlos Salinas de Gortari era anunciado como presidente, por lo que el pueblo se unió para expresar su inconformidad, con manifestaciones, quejas e indignación, cuando ya había sido evidente quién sería el ganador, las acusaciones de defraude electoral jamás pudieron ser comprobadas.

Cárdenas invitó a los ciudadanos inconformes a manifestarse y tomar acción por la falta cometida por el partido tricolor, se crearon varias organizaciones no gubernamentales, en especial de la sociedad civil, como SUPERBARRIO, organismo que actualmente sigue velando por los ciudadanos sin un lugar dónde vivir o intentan despojarlos de su casa o terreno.

Los dos eventos fueron coyunturales para las Organizaciones No Gubernamentales, fue un salto para su crecimiento estructural, pero sobre todo entendieron que lo que pareciera ser imposible, que todos al entendernos como pequeños y frágiles no lograríamos crecer como sociedad, el organizarnos es crucial para tener poder, además de una posición activa

Ya para 1988 las ONGS habían encontrado espacios para poder expresar sus perspectivas y hacer valer los derechos de su público objetivo, así como causas. No sólo en nuestro país se han formado estas organizaciones, su continente de origen; Europa ha evolucionado de tal manera que su definición, objetivos y trabajo se encuentran bien delimitados, en definitiva han venido a quedarse en América, al mismo tiempo en nuestro país.

Ahora que conocemos su origen y trabajo definamos que es una Organización No Gubernamental. “[...] **grupos e instituciones que son totalmente, o en gran medida, independientes de los gobiernos y se caracterizan principalmente por sus objetivos humanitarios y de cooperación, más que comerciales**”²⁸. También se les conoce como las organizaciones que a falta de competitividad gubernamental se han formado para dar un servicio a quienes se les había hecho a un lado.

Igualmente se les puede definir de acuerdo a sus acciones como; “[...] **organizaciones privadas que realizan actividades para aliviar el sufrimiento, promover los intereses de los pobres, proteger el ambiente, proveer servicios sociales básicos o llevar a cabo tareas de desarrollo comunitario**”.²⁹

De acuerdo a las citas anteriores podemos decir que las ONGS, son: instituciones u organismos que buscan no depender en lo posible del gobierno, teniendo como objetivo el cubrir las necesidades humanas: como la pobreza, salud, hambre, medio ambiente, así como sus derechos humanos, civiles, etc.

Aunque el no depender del gobierno ha sido una encrucijada para muchos, pues ellos manejan todos los recursos de nuestro país, es por eso que algunos partidos han creado sus propias ONGS, para sustentar sus acciones, formarse credibilidad, sobre todo en nuestro país atraen a más gente, promueven su ideología, así como legitimidad, tanto de partidos independientes como los ya conocidos, claro que sin la intención de evidenciarse.

²⁸ José Méndez, *et al*, *Organizaciones Civiles y Políticas en México y Centroamérica*, México, Porrúa, 1998, p.37.

²⁹ Idem.

Para Gabriela Pérez y David García, en su apartado: *¿Una ley para organizaciones no gubernamentales en México?* del libro de José Méndez, afirma la formación de ONG por medio de “una conciencia social legítima que se organiza” con dos corrientes, las cuales:

1. Rechazan el régimen autoritario.
2. Proveen de servicios a ciertos segmentos de la población que se han dejado de atender.

Siempre con un elemento constante y común, buscan llenar vacíos que el gobierno, de acuerdo a su mala administración e irresponsabilidad por la lucha de los derechos e intereses de los ciudadanos, ha dejado pasar o no los considera relevantes.

Estos autores consideran que las ONGS no puedan ofrecer servicios, pero si los definen como organismos que alcanzan a ser los voceros de las necesidades del pueblo, o promotores de la justicia o guardianes de los derechos electorales, dando como resultado elecciones justas, cumpliéndose realmente su voluntad.

De igual manera consideran a las organizaciones no gubernamentales que han tomado como su público objetivo a todos aquellos que no han encontrado la ayuda o servicio necesario de organismos e instituciones tanto públicas como privadas, abriéndose a un mercado donde se les provee de servicios

La duda de si realmente son dependientes e independientes del gobierno ha traído consigo falta de credibilidad en ciertas organizaciones que son conocidas como organizaciones no gubernamentales-gubernamentales, de acuerdo con Blanca Torres, son organizaciones creadas por el mismo gobierno para mostrar un supuesto interés en el problema sin trabajo a profundidad.

Basados en los anterior, el dilema de siempre sigue en la mesa, ¿qué tanto pueden alcanzar sin la ayuda del gobierno? ¿realmente pueden seguir viviendo sin tener recursos suficientes para seguir sus metas? Si fuera así ¿realmente funcionan o sólo se parcha el problema, sin solucionarlo en verdad?, ¿de esa manera se trasciende como se quisiera?

En cuanto a los tipos de ONGS se les define por su *alcance* y *acción social* de acuerdo a Blanca Torres³⁰:

Definición	Características
1. De base	Compuesta por grupos e individuos que se unen para promover su propio interés.
2. Intermediarias	Las cuales sirven o apoyan a otras ONG en ciertas áreas, ya sea con la provisión de servicios, diseño de proyectos, canalización de fondos, etc. no son voluntarias, pero no buscan a cambio recursos o ganancias.
3. Segundo nivel	Aquellas organizaciones con alcance regional.
4. Tercer Nivel	Organizaciones que sobrepasan su región y llegan a territorio nacional.

Y se clasifican por:

- a) **Interés:** existen organizaciones a las que les preocupa tratar los derechos humanos, el medio ambiente, equidad de género, promoción de desarrollo, derechos de los niños, animales, erradicar la violencia, maltrato etc.
- b) **Alcance geográfico:** local, regional, nacional e internacional.
- c) **ONGS operativas:** realizan trabajo de diseño y aplicación de proyectos con el objetivo de cumplir con sus metas u objetivos.

³⁰ Ibid. p. 40.

- d) **ONGS de defensa:** promueven, defienden sus causas elegidas tratando de incidir en las políticas y prácticas públicas del gobierno, instituciones u organismos.

Otra clasificación establecida por el analista David C. Korten, lo relaciona con la evolución de las estrategias de las ONG se dividen en primera, segunda y tercera generación.

1. Primera Generación.

Busca solucionar al proveer de las necesidades más inmediatas a ciertos grupos y poblaciones, con acciones directas, comedores gratuitos, recolección o repartición de víveres, ropa, ferias de la salud, refugios en caso de catástrofes naturales, hasta para refugiados políticos. Su público objetivo son las personas, individuos hasta familias, la ayuda depende de sus recursos.

Una de sus características es que no solucionan el problema de raíz, tan sólo parchaba las consecuencias, pero no brindan una solución a las causas u herramientas que desarrollen sus propias capacidades para solucionar sus circunstancias como la pobreza, el hambre o la mancha urbana.

2. Segunda Generación.

A finales de los años setenta las ONG encontraron una manera de solucionar desde la raíz del problema gracias a proyectos de desarrollo comunitario en áreas como: la práctica de la agricultura, salud preventiva, infraestructura local, etc. es decir, ser autosustentables.

Tal vez su objetivo más fuerte es generar autoestima y desarrollar su potencial en el público objetivo, para que los resultados se queden en las personas de su comunidad, al mismo tiempo se vaya reproduciendo o perduren en los sujetos. El límite es su alcance, pues llega a cubrir a pequeños grupos, comunidades, locales o vecindarios específicos. De acuerdo a esta generación, se le critica el no cuestionar los servicios por parte del gobierno, así como el contexto social y político de las circunstancias tratadas.

3. Tercera Generación.

El haber experimentado con las dos primeras generaciones, las ONG han llegado a la conclusión que al actuar por su cuenta su alcance se reduce, beneficiando a pocas personas o grupos, el trabajo con la autoestima y capacitación logra manejarse con trascendencias sólo local. Entonces llegaron a la conclusión que para obtener más grandes eficacias se deben unir las instituciones públicas, privadas, más ONG componiendo un sistema nacional.

La misión es lograr una red que desarrolle sustentabilidad a nivel nacional o regional, para conseguir cambios en comunidades individuales, replicándose en cadena. Manejarían más recursos económicos de los organismos públicos y privados, es decir llevarían a cabo una participación más trascendental, así las ONG se relacionarían con el gobierno, siempre con el objetivo de ser más eficientes.

Son esos los elementos que definen y componen a las Organizaciones No Gubernamentales, debemos admitir que es peligroso el insertar una célula sana que busca regenerar a todo un sistema cuando este se encuentra enfermo.

Por esa razón existen dos opciones, la primera: el sistema la infecta volviéndose corrupta, insuficiente e inadecuada para corregir el vacío del gobierno. La segunda opción nos dice que la célula comienza a sanar lentamente a un sistema o comunidad, ésta a su vez a otras células y comunidades hasta sanar por completo al sistema.

No considero imposible la existencia de ONGS creadas para darles credibilidad a los partidos políticos, no dudo también que hayan otras que no sean dependientes del gobierno, el problema aquí entonces radica en que no son ONGS, tan sólo son pantallas o simulacros pero no organismos no gubernamentales, aunque por otro lado mi duda sería ¿cómo pueden sobrevivir estos sin no es con la ayuda de otros?, que no sean del sector privado o de donaciones, pero ¿serán suficientes?

2.1 SOCIEDAD CIVIL.

La sociedad civil también es conocida como “la sociedad organizada” que desde hace 20 años en Latinoamérica ha tomado fuerza, las labores que en el pasado parecieran ser responsabilidades del Estado, actualmente ya no son tomadas de esa forma; los roles, así como funciones son distintos.

De alguna manera el Estado se retiró, sin mencionar que los ámbitos económicos, político social, además del cultural, se transformaron, pero la respuesta de la sociedad fue crecer y atender las áreas a las que anteriormente respondía el gobierno, ahora la sociedad civil las había convertido en sus metas, objetivos y causas como: la educación, salud, acción social, medio ambiente, derechos femeninos, infantiles, de animales, etc.

“[...] Por esto, las organizaciones de la sociedad civil, pasan a ocupar un espacio mayor, con mayor nivel de responsabilidad y, por ende, mayor nivel de autonomía relativa”.³¹ Esa responsabilidad radica en el interés de la construcción de los mismos ciudadanos, pues las sociedades civiles se forman justamente de ellos.

2.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS OSC'S EN MÉXICO.

El año de 1995 las sociedades civiles se reunieron en el Claustro de Sor Juana: las 568 organizaciones más activas del país para ser exactos, esas organizaciones se dividían en dos grupos de acuerdo a sus objetivos:

- I. Proteger y promover los intereses de cierto segmento social.
- II. Ciudadanos que buscaban cambiar la manera de llevar a cabo los derechos de los mexicanos.

Los dos grupos creían que al rehabilitar *desde abajo* (partiendo de la transformación e información desde pequeños grupos para seguir a un nivel macro), siempre con la tendencia y planteando la necesidad de ser realmente representados. Desde ese entonces ya se planteaba la idea de

³¹ Roberto Zampani, *La Sociedad Civil Organizada: revisando conceptos para su comprensión* [en línea], Costa Rica, IV Conferencia Regional ISTR-LAC, 10 de Octubre del 2003, Dirección URL: http://ftp.ruv.itesm.mx/pub/sociales/massociedad/conceptos_sociedad_civil.pdf.

tener *diputados cuídanos*; pero con otro concepto, serían diputados que renunciaban a su partido, además de su lugar en la cámara para representar con relación directa a los ciudadanos.

Comenzando con la idea de que cada vez más, en lugar de hacer crecer una sociedad homogénea, se hacía todo lo contrario; la sociedad mexicana se distanciaba por las clases sociales, niveles educativos, la falta de oportunidades o el exceso de ellas, para ciertos grupos.

Aprendiendo del pasado, haciendo uso de los sindicatos, organizaciones campesinas, comunitarias, populares, etc. combinándose con los factores actuales, globalización, individualismo, falta de fe en el cambio por factores externos para ser sustituida una esperanza en el cambio tomado en sus manos, implantándose una nueva corriente con perspectivas sociales, todas ellas citadas el 30 junio hasta el primero de julio, expresando en todo momento su objetivo general; *insertar una representación política social idónea para la sociedad*.

Otro de sus postulados era restarle poder y responsabilidad al Estado, para construir un mejor sistema de nación, por supuesto el gobierno tomo manos a la obra, por lo que en el mandato de Ernesto Zedillo, su secretario de Gobernación Esteban Moctezuma, aceptó la fuerza que tenía la nueva sociedad y las condiciones de nuestro país, que provocaban una nueva unión entre el gobierno, más la sociedad civil.

La unión traería consigo “[...] **reiterar que tenían un espacio acotado en el nuevo orden estatal: su función era engrosar o representar la participación ciudadana en las políticas de gobierno para descubrir problemas, definir programas y hacerse corresponsables de las soluciones**”.³²

Pero las organizaciones de la sociedad civil, exigían más un espacio dónde se pudiera debatir, agruparse para representar la fuerza ciudadana, así incidir en las políticas públicas, realmente participar. Al ver que la necesidad por agradar o controlar al pueblo se salía de control decidieron seguir la corriente, aunque claro bajo su control.

³² Alberto J. Olvera, *La Sociedad Civil: de la teoría a la realidad*, México, El Colegio de México, 2001, p. 162.

Y como cada iniciativa o movimiento social que se sale de control debe buscarse la manera de controlarse, ya sea con “tratados” o nuevas “leyes” o “acuerdos” sociales limitando con detalles escrupulosamente bien diseñados, para desviar fuerzas, u objetivos. Para ese fin se buscaba una “reforma electoral”, dónde Emilio Chuayffet, nuevo secretario de Gobernación, después de que Moctezuma renunciara al declararse culpable de la conducción política; la rebelión de Madrazo en Tabasco, así como la persecución judicial del EZLN.

2.1.2.1 CONSOLIDACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL.

El terreno ganado por la sociedad civil en 1994 y 95, sería disminuido en las grandes convenciones y seminarios promovidas por Chuayffet, por ejemplo: los consejeros ciudadanos en los órganos electorales, todo ello analizado en el Seminario del Castillo de Chapultepec, dónde además participarían Agustín Ortiz Pinchetti y Santiago Creel. A pesar de sus intenciones se seguía demandando “incluir a las organizaciones ciudadanas en el diálogo para la reforma del Estado”.

Hubo movilización por parte de la sociedad civil en momentos coyunturales que muchos conocemos y al igual que las ONGS tuvieron una fuerte participación, por ejemplo el terremoto de 1985 o en 1989 cuando se llevó acabo el fraude electoral, para después conocer un nuevo elemento el EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional), quien aseguró unir fuerzas con la sociedad civil como estrategia para conseguir finalmente la democracia.

Al retirarse Chuayffet, el objetivo de “unir” a la sociedad civil con el gobierno, se termina. Es en ese momento cuando más se entiende que la sociedad civil para el gobierno mexicano es un requisito para encontrarse a la vanguardia, para demostrar un desarrollo falso ante la carencia de: democracia, derechos humanos y fomento al nacimiento de sociedades civiles, mezclado con impotencia ante el desarrollo occidental del movimiento civil.

Fue así como las sociedades civiles se consolidaron como “[...] **organizaciones que actúan en una dimensión social, acotando al estado para el cumplimiento de sus funciones, luchan por cambiar las relaciones de poder, ampliar y hacer cumplir los derechos ciudadanos**”.³³

Es claro que los sucesos del 85, 89 y 95, hicieron crecer a la sociedad civil que para muchos es considerado ya un movimiento, pues no sólo se enmarcan en la acción de cada una de sus causas, sino además contagian a los incrédulos, crédulos, altruistas, voluntarios, etc., a formar organismos que trabajarán por mejorar la calidad de vida de los seres humanos, entre otros objetivos acerca de los derechos de los animales, o del mismo medio ambiente.

Importante es reconocerle a la sociedad civil su historia, cómo de la nada, los ciudadanos se organizaron para sacar adelante a su igual de una crisis que más allá de abarcar el plano de la salud, capturo el lado emocional, físico y moral de los mexicanos para transformarlo en iniciativa, así dar como resultado acciones.

Así es como nacen las sociedad civil del **“empeño de los ciudadanos o de grupos que espontáneamente ponen a disposición recursos materiales y no materiales, para conseguir los objetivos de utilidad social que comparten”**.³⁴ Por otro lado las instituciones del sector privado, por ejemplo, buscan la adquisición de objetivos siempre redituables, que pueden ser desde individuales hasta grupales, ganancias propias e institucionales, a diferencia de las OSC’S, no les interesan los recursos no materiales, sino por el contrario generar más recursos materiales.

2.1.2.2 LOS SERVICIOS DE LAS OSC’S.

A diferencia de las empresas públicas y privadas, los resultados no son sencillos de estandarizar pues dependen de las siguientes variables: tanto del *personal* (quienes brindan información, ejecutan talleres, organizan programas, proveen ayuda psicológica, orientación médica, fisioterapias, etc.), su *capacidad* en conocimientos u organización y el *contexto* dónde se realizarán los servicios.

³³ Cristina Girardo (et. al.), *La profesionalización de las OSC en México: actores y estrategias*. El Colegio Mexiquense A.C. México, 2007, p. 19.

³⁴ *Ibid.*, p. 40.

2.1.2.3 LOS RECURSOS DE LAS OSC'S.

De acuerdo con Cristina Girardo, hablando a grandes rasgos los dos tipos de recursos importantes son: los económicos y humanos. Aunque el impacto radica en el tipo de la organización, así como el sector.

Por ejemplo, las organizaciones con objetivos altruistas, conocidas también como de “segundo piso”, (como las fundaciones) o hasta más grandes, (se encuentran compuestas por un número considerable de personas, sin mencionar el tamaño de sus proyectos), el cumplir con sus funciones esta en manos de su capacidad financiera, haciendo la diferencia entre alcanzar los objetivos o quedarse en el viaje.

Organizaciones más pequeñas, sus proyectos son de menor alcance, el personal es pequeño, de igual manera sus necesidades financieras o alcances, además no es sencillo para estas conseguir recursos, tanto humanos como económicos, por no generar fuertes impactos.

Aunque por supuesto tiene que ver con las capacidades de quienes conforman la organización, siendo importante reconocerle a organizaciones internacionales su apoyo para que estas instituciones sigan su camino, gracias a donaciones, cooperación internacional, trabajo voluntario, etc.

Obviamente el entorno precario ha obligado a las asociaciones civiles a auto sustentarse; vendiendo servicios de consultoría a empresas privadas o públicas, venta de productos, o haciendo alianzas con diferentes comercios, tal vez el más fuerte sea el apoyo financiero por parte del gobierno, aunque las organizaciones no lo califican como suficiente para sobrevivir, si no tan sólo para cumplir con algunos proyectos.

2.1.2.4 IDEALES Y OBJETIVOS.

Estos puntos son los motores de cualquier organización, pero en una OSC define su estructura fundamental; camino, trayectoria, servicio, sector, métodos de trabajo, orientación política, etc. El tipo de ideales y motivaciones nace de las personas que forman las organizaciones, en parte gracias a causas personales, familiares o por algún ser amado, razón fundamental en la lucha contra el cáncer, pobreza, violencia intrafamiliar, etc.

Para constituir una organización es importante plantear éstos dos elementos, siendo la raíz de la institución, aunque para ser eficientes al cumplir tanto a largo plazo como a corto, es necesario cubrir aspectos muy particulares, haciendo la diferencia entre llegar o no a la meta, en el peor de los casos quedarse estancados. Me refiero a las capacidades, que anteriormente ya habíamos retomado.

2.1.2.5 LOS CAPITALES FUNDAMENTALES EN LA OSC.

Uno de los capitales a los que más se les invierte tiempo y esfuerzo es a la formación (educación), en el tema a tratar, dando resultados a largo plazo; la gente se va con conocimientos para llevarlos a la práctica con el objetivo de ser las OSC funcionales a quienes padecen, o se encuentran en dificultades, les hace falta orientación, techo, recursos, compañía, significándoles de verdad una ayuda, para después ser autosuficientes.

Si bien las acciones son el reflejo material de los pensamientos, conocimientos y emociones, el aprendizaje se visualiza al ver resultados en las vidas de las mujeres que ahora conocen sus derechos, hombres que conocen todo sobre el cáncer testicular, personas que ahora son conscientes del impacto ambiental actual, personas con visiones políticas autodefinidas, o una vida animal digna.

Resumiendo; los resultados, esos cambios esperados por las organizaciones se ven reflejados en sus vidas, en diferentes esferas, ya sea en la salud, sociedad, como individuo hasta en lo espiritual.

Aunque si hablamos específicamente de la *acción educativa* como Cristina Girardo la llama, debemos explicar que es empowerment o empoderamiento. El empoderamiento es para las empresas con objetivos lucrativos **“dar potencia a los empleados de la organización (especialmente a los niveles intermedios) para que puedan tomar más decisiones”**.³⁵

Mientras que para las empresas lucrativas lo indispensable es su servicio así como las acciones de quienes los brindan, todo va entorno hacía una sola esfera, la laboral, traduciéndose en ganancias, a diferencia de estas, las OSC’S quieren alcanzar un empoderamiento que transforme desde la esfera

³⁵ RRPPnet, El portal de las Relaciones Públicas. [en línea] 4 de Febrero del 2011, Dirección URL: <http://www.rrppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm>.

personal a todas sus esferas, teniendo como herramienta el aprendizaje, que no impide la transformación en la organización.

Ese gran capital intelectual necesita más aliados para lograr el empuje deseado, los autores Petty, Guthrie, Bontis y Choo, son citados en el texto de Girardo: *La profesionalización de las OSC en México: actores y estrategias*, por considerar los siguientes capitales como indispensables:

- ❖ Capital humano: es todo aquello que una persona genera en la organización, creando valores de todo tipo; conocimientos, competencias, experiencias y el *know-how*, (término para referirse a las habilidades para actuar en un contexto social, sin importar cuál sea, seguir realizando su trabajo o tareas).
- ❖ Capital estructural: son objetos, documentos, procesos, estructura organizativa, como contratos, permisos, etc.
- ❖ Capital relacional: son las relaciones que la gente establece con personas externas e internas a la organización como: voluntarios, beneficiarios, donadores, otras organizaciones, etc.

Gracias a estos capitales las organizaciones llegan a funcionar como engranes, unos elementos trabajan para generar valores tal vez hasta virtuales, pues no son tan obvios, pero en su lugar al ver los resultados estos sobrepasan los números, a veces con el darles la esperanza de un cambio, o mostrarles otras opciones de ver el mundo hacen la diferencia, aunque si hablamos de funcionalidad es indispensable contar.

La formación es un proceso que se establece después de haber encontrado un problema, o por así decirlo una necesidad, se realiza un diagnóstico, establecen soluciones o propuestas para mejorar, o eliminar aspectos negativos, se llevan acabo, pero el final evaluar el cambio o su impacto.

Girardo ha también definido a la formación como una orientación estratégica y como innovación organizacional.

En la *formación como orientación estratégica* al entender el problema o necesidad se establece un modelo estratégico para llegar a una solución ante un contexto social determinado, por medio de

capacitación a quiénes integran este conflicto, además de quiénes consiguen solucionarlos, (usualmente son los mismos), de la misma manera es deber de la organización perfeccionar sus funciones y técnicas.

Algunos organismos al entender que la efectividad de su trabajo se encuentra en la capacidad de difusión en sus mensajes, (conocimientos, servicios, prácticas, acciones, etc), así como la aplicación más eficiente de programas o estrategias.

Por otro lado se encuentra la *formación como innovación organizacional*; que Cristina Girardo considera como: “[...] **una función de la gestión de recursos humanos e innovación de la organización**”.³⁶ Es decir que la organización para sobrevivir, no sólo a los cambiantes planteamientos políticos y sociales, sino a los organizacionales, deberá transformar cuánto sea necesarios su sistema, metodología, estrategias, tácticas, voluntarios, esquemas o tecnología con el fin de ser más eficientes.

Como hemos visto la formación es el trabajo primordial de cualquier sociedad civil, pues existe una necesidad de conocer reglamentos, leyes, derechos, procesos legales, responsabilidades sociales, etc., así que estos organismos intervienen para brindárselos y llevarlos a la práctica, darles seguimiento, hasta evaluaciones, así se retroalimentaran tanto los integrantes como los profesionales de los organismos.

2.1.2.6. CONOCIMIENTO BRINDADO POR LAS OSC´S.

Gracias al conocimiento podemos realizar varias cosas, leemos, escribimos, conceptualizamos, maduramos, etc., es decir, el aprendizaje compuesto por nociones que nos llevan a actuar, ya sea bien o mal, lo llevamos a la acción, movilidad, lo cuál hace trascender a las organizaciones civiles.

No es suficiente organizar, gestionar , investigar, hasta tímidamente entender, si todo esto no se lleva a la acción, moverse para cumplir esas ideas, propuestas, metas, (al principio se creían tan inalcanzables), es el único camino para sacudir, transformar uan pieza pequeña que repercutirá en todo un sistema.

³⁶ Cristina Girardo (et. al.), Ibid., p. 27.

Esos nuevos conocimientos no pueden quedarse estancados en un solo lugar o en la misma organización, cómo un lenguaje que sólo se habla en un lugar apartado de un país, sino que debe difundirse, reproducirse, hasta llegar a más personas, después convertirse en acciones repercutiendo en hasta nuevas leyes, reconocimiento de derechos o en nueva organización legislativa.

Para ese cometido las OSC'S se deben concentrar en una estrategia para difundir sus conocimientos a más personas, mejorando sus servicios, programas o acciones. Su objetivo es llevar al exterior su trabajo e investigación, dónde la tarea de la comunidad será adquirir la información y aplicarla. Entonces la sociedad civil deberá mantener una relación comunicativa en la que guiará y alimentará de información a la comunidad civil.

Quagli en el texto de Girardo establece que el conocimiento se da en distintos niveles, de manera individual, grupal, hasta llegar a la organización.

- ❖ *Primer ciclo:* es el individual se crea en el individuo, (primer nivel), el conocimiento se crea y se utiliza en la vida personal, en actividades operativas.
- ❖ *Segundo Ciclo:* al compartirse el conocimiento pasa de manera individual, para ser compartido a más personas nivel grupal, (se transfiere y se colabora al utilizarlo como un recurso más en esta dimensión, son métodos de trabajo bien arraigados en las organizaciones civiles con el fin de difundir información).
- ❖ *Tercer Ciclo:* codificar y difundir pone el conocimiento al alcance de toda la organización, mientras que en los otros niveles la información se queda a disposición de pocas personas, lo que provoca su estancamiento. En contraste a los otros dos niveles, al haber más mensajes, se genera de igual manera más información, por ende más conocimiento.
- ❖ *Cuarto Ciclo:* se integran en un sólo espacio, la organización con sS ambiente externo al relacionarse de alguna manera con agentes externos, personas interesadas en el trabajo de la OSC, (relaciones de colaboración), que permiten ser el medio para utilizar un mismo lenguaje, así como generar conocimiento espacial y temporal.

Los ciclos nos hablan del flujo del conocimiento que se generan con el movimiento de las sociedades civiles, lo que nos ayuda a entender de manera más práctica como podemos trabajar con ellas con el

objetivo de cumplir sus metas. Su comunicación se encuentra influenciada por el exterior, aunque también ellas lo afectan con sus relaciones de colaboración.



Foto: Autoría Propia.

Afecta a las demás personas gracias a su orientación, capacitación y difusión ya sea de investigaciones, conocimiento generado por proyectos, etc. les cambia la vida, por ejemplo con el tema del Cáncer, las fundaciones les dan una nueva visión de vivir con la enfermedad, información de mejores tratamientos, ayuda psicológica, hasta familiar para integrarlos a la rehabilitación de su familiar.

Si profundizamos un poco más la tecnología ha cambiado el medio de comunicarse con sus colaboradores, (voluntarios, donadores, stakeholders y público meta), utilizan el twitter la organizaciones civiles, en especial las extranjeras, con el objetivo de comunicar sus nuevas acciones, marchas, logros, o convocatorias para tener más voluntarios, más aliados, también el Facebook, sobre todo para encontrarse en el radar de los ciudadanos, así como expresar su ideología.

Para tener una visión más completa acerca del movimiento femenino en general y en nuestro país se pueden consultar en los anexos los puntos, se le invita consultarlos:

Feminismo

Feminismo en México

2.2 ORGANIZACIONES CIVILES POR LA LUCHA DE GÉNERO.

Gracias al movimiento feminista de los años setenta las mujeres comenzaron a establecer sus demandas, pero fue hasta los años ochenta y noventa cuando se organizaron para formar redes, que abarcaban a féminas de diferentes sectores, así como agendas que tuvieran como directrices sus necesidades.

Influidas o no por el discurso feminista las mujeres comenzaron a formar organizaciones no gubernamentales (ONG), con el objetivo de cambiar la subordinación de las mujeres mexicanas, para dejar en su lugar estructuras prácticas que reproduzcan relaciones con resultados equitativos y libres. Todas las acciones fueron acompañadas por tanto por movimientos como actores sociales que ya hemos mencionado, que lograron conjuntarse para armar conciencia social.

Ya desde esos años las mujeres hacían vínculos entre actores colectivos, demandas tradicionales de sectores populares, mezclados con otros ingredientes como el medio ambiente, feminismo, derechos humanos, así como ciudadanos para dar propuestas democráticas como producto final.

El reacomodamiento del Estado, transformaciones constantes de la economía, conjugado a los cambios sociales y políticos, han mostrando la necesidad de la sociedad civil de trabajar, tanto de manera discursiva como en acciones, pero además la interna en un dilema.

Si las sociedades civiles no fueran reconocidas por el Estado, serían organismos de cierta manera clandestinos en la participación política, donde los efectos no tendrían un resultado trascendental, pero con una credibilidad, así como autonomía, aunque al mismo tiempo al ser reconocidas, podrían trabajar exactamente en el espacio político fundamental, al formar partidos políticos independientes.

Las ONG por otro lado se forman con el objetivo de desarrollar proyectos de transformación, no seguir reproduciendo bajo el mismo margen establecido, sino por el contrario dar soluciones y esquemas no conocidos.

De esa manera su objetivo es reinterpretar normas, leyes, hasta estructuras, demandando cambios en una economía democrática, en la sociedad y vida privada. Sus prácticas se orientan para transformar la sociedad civil y no a las formas del Estado.

El movimiento de las mujeres surge en las grandes ciudades, además zonas urbanas. La ciudad es dónde se les ofrece a las féminas más oportunidades, restos, malestares o dilemas por cambios culturales, así como los sociales.

Una gran oportunidad es encontrar entendimiento con otras mujeres que pasan por lo mismo, viendo con otros ojos sus problemas individuales, para visualizarlos colectivos, pero cuándo sus temas se hacen más generales, alcanzan problemáticas del campo y los pueblos.

2.2.1 Agenda y Temas de Trabajo de las Sociedades Civiles.

Las organizaciones tanto civiles como no gubernamentales, luchan en contra de las “construcciones culturales”, las cuáles reproducen desigualdades, expresándose en distintos ámbitos de la vida social.

No creo que exista una tipología de sociedades civiles, pero si existen temas que les dan una perspectiva de trabajo, un objetivo que atiende a un conflicto social, en especial a los derechos humanos de la mujer. Los temas se encuentran orientados a los problemas sociales, tan cambiantes como su entorno:

Derechos Humanos de la Mujer

Nivel Social

- ❖ Ciudadana: participación pública, representatividad política y democrática en igualdad de oportunidades.
- ❖ Trabajo: trabajar en cualquier área con las mismas oportunidades y contribución en su trabajo doméstico.

Individual

- ❖ Sexualidad: parejas, respeto en el manejo de su vida sexual, preferencias sexuales, número de parejas, etc.
- ❖ Salud: sexual, reproductiva, aborto, número de hijos, maternidad voluntaria, etc.
- ❖ Vida sin violencia: doméstica, laboral, social, política, clase social, género, etc.

- ❖ Ecología o Medio Ambiente: derecho a vivir en un ambiente sano, con los derechos ambientales como: agua, tierra, alimento, etc.

Asistencia tal vez no es una esfera, pero son organizaciones que cubren el trabajo al informar a las ciudadanas de sus derechos humanos ambientales por ejemplo, así como otras que también dan asistencia emocional o médica, como el tema del cáncer de mama, hasta asistencia en temas judiciales. Sabemos que existen muchos temas más y seguirán creciendo de acuerdo a las necesidades de las mujeres.

Estos son los temas y agendas a grandes rasgos, lo importante es saber que estos cambiarán o se harán más fuertes o débiles mientras el entorno cambie se transformaran los temas, así como la agenda. Actualmente los genocidios han sido un cambio fuerte en la visión femenina, se les ha agredido a las mujeres, en sus hogares, en las calles, en la oficina, se les ha abusado sexualmente, pero ahora, por el simple hecho de ser mujer se les asesina, lamentablemente no se les ha hecho justicia aún.

2.3 ASOCIACIÓN CIVIL Y LA EQUIDAD DE GÉNERO.

Los temas de Género en México se ven consolidados y bien marcados en las Asociaciones Civiles, así como en las Organizaciones No Gubernamentales (ONGS), pues por un lado se encuentran fundamentadas en un feminismo que disputa por los derechos sexuales, reproductivos, actos de violencia contra las mujeres y su participación en los altos puestos de toma de decisiones, es decir, el objetivo es que la mujer pueda tomar decisiones por ella misma.

Por otro lado, se encuentran organizaciones basadas en un feminismo interesado en ocuparse por las necesidades esenciales de comunidades marginadas, pues se han descuidado los temas como: salud, educación, trabajo, vivienda y la injusta repartición de recursos naturales. Estos son los intereses esenciales en su agenda, utilizando como herramienta al desarrollo sostenible, que busca armar a las mujeres de instrumentos para lograr el acceso y manejo correcto de los elementos ya antes mencionados.

“El desarrollo en el sentido de un cuerpo de pensamiento y práctica acerca del porqué de la existencia y persistencia de la pobreza y de la forma de erradicarla.”³⁷

Realmente trascendentales son estos tópicos en la vida de todo ser humano, pero en especial en la vida de una mujer que se halla subordinada en la repartición de educación, recursos naturales, vivienda, salud y trabajo, marginando así su crecimiento individual, además el de sus familias, pues están basadas en un matriarcado en comunidades como las rurales, pero que no exime la actuación de éstos problemas en la ciudad.

Si se hablará en términos generales de las Asociaciones Civiles podríamos decir que son: una buena oportunidad si se quiere seguir con esquemas establecidos por el gobierno, se legales, por supuesto esto implica ciertas responsabilidades al ser formales.

La sociedad civil representa a todos quienes se encuentren organizados, sobre todo en Asociaciones Civiles. Aunque también hay que entender que son muchas veces simulaciones sociales, en nuestro país se da mucho, nacen sólo para justificar o apoyar postura de partidos políticos o

³⁷ Jenny Pearce. *Desarrollo ONG y Sociedad Civil*, Reino Unido, Oxfám, 2002, p. 8.

movimientos falsos. Es evidente que la sociedad civil también depende de su entorno social, así como de orientaciones, decisiones políticas y económicas de nuestro país.

De igual manera las organizaciones han tomado credibilidad y así mismo poder, ya sea por sus integrantes, acciones, organización y la comunicación que establece con el interior, además del exterior.

2.3.1 Temas de las Asociaciones Civiles Mexicanas.

Los temas al igual que los problemas sociales de nuestro país dependen hasta de las mismas relaciones y experiencias de los fundadores de los organismos. Enlistaremos los temas:

- ❖ Valorización y reivindicación del trabajo doméstico. Tal vez jamás se habría creído que el trabajo doméstico volvería, pero algunas mujeres lo consideran importante en sus vidas, lo cual es muy respetable, porque lo han elegido por si mismas. Esa es la misión del *Colectivo Atabal A.C.*
- ❖ Educación sexual. Desde que nació el movimiento feminista en nuestro país se le ha dado importancia a la educación sexual, como herramienta para ejercer una libre sexualidad. Misión de los *Compañeros en Ayuda Voluntaria Educativa A.C.*
- ❖ Proporcionar información para llevar a la práctica el mejoramiento de la vida cotidiana de las mujeres, con ayuda de la perspectiva de género. Objetivo de *Centro de Apoyo a la Mujer "Margarita Magón", A. C.*
- ❖ Promoción del desarrollo con enfoque de género, con capacitación y asesoría permanente para fortalecer procesos organizativos en grupo rurales de mujeres. Misión del *Centro Regional de Capacitación de la Red Mujeres del Bajío A.C.*
- ❖ Desarrollar y promover programas que impulsen el desarrollo de habilidades para fortalecer su presencia en espacios políticos, para obtener un país más democrático. *Mujeres en Lucha por la Democracia.*
- ❖ Información Periodística sobre la condición de las mujeres a través de los medios de comunicación.

Los temas antes mencionados son las agendas que dominan actualmente las necesidades de nuestro país, que en ocasiones pueden causar problemas intensos entre el sistema que ahora ha reproducido la mujer como resultado de un determinado programa, dónde será difícil insertarlo en la vida común, o su entorno original.

Siguen las organizaciones de la sociedad civil en debate; ser o no ser formal, existen bastantes ganancias en ser una organización legal, se puede pedir el apoyo económico que representa los impuestos, becas complementarias para cumplir con programas y proyectos, hasta convocatorias, pero se corre el riesgo de perder credibilidad al trabajar con el Estado, partidos políticos, e instituciones gubernamentales, pero también resulta benéfico que conozcan la perspectiva de las sociedad civil.

También es importante que las Asociaciones Civiles formen una estructura formal, que se encuentren conscientes del impacto de sus mensajes, se sepan administrar tanto sus elementos económicos, como los comunicativos, dónde su reputación vale todo, porque esa variable puede ayudar a obtener donativos, apoyos o una reputación mal trecha.

Al tener una estructura lo suficiente firme, se logra seguir con vida, pero al tener una base comunicativa eficiente, también se continua de pie al soportar los cambios fuertes los contextos sociales, económicos y políticos, pues sin ella muchas organizaciones no saben transmitir su corazón ideológico, presencia, organización o darle consistencia a su trabajo.

En el siguiente capítulo se hablará de lleno de la organización Mujer y Medio Ambiente A.C., sus prácticas comunicativas, de manera interna y externa. También se conocerá como es que sobrevive una organización civil en nuestro país. Lo más interesante es que se podrá ver en la práctica toda la ideología comunicativa, cumplir o no los ideales de la comunicación para el desarrollo, o comprobar si realmente se puede con trabajo duro transformar nuestra sociedad.

CAPÍTULO 3.

MUJER Y MEDIO AMBIENTE A.C.



Foto: Autoría Propia.

El nacimiento de muchas organizaciones se basa en cumplir ciertos objetivos, que desde un principio parecerían ser inalcanzables, sobre todo en las ONGS u Organizaciones de la Sociedad Civil; que buscan cambiar la vida, conducta o percepciones de miles de millones de seres humanos o animales.

Muchas veces esos fines no llegan a cumplirse, las organizaciones en general los olvidan, no los tienen realmente presentes, se pierden en el camino o simplemente no saben como expresarlos para lograr precisamente los resultados deseados. A veces estas ideas no salen del papel, se quedan inspirando la existencia de la organización o trabajo voluntario de muchos, sólo imaginando sin alcanzar a materializar la tan deseada meta.

Como vimos desde el principio la participación, acciones o resultados es lo que hace la diferencia entre la muerte o la vida de un movimiento, u organización. La participación se convierte en un cambio trascendental en la vida de una persona, cuando va provocando un efecto dómimo en sus familias, colonias, delegaciones, ciudades, estados y países.

La organización que a continuación conocerán, es prueba viva de llegar a desear un cambio de manera profunda por parte de la sociedad, comunidades, delegaciones, instituciones, pensar en local para actual a nivel global, para dejar en las mujeres la confianza que les hace falta para empoderarse, saberse suficientes para llegar a la acción.

Muchos de los estudiantes no han estado mucho tiempo en este país, no tanto como sus padres, pero ya heredaron esa inconformidad, hambre, impotencia, enojo, fastidio, podría utilizar muchos adjetivos, pero si se preguntaran ¿qué hemos hecho?, ¿hemos hecho algo en realidad?, tal vez comenzaría a crearse algo nuevo.

Como cultura mexicana hablando de mayoría no se han acercado a las personas correctas para tomar acciones de impacto, ni siquiera el sistema democrático es capaz de auxiliar al mínimo. Nuestra pasividad es nuestra cruz, la cómplice del abuso y prima hermana de la ignorancia, amnesia que nos detiene siempre que nos enojamos, no nos encontramos conformes, pero no nos enfocamos en la acción.

Mujer y Medio Ambiente A.C. a diferencia de esa mayoría, nació como toda organización; con el sueño de ver a mujeres con más herramientas para mejorar sus condiciones, entre ellas una muy importante: su ambiente, bienestar que se refleja en sus vidas.

Al principio trabajaron con hombres pesqueros, aunque fue con mujeres, pesqueras dónde se dieron cuenta, por primera vez, de las necesidades en las mujeres con su entorno natural.

La organización ha logrado muchas cosas, pero una de las más sorprendentes es lograr verdaderos resultados tangibles, aunque no sean en su mayoría los deseados, sobre todo por la falta de apoyo, sí han logrado crear propuestas de los mismos ciudadanos, organizarlos y hacerlos conscientes de la perspectiva de género.

Por supuesto, como Sociedad Civil uno de sus defectos es no considerar a los medios externos, ayudarse de espacios de información para público con acceso a la vida digital no ha sido aprovechada, por lo que no ha tenido un impacto más homogéneo.

Cabe aclarar que para realizar el análisis se tomó en cuenta su metodología, que es utilizada para su estrategia de comunicación externa hacía su público, entrevista a las mujeres que llevan a la organización y encuesta para evaluar los resultados, que después se representaron con gráficas, para poder centrarnos justo en los síntomas, además de realizar un FODA, que me ayudó a establecer estrategias.

El capítulo abarca varios temas importantes de la organización: antecedentes, corazón ideológico, tareas a grandes rasgos, acciones que ha realizado la organización, su estrategia de comunicación externa, análisis y conclusiones. Sin más preámbulos conozcamos a Mujer y Medio Ambiente A.C.

3.1 ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN.

Mujer y Medio Ambiente es la única organización en nuestro país que realiza: investigación, capacitación, educación y consultoría, basándose en un enfoque de género en las problemáticas del medio ambiente, además de la Red de género y Medio Ambiente, de la cuál forman parte.

Hilda Salazar, actual directora y fundadora de la organización, es una mujer que participó en el movimiento de la década de los sesenta en el movimiento estudiantil, inspirada por todos los ideales juveniles, políticos, sociales, además de los femeninos, a luchar por ellos, así como los derechos laborales de obreros, enfermeras y doctores.

Al terminar el movimiento los ideales se cayeron, todo aquello que parecía posible no llegó a concluirse, pero se dio cuenta de que se podía transformar algo por muy pequeño o grande que fuera, gracias a la acción.

Fue una experiencia que la marcó para seguir buscando su lugar, después de no funcionar el movimiento. Las circunstancias personales cambiaron su vida pero definieron de manera prometedora su labor con su entorno y sociedad.

Sabemos de todos los beneficios del movimiento, uno de ellos los derechos de los jóvenes, pero lamentablemente no se llevan a la práctica, se encuentra exactamente ahí la laguna de la ley en un nuestro país, además de la tradicional corrupción, pues hemos firmado tratados, nos encontramos informados de esta y más situaciones, pero aún no logramos incrustarnos en nuestras propias responsabilidades como ciudadanos, se tiene mucho miedo.

Los programas, análisis, investigaciones, estrategias, talleres y agendas de la A.C., se realizan con el objetivo de buscar un equitativo acceso de los recursos naturales tanto en hombres como mujeres. Para poder lograrlo se les hace ver las herramientas que existen pero no las conocen como: sus derechos, (el defenderlos, buscar que se cumplan), potenciales, fuerza como mujeres, capacidades como grupo, pero sobre todo se ven situadas y situados en el conflicto.

Mujer y Medio Ambiente es el resultado de la ruptura de dos organizaciones no gubernamentales: “DEBASE”, formada por un grupo de compañeros de Hilda Salazar, (directora actual de Mujer y Medio Ambiente) y los demás integrantes habían pertenecido a otra ONG llamada “Equipo Pueblo”, que pertenecía al Movimiento Urbano Popular, (consejo de abasto), el trabajo de la organización era administrar los almacenes de la CONASUPO. De esa unión nació “Base Desarrollo”.

Trabajaban temas como: alimentos a bajo costo, viviendas populares, agua y electrificación de las mismas. En 1989 se organizaban con mujeres a nivel regional con el Movimiento Urbano Popular; las mujeres de colonias populares buscaban recibir ayudas como “tortibonos” (bonos para obtener tortillas), además apoyaban para capacitarlas, sobre todo en temas de derechos para defenderse a sí mismas.

La Ciudad de México para 1991, al estar sufriendo fuertes inversiones térmicas (emisiones tóxicas que suben y después se quedan atrapadas en el aire), habían provocado fuertes críticas gracias a su potencial tóxico, al extremo de suspender las clases. El gobierno le pidió a la organización trabajar con la fundación Friederich Ebert, (la organización trabajaba entonces como “Base Desarrollo”), para recabar un millón de firmas por un ambiente sano.

Comenzó así su camino por el área de la sustentabilidad ambiental, así como un fuerte interés por mejorar las condiciones de nuestro país en ese tema.

Desde la convocatoria de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD) en Río de Janeiro, que se llevaría a cabo en 1992, se había expresado la necesidad de unir de manera activa a la sociedad civil a través de las organizaciones no gubernamentales, pues su trabajo de expresar sus posiciones sociales y políticas era necesario.

En marzo de 1991 se realizó en nuestro país, un foro preparatorio para el CNUMAD; el ECO-FORO 92 como petición de la ONU al Centro para Nuestro Futuro Común, también participó la Federación Conservacionista Mexicana y la Fundación Friedrich Ebert.

Sus dos objetivos constantes fueron:

- a. **“Abrir el debate para llegar a un consenso nacional para tomar posiciones frente a la CNUMAD y la Conferencia Global Paralela. Se entendía que el Foromex debería aportar opciones para una alternativa de desarrollo y medio ambiente con vistas a incidir en el evento mundial.**
- b. **Enlazar los procesos e iniciativas nacionales alternativas con las internacionales para tejer una red de la sociedad civil.”³⁸**

Además, se buscaba realizar una crítica a grandes rasgos del modelo desarrollado que afectaba al deterioro ambiental, acompañándose de propuestas para crear un modelo alternativo, como resultado de las vivencias de las sociedades civiles. Por último se analizarían las posturas nacionales e internacionales de la ciudadanía.

La red de la sociedad civil se establecía con el fin de invitar a nuevos sujetos sociales u organizaciones para obtener una representación más amplia, plural y democrática, con la idea de que la participación es el único vehículo de la transformación.

Uno de los resultados más destacados del Foromex fue que estados como Veracruz, Michoacán y Yucatán lograron formar una agenda de medios, para salvaguardar el medio ambiente del que hacen uso como medio para trabajar.

Debido a este acontecimiento conocieron a organizaciones ambientales y a personas que luchaban por metas ecológicas. Encabezaron una iniciativa para participar en la Cumbre Mundial de Río de Janeiro, tratándose temas ambientales, armándose redes con organizaciones gubernamentales, sociedades civiles, ONGS y foros paralelos.

³⁸ DEBASE A.C.; Grupo de Estudios Ambientales A.C. *Síntesis Documental 3 Foro Mexicano de la Sociedad Civil*. México, s/e, 1992, p.9.

Articular los movimientos sociales era uno de los objetivos que la organización retomó; planteando reivindicaciones de asociaciones sociales, pues existe una gran diferencia entre las ONGS y las agrupaciones populares de la sociedad civil.

Las primeras se caracterizan por estar conformadas por estudiantes, universitarios, partidos políticos o asociaciones de izquierda, mientras que los grupos populares a diferencia de las primeras, se conforman por el pueblo, así mismo organizaciones populares.

En cuanto a las acciones que realizan cada una, las ONGS tienden a realizar trabajos teóricos acerca de los problemas sociales, sin tener un acercamiento total al problema en vivo, mientras que los grupos populares al estar compuestos por personas involucradas en ellos realizan de manera activa, marchas, pliegos petitorios, juntas, acercamientos con los medios, agendas, huelgas, etc.³⁹

Una de las organizaciones que fue trascendente para Mujer y Medio Ambiente, es; Woman Environmental Development Organization (WEDO)⁴⁰, agrupación que logró ser tomada en cuenta en el rubro de Medio Ambiente el género, perspectiva nueva en nuestro país.

Cuando entonces era DEBASE y conoció a WEDO, no sabía mucho del tema, por lo que hicieron un grupo de estudio de textos que trataban el Feminismo y la Ecología. En ese mismo lapso se abrió una convocatoria para tratar el tema de contaminación de cuerpos de agua por petróleo en: Tabasco, Campeche y Veracruz, siendo su primer trabajo en ese tema.

Guerrero, Michoacán y Campeche, fueron los estados en los que la organización apoyó al movimiento de los “pescadores ribereños”, dándole un impulso al grupo, sostén que creció hacia Nayarit y Chihuahua. El proceso se basó en la crítica de las leyes ambientales, así como la gestión de los funcionarios.

El apoyo era de verdad cercano, la asociación civil y los pescadores luchaban para promover indemnizaciones, proyectos o marchas. Al ver el problema tan de cerca se conocieron las necesidades de

³⁹ Información obtenida por entrevista con la directora de Mujer y Medio Ambiente A.C. Hilda Salazar.

⁴⁰ Organización de Mujeres por el Medio Ambiente y el Desarrollo.

las esposas de los pescadores, entendiendo su manera de vivir el problema, de esa manera nació la idea y posibilidad de comenzar a trabajar con mujeres.

Fundación Mac Arthur⁴¹ apoyo con becas sobre el tema de género y medio ambiente, fueron tres años de trabajo con las mujeres y comunidades pesqueras de Jalisco en el lago de Chapala.

La ruptura de “Base Desarrollo” se dio en 1996 a causa de desajustes de liderazgo. Algunos integrantes tenían otros objetivos y metas diferentes a la organización, por lo que fueron a buscar organizaciones e integrantes nuevos.

Hilda Salazar formó Mujer y Medio Ambiente, gracias al trabajo realizado en las comunidades pesqueras, así como un cambio personal en su vida, que diera pie a formar su camino, forma de vida, sobre todo un trabajo de satisfacciones. En 1996 nació legalmente la organización como una Asociación Civil, compuesta por mujeres del grupo de estudio para Río de Janeiro.

Nace con un *objetivo* social: **“la promoción, realización, evaluación de actividades y proyectos que promuevan el desarrollo sustentable, el bienestar social, comunitario, la conservación y cuidado del medio ambiente y la equidad de género.”**

Mujer y Medio Ambiente, pertenece a una gran red de género llamada: Red de Género y Medio Ambiente compuesta por cinco asociadas, coordinadas por un consejo directivo que consta de una directora y secretaria. Las actividades, como cursos, asesorías, marchas, programas, se realizan bajo convenios con otras organizaciones sociales y civiles a fines, con la finalidad de unir fuerzas para poder conseguir sus objetivos.

Pertenece también a la Red Mexicana de Acción frente al Libre Comercio, desde el 2003 se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), además cuenta con una clave única de inscripción en el Registro (CLUNI), No. MMA9609101501B-2005.

⁴¹ Actualmente la organización ha dejado de otorgarle su apoyo, pues considera a otros países y temáticas mejores destinatarios de sus recursos.

Los recursos financieros para el desarrollo de sus actividades y el funcionamiento de su oficina provienen de las agencias de la cooperación internacional, de instituciones gubernamentales y de servicios de consultoría profesional.

Entre las entidades que han financiado las actividades de Mujer y Medio Ambiente durante sus años de vida destacan:

1. Fundación MacArthur.
2. Fundación Böll.
3. Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza.
4. Banco Mundial.
5. Sociedad Pro Derechos de la Mujer.
6. Semillas A. C.
7. Instituto Nacional de Desarrollo Social.
8. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)
9. Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)
10. Secretaría de Salud.
11. Agencias de Sistema de Naciones Unidas (PNUMA, PNUD, UNIFEM)

3.2 ¿QUÉ HACE LA ORGANIZACIÓN?

Por medio de la instrucción en sus cursos, escuelas o talleres, muestran tanto a funcionarios, hombres y mujeres, público en general, líderes, gestoras e instituciones gubernamentales, cómo pueden ayudar a mejorar los problemas ambientales con enfoque de género.

Además, se hacen cursos específicos para quienes son afectados por el problema del agua, dónde la organización emite el mensaje del justo acceso de los recursos naturales entre hombres y mujeres. La información que es utilizada sobre el problema son: causas, usos, administración, acuerdos, derechos, etc., ilustran cómo esos elementos definen la situación de cada usuaria/o.

La organización les muestra herramientas de las cuales ya son dueños, pero no las conocen, como: sus derechos como mexicanas, mexicanos, ciudadanos, mujeres, hombres, humanos, por eso es importante el defenderlos, buscar que se cumplan, ya que si no tenemos una noción de nuestros derechos y responsabilidades, el abuso es una consecuencia ante la ignorancia.

Para poder cumplir con su trabajo, la organización trabaja con seis elementos que ellas definen, “ejes estratégicos”, los cuáles son y citaré:

- 1.-) Asesoría en el diseño de políticas públicas.
- 2.-) Investigación, análisis de género de políticas, programas, proyectos ambientales y de conservación de la biodiversidad.
- 3.-) Diseño de metodologías para la aplicación del enfoque de género en programas y proyectos.
- 4.-) Formación y capacitación a funcionarios públicos, organizaciones sociales, comunitarias u organismos no gubernamentales.
- 5.-) Promoción y fortalecimiento de procesos comunitarios y regionales.
- 6.-) Información, difusión e intercambio de experiencias exitosas en propuestas conceptuales y metodológicas que vinculan género con medio ambiente.

Es decir, su trabajo como organización civil es ofrecer un servicio, enseñarles, formar, capacitar y crear metodologías para promover un enfoque de género, a diferentes públicos como lo serían nuestros representantes, delegaciones, ingenieros, las mismas secretarías, las mismas mujeres viven una experiencia completa acerca de si mismas frente a un problema tan culminante como lo es el agua.

Su base fundamental es la investigación e información proporcionada por los talleres comunitarios que se realizan en determinados lugares, generalmente estos se encuentran interrelacionados con carencias o crisis ambientales.

De ahí se realiza un análisis cotidiano por parte de las mujeres y hombres de la situación que viven, además establecen propuestas para terminar con planes mal diseñados o con perspectivas insuficientes a las necesidades actuales, o de esas circunstancias en especial, todo de acuerdo a su entorno actual.

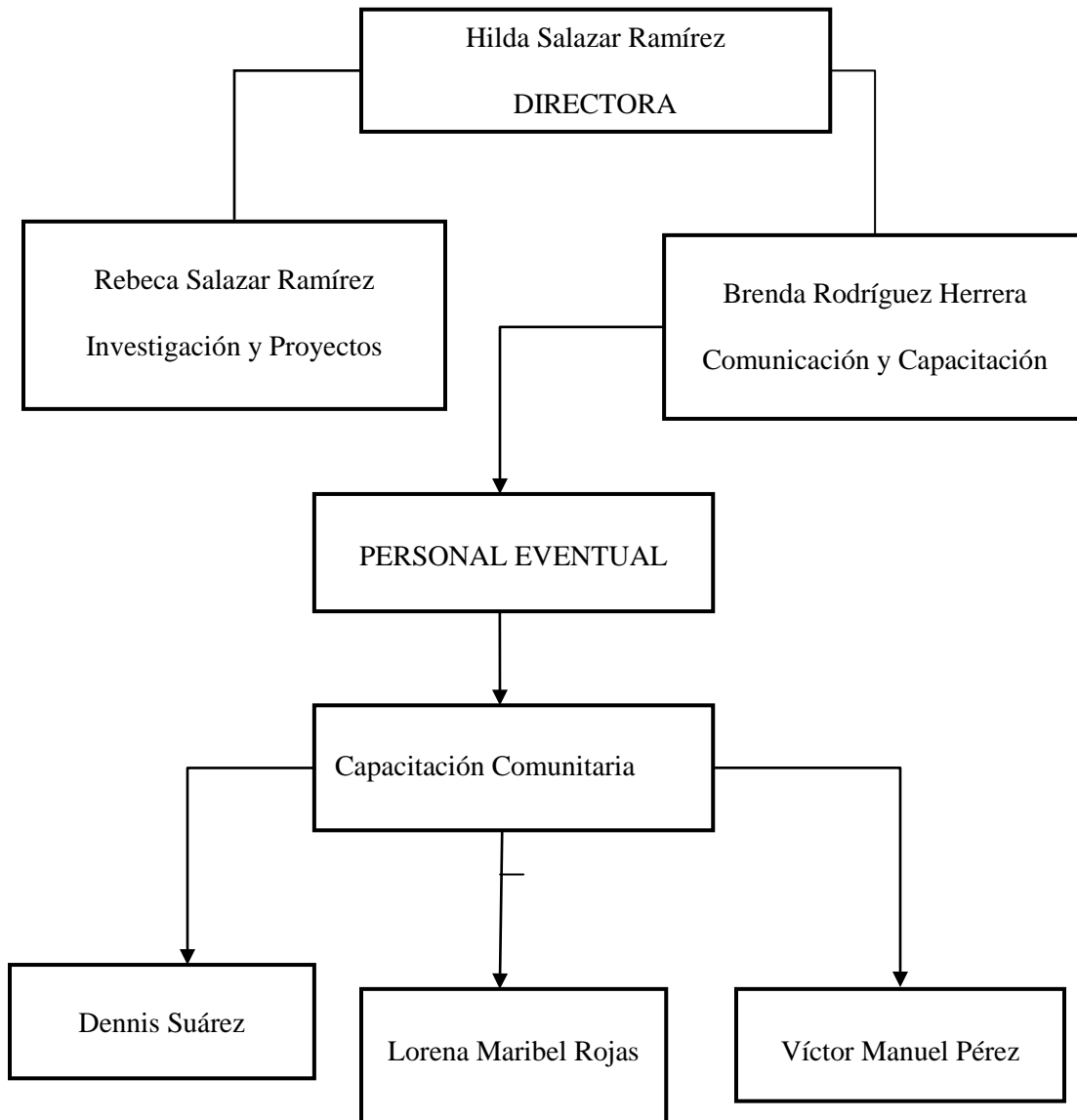
3.2.1 Ubicación.

La organización se encuentra en Av. Universidad No. 1900 Edif. 10-401, Col. Oxtopulco Universidad, México, D.F., C.P. 04310, México, D.F., Tel. y Fax. 56 58 34 62.

3.2.2 Infraestructura.

Para realizar las diferentes actividades de Mujer y Medio Ambiente A.C., cuenta con la renta de un departamento que ha sido adaptado a oficina, en la dirección antes mencionada. En cuanto a herramientas de trabajo, se encuentran cuatro computadoras, un teléfono, Internet, fax, tres escritorios y una pequeña biblioteca, además, un comedor, utilizado en ocasiones como sala de juntas, además de un baño y cocina.

3.2.3 Organigrama.



3.2.4 Funciones.

Al ser una organización pequeña, es natural que al trabajar las funciones se compartan en algunos momentos o todo el tiempo, sobre todo cuando están en temporada de convocatorias, en especial a principios de año.

Directora: Hilda Salazar se encarga de crear modelos de planeación para incidir en las políticas públicas. Busca la difusión de su trabajo como A.C. a niveles heterogéneos, ya sea local, nacional e internacional, así como la publicación de sus propuestas hídricas con enfoque de género.

Se interesa en participar en eventos nacionales, internacionales o mundiales para insertar a estos mismos horizontes el tema que trata la organización, exponiendo el tema hacia servidores públicos y naciones con un sentido de responsabilidad en su solución.

Investigación y Proyectos: Rebeca Salazar realiza la investigación desde plantear las características de las relaciones entre mujeres y hombres, a partir de una cerca amable, racional sobre los roles de género, hasta su aplicación, mitos, estudios, investigaciones, estadísticas, resultados e información que avale sus argumentos.

Además estudia la situación de las mujeres, jóvenes y niños en distintas áreas: económica, política, educativa, salubridad, ambientales, hasta las sociales.

Comunicación y Capacitación: Brenda Rodríguez Herrera, enfoca su comunicación en sus públicos externos, ya sea organizaciones o comunidades interesadas en la capacitación de los talleres, por esa razón se hace difusión y campaña para promover el trabajo de la A.C. con las mujeres. Además durante los talleres es quién más participa en la capacitación de quiénes asisten a los cursos de capacitación o sensibilización.

Sin mencionar que todas participan al diseñar desde la solicitud de ingreso a la convocatoria, como el plan de trabajo de la escuela, taller o curso, también lo hacen para designar actividades y tareas.

El apoyo, así como la constante motivación durante todo el curso, es trabajo compartido, que resulta en un ambiente agradable, así como saludable en cuanto actitudes ante las dificultades del tema, salen a flote gracias a su amistad, dando origen a palabras de aliento, la forma de tratarse con respeto entre compañeras y las asistentes al taller.

Personal Eventual

Capacitación Voluntaria: ayudan a dejar más claros los temas de los talleres, auxilian con dudas, juegos actividades recreativas e implementación de estrategias, aprendizaje, haciendo más sencillo el proceso de acercamiento al tema.

3.2.5 Corazón Ideológico.

Misión

Es “**incidir en la construcción de una sociedad sustentable basada en las relaciones equitativas entre seres humanos.**”⁴²

Visión

Lograr que hombres y mujeres accedan de manera equitativa a los recursos naturales.

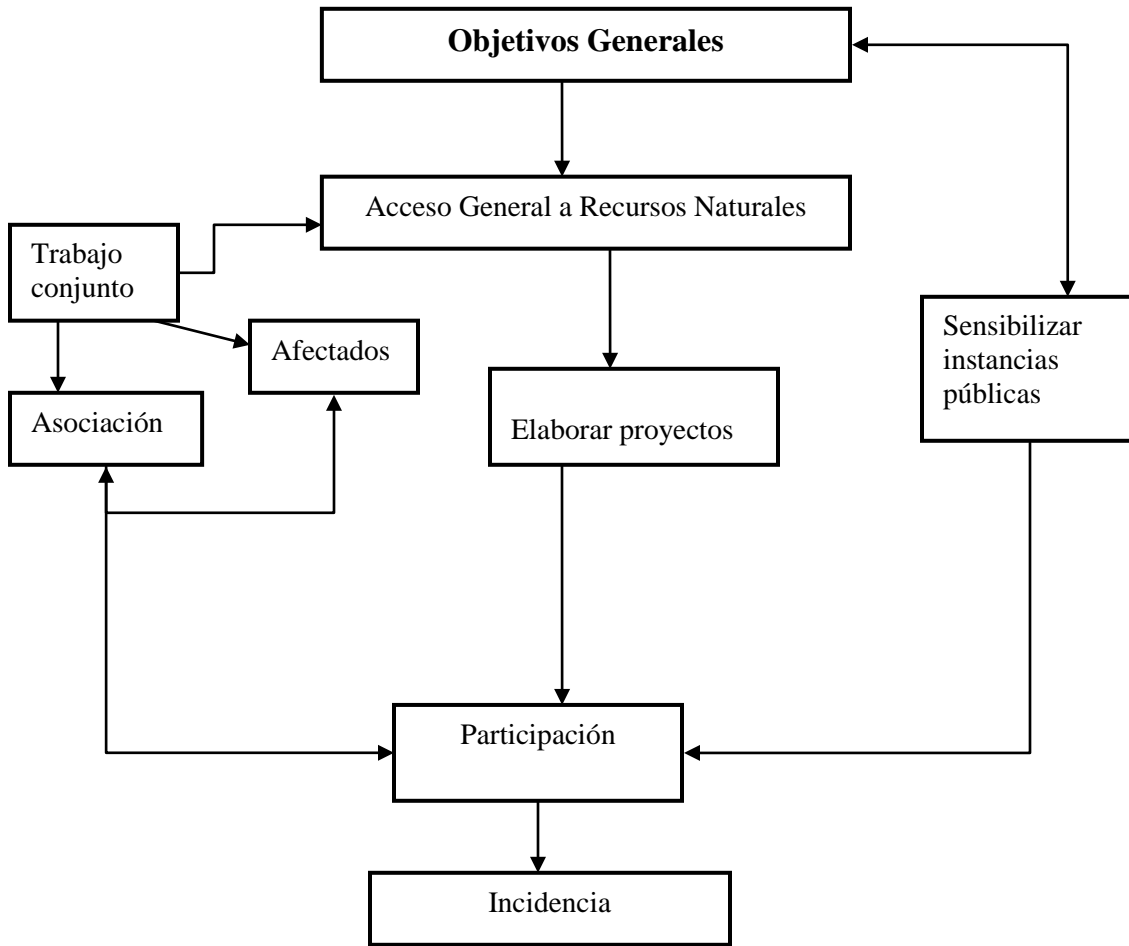
Valores

Son: la Equidad Social, Perspectiva de Género, Justicia, Respeto, aplicación de los Derechos Humanos y de Recursos Naturales.⁴³

⁴² Cencos, *Guía ¿Quién es quién en las organizaciones?*, documento PDF, p. 157.

⁴³ Fuente: Visión y Valores son Autoría Propia. El corazón ideológico fue diseñado con el objetivo de hacer más completo el análisis de la organización, pues cabe aclarar que la directora de la organización no lo adoptará, pero si lo considera adecuado en cuanto al carácter de la A.C.

3.2.6 Objetivos.



Fuente: Mujer y Medio Ambiente A.C.

Sus objetivos generales son:

1. Terminar con la segmentación de acceso a recursos naturales por medio de los cursos, un trabajo conjunto entre la asociación civil y los afectados por ésta situación como los son: campesinos, ciudadanos, mujeres y hombres.
2. Sensibilizar a instancias públicas, así como funcionarios, de la inequitativa repartición de los recursos naturales con una perspectiva de género, como: la Secretaría de Medio

Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), etc.

3. Elaborar proyectos que lleguen a incidir en las políticas públicas, para beneficiar la vida diaria de los y las afectadas.
4. Lograr una participación ciudadana, por medio de una instrucción para conocer sus derechos, obligaciones y cómo pueden llegar a organizarse por comunidades, con el objetivo de exigir la resolución de su problema, ante las instituciones.

Son singulares los objetivos de esta organización no por su naturaleza altruista, sino por partir de un problema social, económico y ambiental, que va de la teoría, enseñanza, para llegar a la práctica, dónde se da una participación ciudadana nutrida de conocimiento, información, así como empoderamiento por parte de las mujeres.

Interesante es ver cómo se da lo que se creía imposible, formar a partir de pequeños grupo, ciudadanos interesados en mejorar sus circunstancias ambientales, como el desperdicio de agua, la falta de limpieza, o políticas mal implementadas, situaciones que para muchos les parece sinónimo de papeleo, en este caso de acuerdo a la organización, se vuelve real una solución en construcción por medio de la participación.

3.3 TRABAJO CON SU ALIANZA: RED DE GÉNERO Y MEDIO AMBIENTE (REGEMA).

Se fundó en 1995, por Hilda Salazar con motivo de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en China.

La misión de la organización es el promover la equidad de género, por medio de proyectos de desarrollo sustentable, políticas públicas, además de sistematizar experiencias, estudios e investigaciones que permitan entender específicamente la existencia de vínculos entre el género y la sustentabilidad en México y América Latina.⁴⁴

Para el estudio de la situación de género, Mujer y Medio Ambiente A.C., se encuentra aliada a REGEMA, red compuesta por más de 30 investigadoras, consultoras, consultores independientes, organizaciones sociales, organizaciones no gubernamentales y colectivas de diferentes estados del país, como: Sinaloa, Quintana Roo, Coahuila, Veracruz, D.F., Puebla, Campeche, Tabasco, Morelos, Yucatán, además de Michoacán, son estados dónde se trabaja sobre temas de medio ambiente y género.

En cuanto a las colaboradoras, su trabajo es realizar visitas a las comunidades, para después ejecutar un diagnóstico, le sigue el diseño de una solución, lo que toma un largo tiempo, pues debe entenderse hasta dónde lograra llegar, (sus límites en cuánto a las costumbres o creencias), con el fin de implementar proyectos realmente productivos y aplicables.

Gracias al constante trabajo con diferentes organizaciones y sus propias investigaciones, la red puede definirse como multidisciplinaria, pues maneja diversos temas, establece diálogos con especialistas en temas diversos como: desarrollo sustentable, salud reproductiva, población, pobreza, comercio, medicina, medio ambiente, etc.

1996; es un año en el que la red y Mujer y Medio Ambiente A.C. efectuó una investigación para detectar los conflictos ambientales que las mujeres enfrentan al tomar acciones e iniciativas para solucionarlos. Los resultados se sistematizaron en un documento nombrado Agenda Verde de las

⁴⁴ Red de Género y Medio Ambiente. *Carta de Presentación*. p. 1.

Mujeres, producto que favoreció la firma del Adendum de equidad de género con la Secretaría de Medio Ambiente Recursos Naturales, así como al Presidente Ernesto Zedillo Ponce de León.

3.3.1 Logros Conformados por la Alianza.

Como resultado de la creación de la Agenda Verde, se obtuvo incidencia en políticas públicas en 1997, concretándose con la existencia de la Dirección de Equidad de Género en la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), esta misma alianza ha permitido implementar una agenda ambiental con un enfoque de género.

Las relaciones de género de acuerdo con REGEMA son asimétricas en los ámbitos, económicos, sociales, gubernamentales y culturales, una variable presente no sólo en la sociedad mexicana, sino en las sociedades de países de todo el continente o el mundo.

Quienes han podido plantear la importancia, así como la trascendencia de estas situaciones han sido en nuestro país, como hemos visto en el capítulo anterior, las organizaciones de la sociedad civil, al obtener importantes resultados transformadores, como: la creación de instituciones, formulación de políticas públicas, además la promulgación de leyes que promueven la equidad entre mujeres y hombres, sin mencionar los acuerdos internacionales, en especial la IV Conferencia Mundial de las Mujeres.

A pesar de la situación crítica de las mujeres en nuestra sociedad, las políticas públicas no han podido establecerse con base en una perspectiva de género, en especial las que tienen que ver con la economía y medio ambiente.

Mujer y Medio Ambiente al igual que la red, consideran a esas desigualdades de género como un impedimento que limita el acceso a los recursos del desarrollo, por ejemplo: naturales, sociales y económicos, provocando otras situaciones como la discriminación, desigualdades en las clases sociales, etnia o rezago social en las mujeres.

El reconocimiento a estas circunstancias ha logrado transformar leyes en comunidades, se crearon instituciones a favor de sus derechos, pero uno de sus mayores logros ha sido la despenalización del aborto.

3.3.2 La Agenda Azul de las Mujeres.

Nace la Agenda Azul de las Mujeres con un propósito muy claro “[...] **promover la equidad de género como condición fundamental de la gestión integral y democrática del agua.**”⁴⁵ Este proceso busca llegar a los responsables de crear, diseñar y ejecutar las políticas relacionadas con el agua, para efectuar compromisos de mejorar las condiciones, así como implantar la visión de equidad de género en su trabajo.

Gracias a que nuestro país participa en varios tratados nacionales e internacionales, este tema y el de la sustentabilidad es tan sólo uno de los tratados que se ha comprometido a efectuar. Aunque es lastimoso que a pesar de ello no se llegue a la práctica de todos esos objetivos.

Marzo del 2006 es la fecha en la que se presenta públicamente por la Red de Género y Medio Ambiente, de la que forma parte Mujer y Medio Ambiente A.C., : la Agenda Azul, en el IV Foro Mundial del Agua, para después mostrarla en foros de la sociedad civil en la ciudad de México.

El documento identifica los problemas e intereses y propuestas de las mujeres en comunidades rurales, urbanas, con relación a las circunstancias en el uso del agua que viven.

Desde ese momento el tema del agua en la situación en relación con el género es un tema esencial que trabajan los integrantes de la organización. Los resultados de ésta Agenda, plantean la falta de acceso del agua para consumo doméstico como el principal problema, por esa razón se ha convertido en una demanda prioritaria para las mujeres del campo y ciudad.

⁴⁵ Red de Género y Medio Ambiente. *Género en las políticas de agua en México*. México, s/e, 2006, p.1.

La planeación de las políticas hídricas en el país se realiza sin incorporar un enfoque con perspectiva de género, con ello niega el rol de las mujeres en la gestión del recurso, omitiéndose su intervención en los programas y proyectos relacionados con la gestión o conservación del recurso.

Por esa razón se reproducen prácticas de discriminación de género, marginación de la participación social femenina en los procesos de planeación, ejecución, así como la toma de decisiones de las políticas que les afectan y atañen.

En las comunidades rurales, el problema se vive con la búsqueda de muchas mujeres, niños y niñas, quienes dedican numerosas horas para acarrear agua y ser utilizada de manera doméstica, para abastecer los usos básicos como: hidratarse.

Por su parte, las mujeres de zonas urbanas marginales señalan que reciben el servicio por tandeo (abasto de agua irregular e intermitente), por lo cual se ven obligadas a comprar agua en pipas, que deberían de ser “gratuitas” en teoría, lo que encarece el servicio, mermando su tiempo, sus ingresos y los de su familia.

2008: es el año en el que la Red, Mujer y Medio Ambiente consideran que la capacidad de incidencia tenía dificultades para concretarse en los ámbitos municipales y comunitarios, entre otras cosas, porque los grupos sociales no tienen suficiente capacidad de incidir.

A pesar de ser un problema prioritario para muchas comunidades urbanas y rurales, hay pocas organizaciones dedicadas a la gestión de los recursos hídricos que, además tengan una visión global de la problemática.

Para avanzar en este aspecto, se realizaron tres reuniones a nivel regional en las que se dieron cita tanto representantes de grupos de mujeres y mixtos de diferentes estados del país. Además del intercambio entre comunidades que comparten espacios geográficos más o menos cercanos, las reuniones sirvieron de plataforma para realizar un Encuentro Nacional.

Consciente de que la lista podría ser mayor, esta información representa no sólo la incapacidad en nuestro modelo de distribución, así como de desecho, también se debe agregar la mala administración así como el tratamiento del recurso, pero sobre las leyes del mismo, es increíble que se establezcan leyes dónde se reafirme al agua como un derecho, pero irónicamente no llega a todos los mexicanos y mexicanas.

De ahí viene la importancia de la organización, que no solamente nos da una nueva perspectiva del agua, acerca de su distribución natural, si no también de los problemas en cuanto a salud, dónde lamentablemente los niños sufren más tanto de una falta de higiene y calidad en el agua, así como de una escasez, determinada por quiénes pueden pagar o no por el H₂O.

Así también buscan la organización de los grupos que sufren por estas condiciones, se involucren por lo que sucede en sus delegaciones, comunidades o municipios, acciones para mejorar las condiciones de vida, salud, acceso al recurso, normas, etc.

Por la información antes planteada, la Agenda Azul de las Mujeres definen al recurso del agua como inaccesible o con un acceso limitado para las mujeres, ante causas climáticas, geográficas, disponibilidad natural e irregularidad en la distribución, que se relaciona por supuesto con una capacidad de gestión y situación económica de la población, pues tienen menos elementos o poder en la toma de decisiones tiene menos posibilidades al acceder a recursos como el agua.

A ello se suma el acceso mediante infraestructura precaria o en mal estado, la deficiente calidad del agua y la proliferación de enfermedades por consumo de agua de mala calidad. En las mujeres estas condiciones afectan de manera muy específica, ya que son las encargadas de administrar, comprar, desinfectar u obtener el recurso, si el líquido estuviera contaminado y provocara enfermedades en los miembros de la familia, las mujeres se encargarían de cuidarlos o de su mejora.

Mujer y Medio Ambiente considera que existe un bajo reconocimiento en la participación femenina, en actividades como la reforestación, conservación de micro cuencas, recuperación de suelos, humedales y cuerpos de agua, por otro lado su participación en programas gubernamentales es precaria,

además, se han estudiado muy poco las actitudes e impactos diferenciados entre mujeres y hombres en los desastres naturales.

Esas son las razones por lo que la preocupación central de la Agenda es: la creación de una Procuraduría de Protección al Agua, como una instancia autónoma, ciudadana, con recursos financieros y humanos suficientes, bajo supervisión social. El objetivo de esta instancia sería darle credibilidad e importancia al agua a las instituciones, que terminaría con el manejo, acceso o uso politizado e inadecuado del recurso.

Las facultades de la institución serían promover, vigilar el cumplimiento de las leyes, sancionar a los transgresores(as), contribuir al cumplimiento de convenios internacionales como la Convención Marco de las Naciones Unidas, el Convenio de Diversidad Biológica y la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación y Sequía.

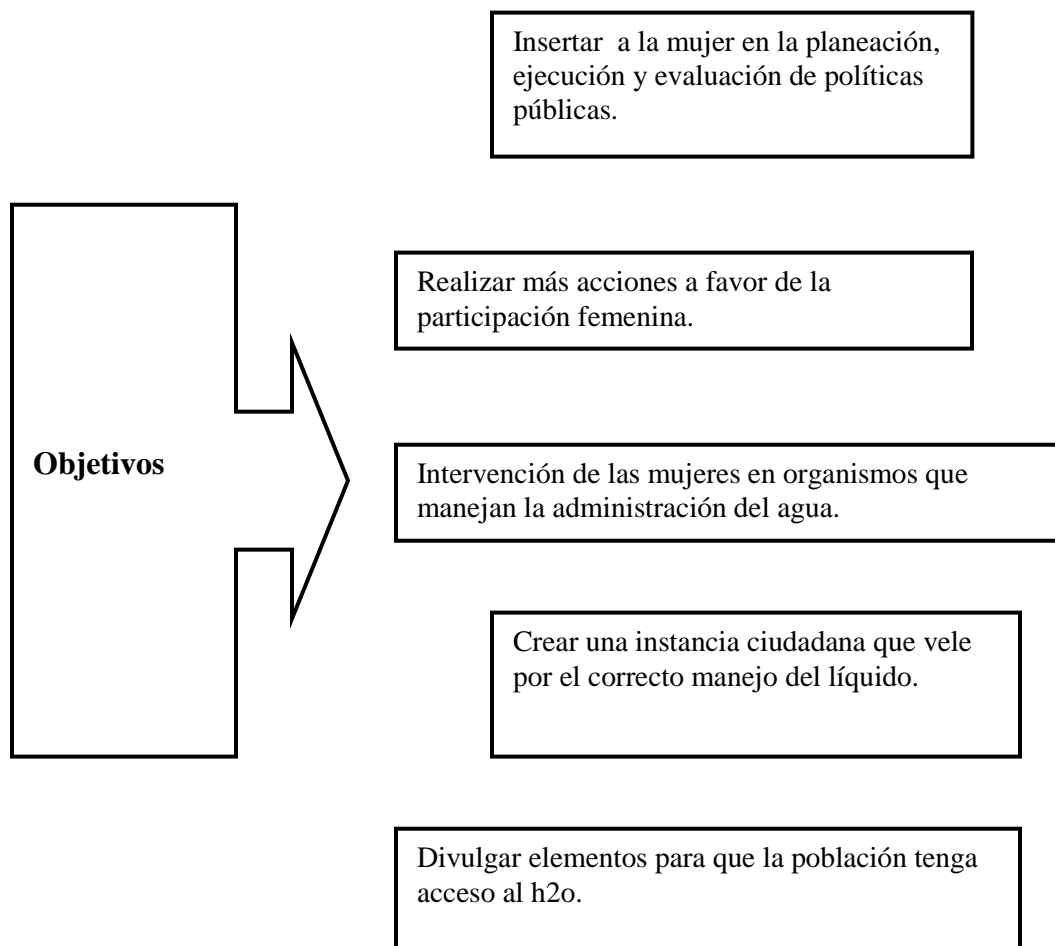
En cuanto a la política hídrica en México y la participación femenina en las instancias de decisión, busca la participación de las mujeres en todos los ámbitos de decisión, los postulados⁴⁶ son:

- I. Incluir a las mujeres en el diseño de políticas sobre recursos hídricos en todas las instancias de planeación, ejecución, evaluación, desde las comunitarias hasta los planes de desarrollo a todos los niveles, incluidas las políticas sectoriales, así como la asignación de presupuesto.
- II. Aplicar acciones positivas (cuotas, criterios de contratación, promoción o ascenso laboral, etc.) para que las mujeres tengan mayor participación en las estructuras administrativas, legislativas, órganos de representación sectorial, ciudadana como los consejos de cuenca y los distritos de riego.
- III. Revisar que las mujeres intervengan en organismos operadores del agua y en los comités comunitarios del agua durante la realización de obras.
- IV. Crear instancias de contraloría social, ciudadana que permitan la fiscalización, rendición de cuentas de los organismos operadores y de las instituciones públicas relacionadas con el agua, en los cuales debe incluirse las mujeres.

⁴⁶ Red de Género y Medio Ambiente. *Op. cit.*, p.5.

- V. Difundir, crear mecanismos para que la población – especialmente las mujeres – tenga acceso a la información sobre la calidad del agua, el abasto de tarifas, con el fin de favorecer la participación y la corresponsabilidad social.

Figura 3.3.2.1 Postulados de la Participación Femenina.



Fuente: Red de Género y Medio Ambiente. *Género en las políticas de agua en México*, p.5.

Los postulados esperan llevarse acabo a niveles comunitarios, delegacionales, municipales y nacionales, pues los mismos ejes son tomados como guía de acción en todos los organismos que conforman la red en nuestro país.

También es importante destacar, que la lucha de estos objetivos es financiada por impuestos, haciéndose más interesantes los actos, pues la participación e información llega a tener tal significado que los gobernadores se logran dar a la tarea de emerger actividades como esta, siendo tan sólo una parte de sus obligaciones.

Es importante la red, por que se trabajan varios organismos en todo nuestro país, para cubrir mismos objetivos, basados en un mismo modelo de trabajo de comunicación hacía el público interesado, pero además estos mismos ciudadanos son lo que exigen, pero en muchas ocasiones sin fundamentos o por un medio oficial, es por eso que la escuela de género y agua trasciende, al dar información, organizar, hasta llegar a una participación.

3.3.3 Los principales proyectos de Mujer y Medio Ambiente A.C. con REGEMA.

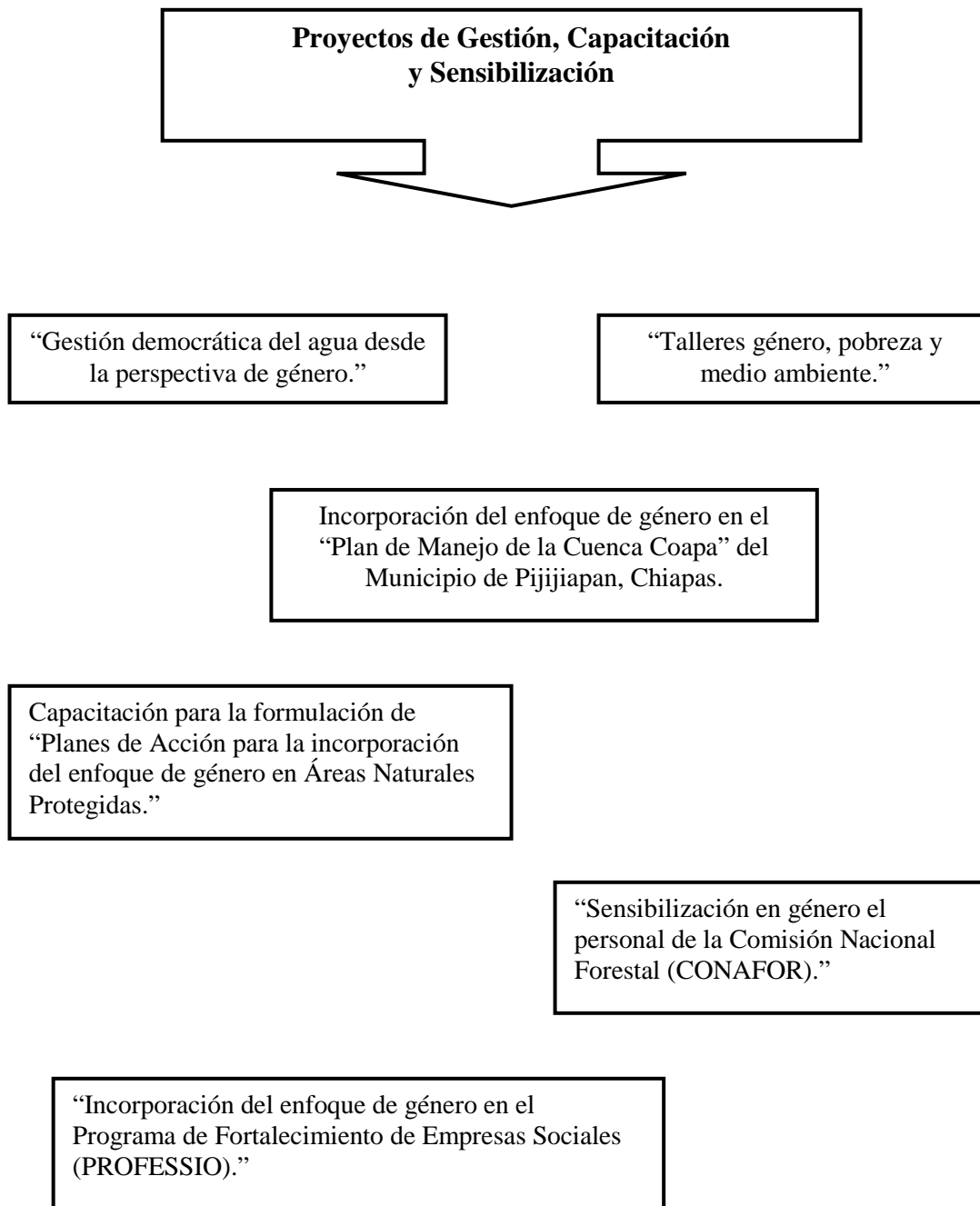
Una de las causas más fuertes en sus proyectos es el incorporar el enfoque de género e incrementar la participación de las mujeres marginadas y en situación de extrema pobreza, como lo fue en la formulación del nuevo Programa de Manejo de la reserva de la Biosfera de El Triunfo en Chiapas.

Se realizaron talleres de diagnóstico, planeación, hasta llegar a una evaluación comunitaria participativa con hombres y mujeres de tres comunidades, en los que se aplicaron metodologías de género.

Los resultados del proyecto se constituyeron en un resultado importante para la formulación de un nuevo programa de manejo de la Reserva, que incluya las necesidades y aportes de las mujeres e incorpore en sus objetivos la equidad de género.

Mujer y Medio Ambiente A.C., realiza diversas acciones, capacita, coordinar y sistematizar actividades, para incorporar el tema de género, sobre todo en áreas dónde no se toman en cuenta, pero que afectan de manera directa en la vida de mujeres así como de hombres, en el ámbito ecológico, social, salud, etc.

Figura 3.3.3.1 Esquemas de Proyectos de Mujer y Medio Ambiente con REGEMA.



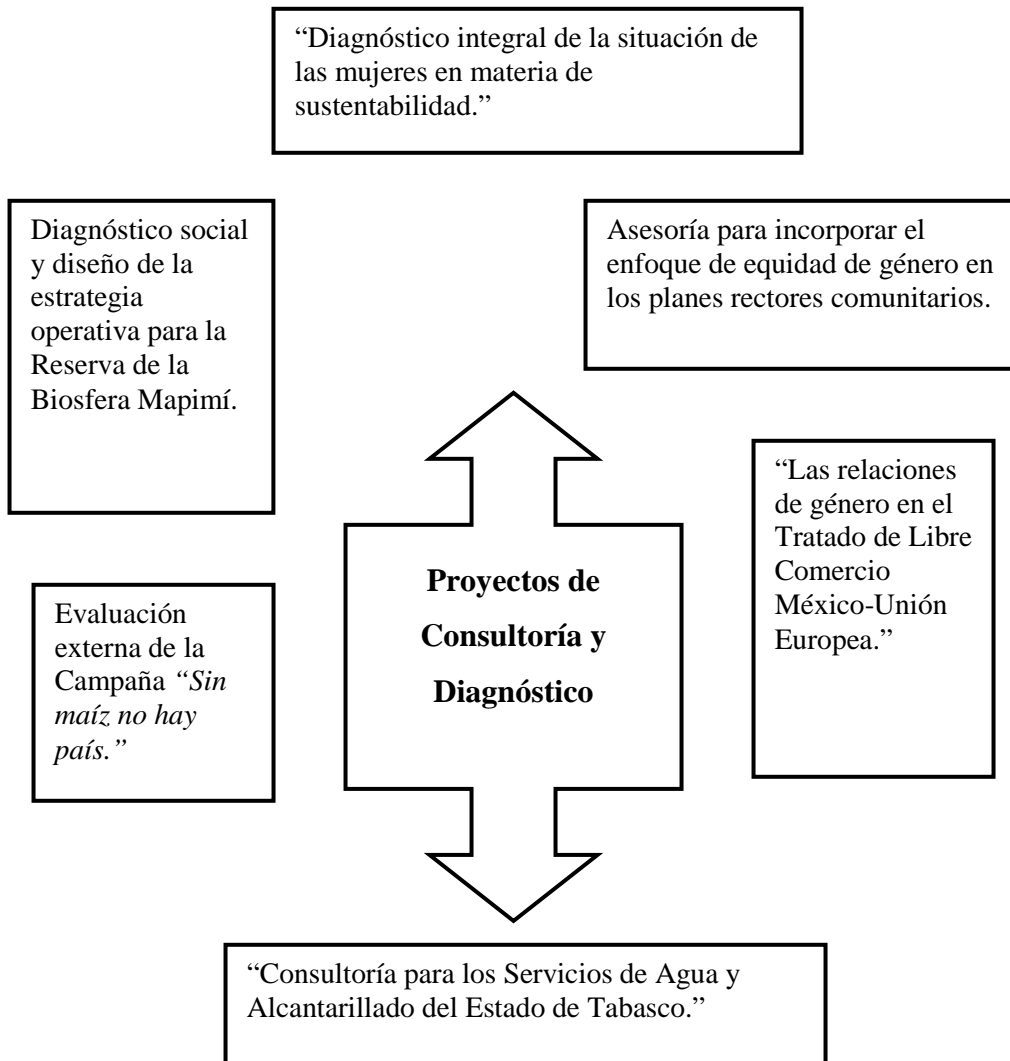
Fuente: Mujer y Medio Ambiente A.C.: Curriculum, Marzo 2009.

Otro tipo de trabajo que se realiza, es el conocer las áreas con problemas socio- ambientales, es decir, hacer un diagnóstico o asesoría tanto de cuestiones que afectan a la ecología, como a los ciudadanos y ciudadanas, para después formar acciones de solución.

Esas acciones son los cursos que se utilizan sirven para fines muy específicos, con fechas y actividades determinadas, sobre todo para causas ambientales que en los que les hace falta enfocarse o dirigir con más cuidado hacía sus objetivos. Una de las características de estos proyectos es que les interesa el enfoque, no hay necesidad de solicitar que se incorpore.

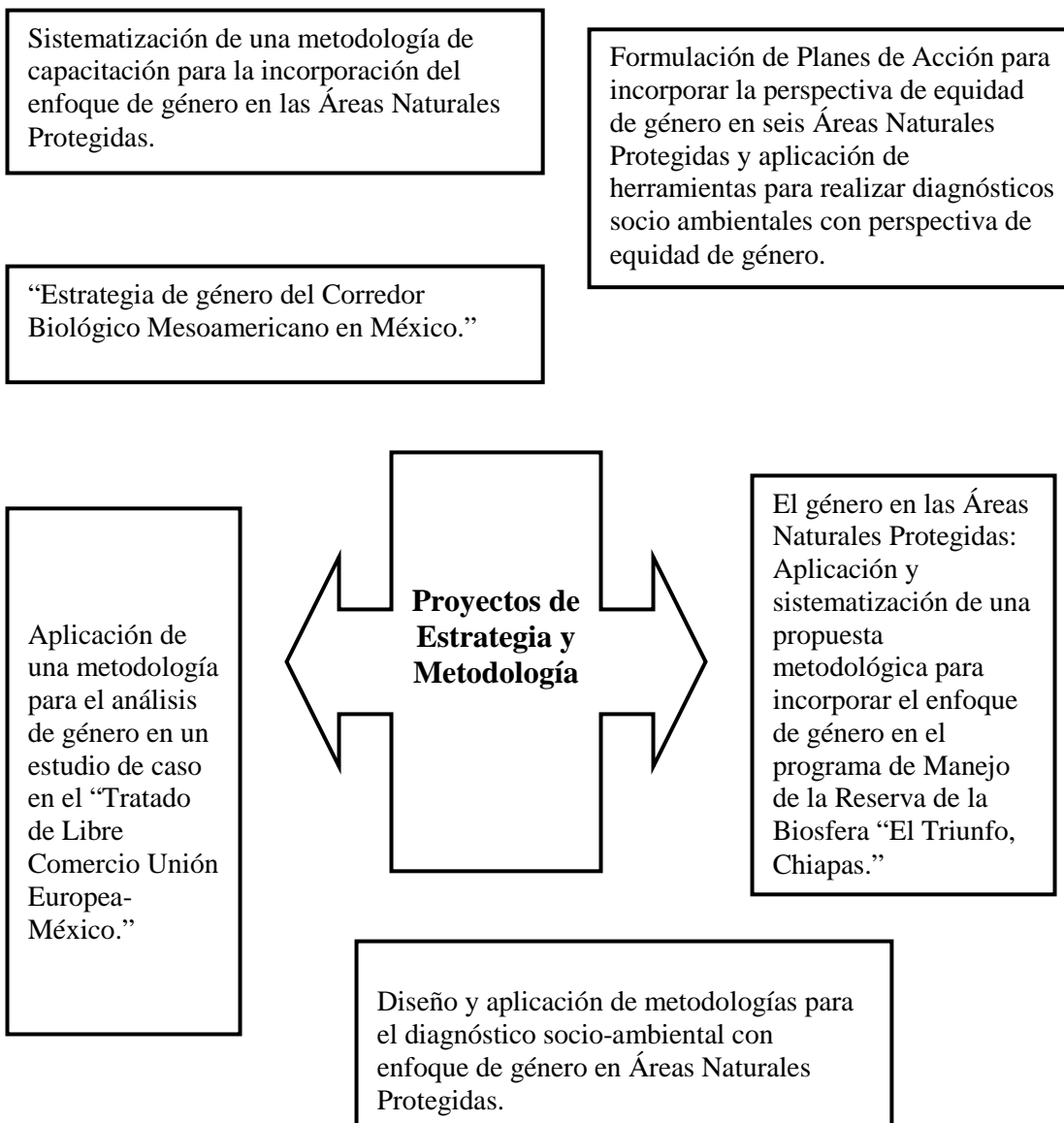
Por ejemplo en los casos de sensibilización, se entiende ya como una necesidad el enfoque de género; para poder realizar sus actividades o programas orientados a ése mismo punto, o específicamente para atender los problemas de género en determinado medio. Para la mayoría es nuevo el entender que tus proyectos, trabajo, hasta el mismo insano clima laboral es propiciado por esa falta de sensibilización.

Figura 3.3.3.2 Trabajo de Consultoría.



Fuente: Mujer y Medio Ambiente A.C.: Curriculum, Marzo 2009.

Figura 3.3.3.4 Proyectos Metodológicos.



Fuente: Mujer y Medio Ambiente A.C.: Curriculum, Marzo 2009.

La organización ha aprendido a desarrollarse tanto a nivel nacional como internacional, gracias a las alianzas por un lado, entendió la capacidad de trabajar en conjunto, los fines se vuelven más

estructurados y trabajados, hasta llegar a formar un campo de trabajo bien analizado para implementar estrategias en diferentes circunstancias.

Su trabajo de igual manera es reconocido por abarcar muchos temas en relación a sus ramas de investigación, género y medio ambiente, además ha participado en eventos coyunturales, su misma dirigente es producto de un evento histórico e internacional, movimiento juvenil que ha dejado un legado inmenso, sobre todo en los movimientos: sociales, culturales, artísticos, musicales, etc.

3.4 MODELO DE TRABAJO EN SU ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.



Foto: Autoría Propia.

Constituido por criterios de equidad de género, se encuentran en su modelo, elementos que deberían encontrarse en las políticas hídricas a cargo de diferentes instituciones, organismos, documentos, con postulados llevados a la práctica en estados, municipios, delegaciones, colonias u hogares.

El objetivo se encuentra dividido en dos:

1. que adquieran las delegaciones, servidores públicos, ciudadanos, etc. tengan nociones básicas de género, herramientas de planeación para realizar acciones hacia la equidad de género entre mujeres y hombres en sus proyectos, programas o políticas relacionadas con el agua.

2. “desarrollar actividades con grupos organizados de la población para expresar sus percepciones y generar espacios organizativos para la participación ciudadana en torno al H2O.”⁴⁷



Foto: Autoría Propia.

Basándose en un trabajo constantemente participativo por ambos lados: organismos, instituciones, delegaciones, así como público en general, dándose a la tarea de aprender del tema, escuchar, así plantear políticas reales por ciudadanos afectados por las carencias ambientales que se validan con información, proposiciones e instrumentos participativos.

Son seis pasos los cuáles componen el modelo, aunque primero explican el marco conceptual necesario para entender y adentrarse al tema.

1. Investigación Documental: se definen conceptos y establecen las condiciones que se utilizarán.
2. Generar Condiciones: hacer viable el modelo de acuerdo a las políticas, sus áreas y actores sociales.
3. Sensibilización y Capacitación: dotar con herramientas de género a mujeres, hombres, delegaciones, trabajadores políticos, etc., por medio de talleres que mezclan al género y

⁴⁷ Hilda Salazar R. y Rodríguez H. Brenda. *Modelo de Planeación de Políticas del Agua con enfoque de Género en la Ciudad de México*, México, s/e, 2007, p.7.

con las carencias en los recursos naturales. Para los servidores públicos en especial se busca que planten sus proyectos con una perspectiva de género.

4. Realización de Diagnósticos Comunitarios: se conocen las necesidades, demandas u opiniones, para promover organización comunitaria.
5. Herramientas de Planeación: crear un plan de acción de políticas de género y agua.
6. Propuestas de Difusión: asignar, difundir, evaluar y reprogramar las acciones.

El propósito del modelo a grandes rasgos es lograr un acceso democrático al agua, formulando políticas públicas contribuyendo a una creciente equidad de mujeres y hombres en el uso o cuidado del agua.

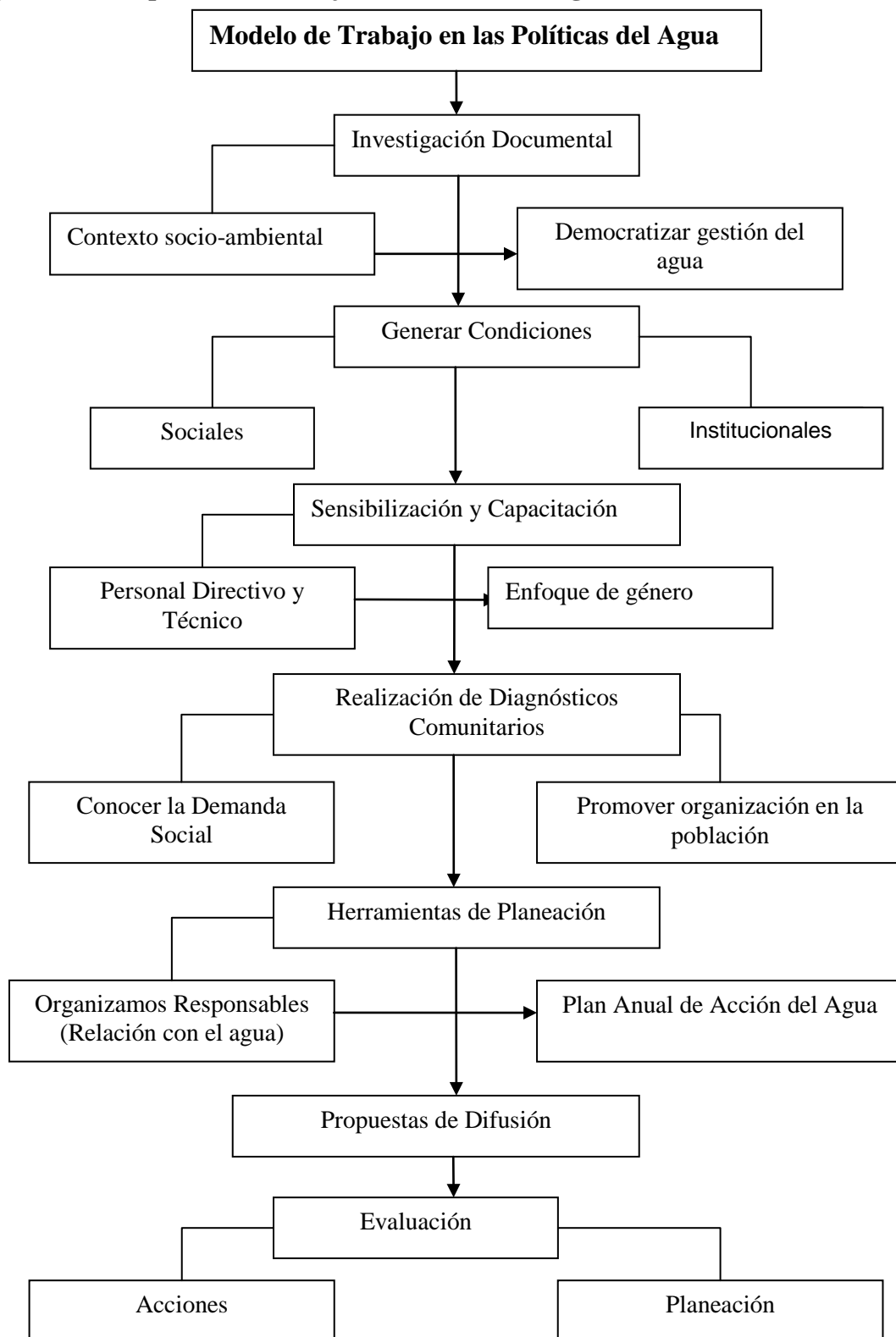
De acuerdo con la organización el modelo se basa en que la crisis actual del agua se relaciona con un modelo de gestión dónde se reproducen desigualdades sociales, agudizando la pobreza y propiciando un manejo insustentable de recursos naturales.

Si hablamos del acceso, uso o control a los recursos hídricos, definitivamente lo establecemos como inequitativo, por lo que existe una exclusión y desigualdad en cada persona o grupo social, limitando las posibilidades al participar plenamente en el diseño de sus opciones de desarrollo.



Foto: Autoría propia.

Figura 3.4.1 Esquema de Trabajo con el Tema del Agua.⁴⁸



⁴⁸ Fuente: Hilda Salazar R. y Rodríguez H. Brenda, *Op. Cit.*

Por estas causas, la propuesta es: adoptar nuevos enfoques, sobre todo la perspectiva de género en la gestión del agua. Este enfoque brinda un marco teórico y metodológico que muestra a las actuales sociedades tanto diversas como plurales, dónde las desigualdades entre hombres y mujeres se hacen más notorias.

Mujer y Medio Ambiente A.C., considera un beneficio el analizar las diferencias y características fundamentales sociales en sus contextos, estudio dividido en tres aspectos clave:

- a) Condiciones socioeconómicas o de clase.
- b) Condiciones relacionadas a la pertenencia étnica.
- c) Condiciones conformadas por las identidades de género.

Realizar este estudio tiene como propósito evidenciar las desigualdades, además de las consecuencias de estas acciones entre mujeres y hombres, sus capacidades de incidir en su entorno político, público y familiar, para finalmente crecer la igualdad en oportunidades.

El Modelo se basa en cuatro conceptos clave de acuerdo a Mujer y Medio Ambiente A.C.:

1. Gestión Democrática del Agua.

Es el reconocimiento de los diferentes actores que intervienen en la gestión bajo un esquema de gobernabilidad democrática, sustentado en el ejercicio de los derechos ciudadanos, es decir, que la gobernabilidad es vista como: el **“ejercicio de la autoridad económica, política y administrativa para gestionar los asuntos de un país a todos los niveles. Esto comprende los mecanismos, los procesos y las instituciones a través de las cuales los ciudadanos y grupos articulan sus intereses, ejercen sus derechos legales, cumplen con sus obligaciones y median sus diferencias.”**⁴⁹

⁴⁹ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. [en línea] 10 de mayo del 2010, Dirección URL: <http://www.undp.org/>.

2. Sustentabilidad.

Estrategia para el uso racional de los recursos naturales, la promoción de la equidad social y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas respecto a la naturaleza y futuras generaciones.

También es la necesidad de lograr “un modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.”⁵⁰

3. Enfoque de Equidad de Género.

Instrumento de análisis, acción e intervención para impulsar relaciones más justas y equitativas entre mujeres y hombres.

4. Participación Social.

Es la expresión de la intervención consciente e informada de las personas en los asuntos que les competen e interesan. Se define, por otra parte, como un **“proceso colectivo de aprendizaje donde la comunidad tiene el control del mismo.”**⁵¹



Foto:Autoria Propia.

⁵⁰ Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1988. Reporte Brundtland de 1987.

⁵¹ Salazar R. Hilda y Rodríguez H. Brenda. *Op cit.*, .p. 19.

Modelo utilizado tanto para talleres hacía una población comunitaria, dónde la información es fundamental para conocer la situación de sus delegaciones, estados o colonias, para conocer su potencial, el del trabajo en conjunto, así como la fuerza de la participación social ante las instituciones responsables.

Por otro lado si se realiza para funcionarios, delegaciones o instituciones públicas, lo que se busca es sensibilizar a los interesados, ante las problemáticas ambientales las carencias de los ciudadanos, así como el aplicar el enfoque de género en su trabajo cotidiano, APRA realizar al mismo tiempo propuestas para solucionar las mismas circunstancias.

5. Difusión.

Al terminar de sistematizar proyectos o propuestas, así como la retroalimentación obtenida en talleres, la directora de la organización siempre procura dejar testimonio por cada uno, por lo que se da a la tarea de publicar tanto los temas, su aceptación debate, resultados, propuestas de los participantes, así como una evolución y resultados obtenidos durante el curso.

Los resultados e impactos obtenidos van desde: correr la voz, divulgar su trabajo, intercambiar experiencias, ejercer la autocrítica para encontrarse en continuo aprendizaje. Uno de sus más fuertes objetivos es manifestar los resultados obtenidos durante las escuelas, talleres y cursos.

Con sus materiales buscan cubrir a todo su público meta como: mujeres, hombres, servidores/as públicos/as, organizaciones externas, además grupos de interés. Lo materiales que mas producen son los retroalimentaciones de su talleres, además de diversos libros que con información básica para entender los temas tratados.

Para realizar la convocatoria e informar sobre los conflictos y temas del agua, de las escuelas se realizaron carteles, trípticos, folletos, materiales audiovisuales que facilitaran la sensibilización en los participantes del taller, así como a las delegaciones con las cuáles se buscaba participar.

Su difusión en ésta ocasión fue con un cartel en diseño digital con el cuál se hace al invitación a todos/as los/as lideres de la comunidad así como mujeres organizadas que se encontraran interesadas en conocer y aprender acerca de los problemas del agua en su comunidad.

El cartel se les envió a conocidos para que invitaran a amigos, familiares interesados en asistir, de igual manera se hizo una junta con las delegadas/os de Milpa Alta, Tláhuac, Xochimilco, la Coalición de Organizaciones Mexicanas, por el Derecho al Agua (COMDA), Comisión de Recursos Naturales (CORENA), así como los grupos locales de INMUJERES. Se habló a grandes rasgos de Mujer y Medio Ambiente A.C., haciendo énfasis en su trabajo, objetivos y metas, por lo que aceptaron convencidas en su labor, así como el interés de que las mujeres que laboran en las delegaciones también participaran, además de los deferentes grupos de Inmujeres.

3.5 ANÁLISIS SITUACIONAL Y DEL ENTORNO.

3.5.1 ANÁLISIS A NIVEL MACRO.

Si hablamos de la situación a nivel mundial, podemos ver que se han realizado varias convenciones y conferencias que de manera representativa han ayudado a unificar la lucha por la igualdad de género.

Un ejemplo es la *Declaración sobre el Derecho al Desarrollo* realizada por la ONU en Nueva York en 1986, en la cual se retoma la necesidad de tomar acción para no sólo garantizar la igualdad de oportunidades, si no además lograr que la mujer participe y erradicar injusticias sociales.

En 1979 se llevó acabo un evento más enfocado al tema de género, también en Nueva York, fue la *Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer* (CEDAW) por parte de la ONU, había entrado en vigor como tratado internacional en 1981, singular por ser el primero en tomar el tema de género con casos ratificados.

La Cumbre del Milenio es la conferencia más actual llevada acabo en el 2000 con el objetivo de terminar con problemas que en un principio parecía no importarle a nadie, se convirtieron en objetivos de desarrollo conocidos como “*objetivos de desarrollo del milenio*”.

Dentro de esta cumbre participaron 34 países, entre ellos el nuestro, comprometiéndose a cumplirlos para el 215 todos los objetivos año en el que todos deberán entregar un informe sobre su trabajo en todos los temas, entre los fines se encuentras los siguientes: erradicar la pobreza, educación universal, igualdad entre los géneros, reducir la mortalidad en niños, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, sostenibilidad del medio ambiente y fomenta una asociación mundial.

En el punto número 3: el cuál busca promover la igualdad entre los sexos y autonomía de la mujer, debemos poner fuerte atención. Por todos los movimientos, así como las circunstancias vistas en el capítulo 2, sabemos que el Instituto Nacional de las Mujeres, es tan sólo el resultado de un trabajo constante, e incansable por parte de las mujeres, desde las sociedades civiles, ONGS, trabajos u hogares,

todas con opiniones, que van construyendo con hierro cimientos hacía un proceso de crecimiento y desarrollo.

Sin embargo a pesar de los avances en materia práctica, las cosas han cambiado, por ejemplo, si de trabajo se trata las mujeres actualmente ya participan generando empleos de manera importante. En el 2009 se contabilizaron **“[...] un millón 937 mil 182 empleadores/as en el país, de los cuales 366 mil 507 son mujeres y un millón 570 mil 675 son hombres.”**⁵²

A pesar de que las mujeres se encuentran con un nivel escolar más alto que el de los hombres, **“[...] el 85% de ellas se encuentra en el área de comercio o servicios, mientras que los hombres, participan un 50.0%, en el mismo sector terciario, aunque tienen mayor presencia en el sector secundario en la industria manufacturera, electricidad y construcción, así como en el primer sector que agrupa la agricultura, pesca, caza, etc.”**⁵³

Es decir, que las mujeres ya nos encontramos participando con más fuerza, pero aún nos intimidamos por algunos roles o mitos, cómo el que no podríamos desarrollarnos mejor en áreas industriales, comerciales o de negocios, porque son consideradas para hombres, aunque pienso que ésa es una cuestión más difícil de erradicar, pues tiene que ver con nuestra cultura.

Por otro lado ha sido interesante como en nuestro país ha tomado más consideración a los derechos humanos de las mujeres. Lamentablemente son garantías que se encuentran en el papel, pero no se llevan a cabo en la realidad. De igual manera somos el país que más participación tiene acerca de temas de género, ambientales, salud, sociedad civil, ha firmado tratados y convenios de todo tipo, ¿pero por qué no se llevan a cabo?, ¿por qué no se respetan?

Un 70% de los mexicanos en educación primaria y hasta la universidad no lee, por esa razón nos encontramos en el top de América Latina como el mayor país que menos lectores tiene. El investigador

⁵² Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2009 INEGI.

⁵³ Instituto Nacional de las Mujeres. [en línea] 23 de Mayo 2010, Dirección URL: <http://www.inmujeres.gob.mx/sala-de-prensa/inicio-noticias/223-a- pesar-de-avances-aun-es-muy-baja-la-participacion-de-mujeres-como-empleadoras.html>

de la UNAM Federico Álvarez Arregui señaló este dato en el 2007, con un ejemplo alarmante: “[...] **en México se lee medio libro por habitante al año**”.⁵⁴

Sin mencionar factores como el lenguaje, (ya que existen poblaciones que no conocen el castellano, los libros no los traducen a sus lenguas), condiciones económicas, pero sobre todas las cosas se encuentra un factor muy fuerte; *el hábito*, la costumbre, no somos un país en el que la mayoría de los padres disfruten tiempo de calidad o los inviten a leer (tienes q decirlo en tercera persona), el tiempo se invierte el ver televisión u otras distracciones.

Por el contrario la necesidad de trabajar fuertes jornadas y las malas costumbres, promueven gastar tiempo con la niñera fiel; la televisión, nos aísla de manera intelectual, además ya existe la vida cibernética, que disminuye la posibilidad de tomar un libro. Si no lo hacemos por placer mucho menos por interés, es que todo se maneja de manera escrita, la información de verdad importante sólo se encuentra en los diarios, aunque en muchas ocasiones ni en ellos.

Es decir, como se puede una persona enterar o aplicar al pie las leyes si todo se hace por escrito, mala suerte para quiénes no leemos, no podemos hacer función de nuestros derechos, sí mezclado con el problema de la corrupción con la ignorancia, se crea un sistema con el nuestro. Un ejemplo más que claro es el conductor que no ha leído el “reglamento de tránsito”, los policías aprovechan ciertas situaciones para sacar ventaja en detalles o grandes diferencias al antiguo reglamento de no más de 200 páginas.

Hablar de derechos humanos es aún más complicado, de hecho existe un diagnóstico de como se han aplicado nuestros derechos en el país. El estudio se llama "*Diagnóstico sobre la Situación de los Derechos Humanos en México*", elaborado por la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos en México (OACNUDH)⁵⁵, encontró que sigue existiendo una gran brecha entre los derechos reconocidos, firmados, ratificados por nuestro país y los que se llevan a la práctica.

⁵⁴ s/a, “Calculan que 70 por ciento de los mexicanos no lee”, [en línea], México, *El Universal. com.mx*, 30 de Agosto 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/420580.html>. [consulta: 30 de Agosto de 2010].

⁵⁵ Instituto Nacional de las Mujeres. . [en línea] 23 de Mayo 2010, Dirección URL: http://www.undp.org.mx/spip.php?page=proyecto&id_article=795. {consulta: 23 de mayo del 2010}.

Algunos años atrás quién se hubiera imaginado que existiría un organismo como INMUJERES que regulara a favor de los derechos de las mujeres, que se interesara en su vida cotidiana, de llevar las leyes que aparecen en un marco teórico, a un terreno real. Tal vez las preguntas sean ahora ¿qué tan capaz es el organismo de ayudar a todas las mujeres de nuestro país?, ¿qué programas y estrategias ofrece para mejorar las esferas de la vida de cada una?

Para concluir, es primordial para las mujeres conocer nuestros derechos, sobre todo estar actualizadas en cuanto a medios de información, para mantenernos al tanto de los procesos que van creciendo en nuestro país a favor de las féminas, claro que algunos carecen de perspectiva, pero todas nos encontramos en la lucha para lograr incorporarla.

Además es importante tomar en cuenta como nuestros hábitos afectan de manera radical nuestras vidas, actos que pueden corregirse, pero depende de una transformación, ya sea individual para seguir con un cambio grupal, luego en masa, nacional e internacional. Pensar local, para actuar global, ¿cierto?

3.5.2 ANÁLISIS A NIVEL MICRO.

En general las organizaciones civiles no ponen mucha atención a la comunicación, en especial las relaciones públicas y comunicación interna. Consideran que sus objetivos, metas, filosofía, además de sus valores, no necesariamente deben ser formalizados, pues cada uno de los integrantes, hasta los mismos voluntarios se sienten comprometidos con su misión, siendo éstos mismos las razones de su existencia.

Pero en la actualidad el abrirse a los medios de comunicación ha traído muchísimos beneficios, por ejemplo el Teletón, sabemos que en ocasiones son patéticos e insultantes sus métodos de recaudación, pero lo cierto es que generan millones de pesos al año, no digo que sea justificable, al contrario creo que cada organización debe buscar esa recaudación pero con modos honestos, sobre todo profesionales.

Otro ejemplo es de la televisora de en frente, TV Azteca, que cada mes invierte en anuncios de contenido en su programación para publicitar su programa a favor de una causa diferente cada mes

“Movimiento Azteca”, aunque también lo cierto es que no sabes realmente si ese dinero se utiliza para los fines altruistas como tanto anuncian.

Todos sabemos lo que pasa en realidad, todavía recordamos cuando buscaban “salvar” el bosque de Chapultepec, se creía que sería realmente una reconstrucción en toda la extensión de la palabra, que mucha gente participaría pues quién no ha visitado de niño o de adulto ese bosque. Al final se alcanzó la meta pero la salvación jamás llegó.

Mujer y Medio Ambiente por otro lado tiene objetivos, metas y una misión única gracias a su elemento extra de combinar el feminismo con el medio ambiente, los dos son temas actuales, que afectan a la sociedad de manera impresionante e incontrolable.

Sabemos que realizan pequeñas acciones, pero también entendemos que cada mujer que ha tomado el taller tiene la responsabilidad de reproducir la idea a más promotoras para hacer una cadena de información y participación activa.

Al igual que las demás organizaciones civiles, la organización no se ha abierto a los medios de comunicación, considero que a una de las redes sociales a la que podría acercarse para crecer con más fuerza sería el Twitter. Es un foro que las OSC'S y las ONGS, utilizan no sólo para plantear ideas, sino también conceptos, logros, avances, son mensajes de texto como un mensaje de celular que puede cambiarse constantemente, de ahí que sea tan solicitado, es un especial de noticiero continuo.

Por otro lado el Facebook, es una red social más adecuada para organizar grupos, e invitar a las mujeres para participar en juntas, marchas, eventos que dirijan a la organización al cumplimiento de su ideal, así como expresar ideas y conceptos con menos restricciones de espacio en sus mensajes.

Estoy segura que se preguntan si realmente es necesario ser parte de estas redes sociales, lo cierto es que para tener presencia en los medios, su público y generar organización, estos son los ideales. Sin mencionar que se va creando nombre, una reputación más allá de su entorno, provocando más alcances hacia su público, por ende se acerca más a su misión.

3.6 ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.



FOTO: AUTORÍA PROPIA.

3.6.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.

Para realizar el análisis de la estrategia de comunicación externa, al igual que todas las participantes de la Escuela de Género y Agua, se asistió al taller haciendo uso del método de observación, para analizar, así como para evaluar los efectos que se obtienen sobre todo por parte de las mujeres, resultados de manera cualitativa.

En cuanto a las entrevistas que se realizaron a las mujeres que conforman la organización, como Hilda, Brenda y Rebeca, fueron para obtener datos con características cualitativas de los diferentes niveles de comunicación en la organización. Las entrevistas abarcaron los tres niveles de la comunicación en la organización, como lo fue la comunicación interna, externa e intermedia.

Los datos duros se obtuvieron gracias a cuestionarios elaborados a las mujeres que por delegaciones asistieron al taller. Al final de la escuela de género se les entregó para ver cómo la información mediante cambios conceptuales se convertiría en acciones al mejoramiento de su entorno, concentrándonos sólo en los resultados de la escuela de género.

3.6.1.1 MENSAJE.

Entender el problema del agua desde una perspectiva de género, dónde hombres y mujeres se valgan de información para llegar a organizarse en grupos, trasformando su entorno por medio de la participación.⁵⁶

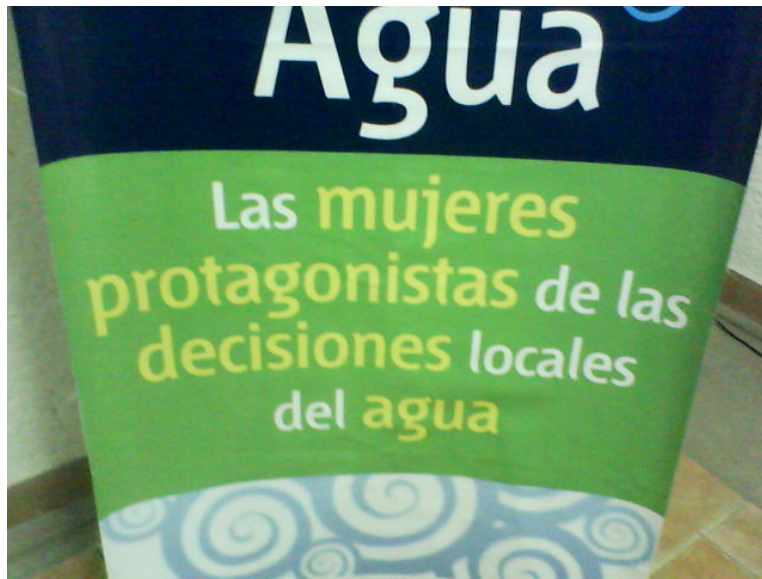


Foto: Autoría Propia.

3.6.1.2 OBJETIVO.

Su objetivo general es: reafirmar los conocimientos, mostrar las herramientas de gestión en las promotoras y líderes sociales para alcanzar la incidencia en políticas hídricas con perspectiva de género.

Los objetivos particulares son:

1. Establecer una metodología para sistematizar la información, técnicas, herramientas y métodos de gestión enfocados al problema del agua con enfoque de género, para después ser replicada.

⁵⁶ Para lograr un cambio en las percepciones de los participantes, en especial de las mujeres, se trabaja desde su autoestima, mostrándoles sus capacidades, derechos, herramientas, así como elementos de nuestra cultura que van marcando nuestra formación.

2. Proporcionar información acerca de la situación del agua a nivel local, estatal, nacional, fundamentando así propuestas y demandas.
3. Divulgar lo necesario del marco legal e institucional referente al agua y equidad de género.
4. Identificar los elementos que determinan la discriminación en el acceso, manejo y distribución del agua.
5. Mejorar algunas habilidades como la negociación o gestión sobre el tema de género y medio ambiente a nivel local.

3.6.1.3 PÚBLICO OBJETIVO.

Mujeres y hombres con experiencia organizativa, liderazgo en gestión a nivel local, conocimiento en temas de género, medio ambiente y agua, con interés de comenzar además de promover incidencia u organización colectiva.

Estas mujeres y hombres, pueden formar parte de sociedades civiles, funcionarios de institutos municipales, ser académicas e investigadoras.



Foto:Autoria Propia.

3.6.1.4 CONTENIDO.

Se divide en 4 módulos:

1. *La situación del Agua en México y su articulación con las inequidades de género:* implantan un enfoque totalmente innovadora al conocido por todos de acuerdo al problema del agua, partiendo de una distribución natural desigual; al sur de nuestro país,- se encuentran los estado más pobres pero ricos en recursos naturales-, existen grandes cantidades de agua pero no la tecnología para utilizarla, así como la percepción del agua como un derecho, para mujeres y hombres.

Por el contrario en el norte y centro, -lugares considerados como mayores generadores de recursos económicos-, tienen la “tecnología” pero escasea el recurso, por lo que el sistema acuífero se basa en llevar agua a los lugares donde puedan pagarlo, no quiénes lo necesiten.



Foto:Autoria Propia.

Otro factor determinante es el desperdicio del agua, siempre se dice que se debe cerrar la llave, cuidar el agua, hacerse responsables del desperdicio, pero ¿y las industrias?, bueno Mujer y Medio Ambiente A.C., mantiene la teoría de ser el sector dónde más se tira el líquido vital, pero el cobro ni siquiera cubre la cuarta parte de su gasto.

2. *La participación ciudadana de las mujeres en la gestión del agua:* explican primero las características dadas por los roles de género en nuestro país, como las mujeres son educadas con un sentido de responsabilidad indefinida, sin poder al tomar decisiones. Al mismo tiempo los hombres son educados de diferente manera, con un sentido de irresponsabilidad, pero con el poder para decidir sobre sus vidas y las de su familia.

De esa manera mujeres y hombres viven de manera diferente el problema del agua, la mujer, vive con la responsabilidad de obtenerla o en que cantidades se utiliza y el hombre decide como se utilizará o distribuirá. Esos roles y estereotipos, se promueven en los medios de comunicación, por lo cual se analizan comerciales de T.V., revistas o periódico.



Foto:Autoría Propia.

Para vincular el problema con la solución o acción, la organización establece lo importancia de gestionar, con ocho pasos resume el proceso; va desde la identificación del problema, búsqueda de información, establecimiento de objetivos, propuestas, análisis de la situación que buscan gestionar, elaboración de una agenda, definición de instrumentos, finalizando con la evaluación.

Con base en todo lo que define a la mujer y al hombre ante el problema del agua, lo que se busca al final del modulo es mantener una postura proactiva. Al tener conocimiento, es más sencillo

entender cuál es su deber como elemento esencial en la sociedad civil, dejando de lado la pasividad, para ser un miembro proactivo a favor del bienestar de su comunidad.

3. *Marco legal e institucional del agua en México desde una perspectiva de género*: actualmente la mayoría de los seres humanos nos encontramos respaldados por muchos derechos, aunque la falta de su conocimiento ha impedido ejercitarlos, promoviendo en su lugar el abuso hasta por parte de algunas instituciones.

Uno de esos casos son los Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales (DESCA), establecen los beneficios que como seres humanos por el simple hecho de serlo tenemos acceso: trabajo, vivienda, alimento, además del agua.



Foto:Autoría propia.

También es importante entender las funciones o alcances de organismos como la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), su estructura, acciones de los municipios (regidores, cabildos, ayuntamientos, etc.) leyes, artículos, tratados, promulgaciones normas, sobre todo entender las políticas públicas, que es nuestro nicho participativo o pasivo, eso depende de nosotros.

Inclusive, nuestro país ha firmado muchos tratados, declaraciones y convenios, compromisos que deben cumplirse, pues se firman a nivel internacional o mundial. A menudo México pareciera ser un país que se involucra en todos los temas de interés social, pero lo cierto es que existe una gran lista de tratados firmados a favor del: desarrollo, participación femenina, igualdad de oportunidades, erradicarla discriminación por razón de género, promover la igualdad entre sexos, etc. La pregunta tal vez sería, ¿se han cumplido con estos tratados?

4. *Métodos y técnicas de negociación y gestión y elementos para la formulación de una agenda local de género y agua:* después de haber adquirido todas las herramientas, así como la información suficiente para tomar acción, se lleva a la práctica todo lo aprendido en el curso, realizando una agenda que contenga lo esencial para exponer el problema. De esos puntos se establecerían propuestas para solucionarlos, (desde una perspectiva real, ya que las mujeres realmente viven los aprietos de no tener agua)



Foto:Autoría propia.

Es decir, todo viene de crear nuevos cimientos, como el autoestima, cambio de percepciones negativas a positivas, trabajando muy duro para poder entender los conceptos, sobre todo el articular el género y el agua, es un enlace que no queda muy claro, ya que se necesita ahondar más en el tema con: ejemplos vivenciales, bases teóricas, conceptos firmes. Bien planteados y explicados.



Foto: Autoría Propia.

Cuando las mujeres crecen en nuestro país no es claro que todas y todos tenemos diferentes capacidades y que los límites en varias ocasiones son culturales, si no se nos crea autoestima es momento de creárnosla, creer en nosotras y nuestras capacidades.

La escuela de género busca pasar por estos 4 niveles, al igual que los módulos, para culminar con la participación que resulta ser más significativa porque se trabaja hacia un resultado en común, la incidencia. No es sencillo pasar de un punto a otro, sobre todo conceptualizar nuevos significados para llegar al empoderamiento, saberse útil, inteligente, capaz, tomar todo eso y participar para mejorar su comunidad.



Foto:Autoría Propia.

3.6.1.4.1 Clasificación del Uso y Participación del agua de acuerdo a la Escuela.

Usuaría	Mujer que hace uso del agua para satisfacer sus necesidades fundamentales como: uso domestico, humano, comercial, etc.
Líder	Son mujeres que organizan a sus comunidades con el objetivo de crear bienestar comunitario, que todos tengan acceso al liquido vital, por eso son elegidas o ellas mismas deciden serlo.
Gestionadora	Gestionar el agua es la manera en cómo se obtiene, almacena, distribuye, y dispone el agua, al usarse se le llama “gestión del agua”. La gestión del agua va desde la toma de decisiones relacionadas con su uso, a nivel estratégico (objetivos a largo y corto plazo), programático (organización y distribuciones de responsabilidades en el recurso), así como operativo (actividades de acuerdo a un plan de trabajo).
Participe y Actora	Existen diferentes formas de participación; social, comunitaria, ciudadana y política. La participación va más allá de tan sólo organizarse es llevar con acciones un proceso de lucha ante los organismos responsables.
Fuente: autoría propia basado en información recabada en la escuela de género y agua.	

Realmente se aprende a estudiar el problema, a tener una perspectiva objetiva, con fundamentos teóricos para solucionar sus propios problemas, formulándose un plan con actividades a ejecutar con respectivos responsables. Al final se evalúa lo logrado de acuerdo con sus objetivos planteados, coordinados con sus avances, aprendizajes, basándose en la planificación.

3.6.1.5 EJECUCIÓN DEL MENSAJE.

La motivación es la gran herramienta para mostrar desde diferentes perspectivas el potencial de cada una de las mujeres que asistieron al taller. Ayudadas del reconocimiento, seguridad y credibilidad hacia sus compañeras de la “Escuela de Género y Agua”, las organizadoras de la escuela, sembraron en las mujeres, preguntas, respuestas, investigaciones científicas, observación, curiosidad, pero sobre todas las cosas, aprendieron a ver el mundo con lentes de género.

Para explicar de mejor manera lo que son los “lentes de género”, debemos imaginar el mundo desde los zapatos de una mujer, es decir, como una mujer vive de manera particular el desempleo, empleo, maternidad, educación, la falta de educación, pero sobre todo existe un punto interesante, las mujeres ponen más atención a las bases de nuestra sociedad, roles, discriminación, indiferencia, abusos, juicios morales sin ninguna coherencia, etc.



Foto:Autoría Propia.

Uno de los aspectos que más se ven en nuestras vidas es la reproducción de ideas machistas, por esa razón, en los comerciales, programas, telenovelas, o programas moralistas, no sobran los estereotipos o roles que promueven hacer menos el criterio, inteligencia o actividades femeninas, las mujeres con los lentes de género pueden apreciar estos puntos y más.

3.6.1.6 CANAL.

La misma escuela de Género y Agua es un canal por el que se llevan los mensajes del gran potencial, herramientas, aptitudes de las que son dueñas muchas mujeres pero en algunas ocasiones no lo saben, como hemos comentado con anterioridad. El taller se caracterizó por tener siempre un ambiente familiar, pues el método de escuela no es claro, sobre todo nos provoca retroalimentación entre cada tema, con opiniones y participaciones.



Foto: Autoría Propia.

El soporte material que se utilizó es un material que recopila información sobre el medio ambiente, marco jurídico, problema del agua, la implementación de la escuela de género, (buscan que cada alumno hoy, sea un instructor después en su comunidad y pueda ser reproducida)

Por desgracia una de las características del material, es que no se encuentra orientado de manera correcta hacia su público, son libros con demasiado contenido, lo cuál desde la vista no causa motivación de siquiera hojearlo, se entiende que su contenido es importante, hasta trascendente pero debe ser adecuado a su público, por lo menos a uno estándar.

Gracias a la participación, es un medio excelente para motivar, sobre todo para enfatizar lo importante que es generar opiniones, criterios, percepciones, sobre todo se sigue con la constante de hacer crecer el autoestima de las mujeres.

3.6.1.7 LUGAR.

Se llevó acabo la Escuela de Género y Agua en la cafetería de la Comisión de Recursos Naturales (CORENA) del DF, un lugar propicio para hablar de un tema tan sensible como lo es el agua. En Avenida Año de Juárez 9700 Col Quirino Mendoza, San Luis Taxialtemalco Xochimilco. Teléfono 58 43 38 78. Con un horario de 9:00 am. hasta las 6:00 pm. En los días 23, 24 de julio, 26, 27 de Agosto, Octubre 7, 8 y 9 del 2009.



Foto: Propia Autoría.

3.6.1.8 CONSECUENCIAS.

Durante el desarrollo del taller fue muy claro el cambio de percepciones en las mujeres. La mayoría entró al taller con la idea de mejorar sus conocimientos, aprovechar el tiempo libre, sobre todo vivir otras experiencias fuera de sus hogares, trabajo o vida cotidiana.

Importante es recordar que en cada sesión se les motivaba a regresar al otro día sin importar el tiempo del traslado desde sus hogares, la falta de claridad en los conceptos o frustración por no entenderlos provocó ausentismo en el aula, pero quiénes habían encontrado ya un compromiso consigo mismas siguieron.



Foto Autoría Propia.

Es tal la fuerza con la que llega el mensaje, que muchas de las mujeres comienzan a cuestionarse acerca de cómo viven con sus parejas, hijos, entorno social, cultural, etc. Algunas se dan cuenta que esa manera no les gusta, consideran que se les ha impuesto una forma de ver, pensar, decidir, creer, hasta de entender el mundo y vivir la vida.

Conforme pasa el tiempo se preguntan más si deben cambiar su vida o quedarse de la misma manera, algunas hasta toman la decisión de dejar a sus parejas para vivir como realmente desean, pensando primero en ellas, entendiéndose a sí mismas como pilares de sus familias.

La autoestima de las mujeres se incrementó de tal manera que fue evidente percibir una transformación en sus aspectos, su vestimenta, lenguaje corporal, participación en los talleres, tan sólo el estado emocional de la mayoría subió, se encontraban más conscientes de solucionar de manera racional sus problemas, pensando de manera positiva, considerándose capaces de todo.

En cuanto al problema del agua, las mujeres aprendieron cómo los medios de comunicación nos han hecho responsables de todo el problema, existen otros elementos como la contaminación, por ejemplo: el sector industrial gasta estratosféricas cantidades de agua y al mismo tiempo contamina en la misma porción.



Foto: Autoría Propia.

Tienen ahora criterios de información sobre los roles de género, no se dejan llevar por juicios sociales o culturales, analizan desde otro punto lo que sucede a su alrededor, de verse desde un punto como víctimas, actualmente piensan en cómo actuar para obtener soluciones.

Son los métodos de investigación los cuales no sólo las hace más conscientes de lo que sucede en su delegación, los que ayudarán a gestionar el recurso, métodos de incidencia y apoyo legal

Las mujeres se encuentran ahora actualizadas e informadas en general acerca de cómo viven el problema, los elementos de los que puede ayudarse para obtener un bienestar, a que instituciones exigirles su trabajo, sobre todo pedirles ser responsables ante circunstancias que no sólo nos afectan en un presente, sino también en un futuro.



Foto:Autoría Propia.

3.6.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS.

Basándome en las entrevistas realizadas, (con el objetivo de conocer los efectos obtenidos por parte de los talleres, cursos o sus formas de trabajo), a cada una de las integrantes de la organización, se obtuvo información, tanto de funcionamiento, ideales, estrategias, alianzas, trabajo con las mujeres, pero sobre todo entendimos con más detalle las necesidades de Mujer y Medio Ambiente A.C.

3.6.2.1 COMUNICACIÓN INTERNA.

Uno de los aspectos más positivos de la organización son sus metas, como el ayudar a mejorar las circunstancias vividas por las mujeres en cuanto a sus problemas ambientales, para después ejercer sus derechos. Son elementos que se mantienen vigentes en el personal directivo, pero no se trabaja sobre un plan a largo plazo y a un nivel formal.

Las razones de esa falta de visión a largo plazo, es la resistencia causada por la directora al plantear metas que distan de tiempo, su origen ella misma lo define como una diferente perspectiva ante la vida dónde lo importante es el vivir el día a día, entonces la proyección de la organización se encuentra a corto plazo, sin preparativos para un futuro que puede irse creando en este presente.

El ambiente laboral es muy bueno, de acuerdo a los comentarios, es el resultado de una buena comunicación basada en una relación afectiva además de cercana, lo que trae como consecuencia, un aprendizaje mutuo entre las directivas y los empleados fijos o temporales.

Como resultado de un trabajo en equipo han aprendido a sobrevivir al entorno, por un lado, el económico se ha sobrellevado gracias a las convocatorias, trabajo como consultaría, alianzas con organismos importantes: la Secretarías de Medio Ambiente y Recursos Naturales, así como INMUJERES D.F. e INMUJERES Nacional, las cuáles han financiado varios proyectos, gracias a las relaciones con los directivos o la reputación laboral.

Al ser una organización fundada por su actual directora, es claro que los fines de la organización, también son los fines de los integrantes de la organización, es decir que su filosofía a

pesar de no encontrarse escrita si existe en cada una de su colaboradoras, que podría resumirse en hacer equipo con las mujeres para incidir en las políticas públicas acerca del agua, cambio climático, etc.

Para trabajar en los proyectos, convocatorias, utilizan reuniones y juntas para desarrollar lluvia de ideas, acuerdos, distribución de responsabilidades, clasificación de actividades o revisiones, en su mayoría lo hacen en esa temporada, lo que parece serles muy funcional, ya que al encontrarse en un espacio reducido, ayuda a mantenerse al tanto en todo momento.

Observaciones: En cuanto a la estrategia para lograr metas a largo plazo, Rebeca Salazar, se encuentra interesada en especializar a la organización en las metodologías de género y medio ambiente, con una visión más global, mientras que Brenda Rodríguez busca reforzar los grupos de mujeres, lo que ayudaría a que más mujeres participaran, pero Hilda Salazar esta interesada más en colaborar con jóvenes, así actualizar su comunicación e incidencia.

Es decir, cada una trabaja con diferentes objetivos en la cabeza lo que no ha permitido crecer a grandes rasgos a la A.C. Pero es clara la postura de Hilda en tan sólo diseñar un corazón ideológico para realizar mi propuesta, no para hacerla de verdad suya, pues lo considera como una limitante a su trabajo.

3.6.2.2 COMUNICACIÓN INTERMEDIA.

Sus alianzas como: Red de Género y Medio Ambiente, mantienen una comunicación totalmente por internet, ya que crearon un correo grupal para mantenerse en contacto. La mayoría de las organizaciones utilizan el correo como foro, para publicitar: eventos, proyectos, actividades, reuniones, convocatorias, ayuda, colaboración u observaciones, lo que las hace estar actualizadas en el trabajo de cada una.

REGEMA es una de sus alianzas más fuertes que conformada por otras a nivel nacional, logran tener más fuerza, sobre todo, es una organización con la que se comparten metas, objetivos, intereses, una visiones para concentrar esfuerzos a nivel nacional, incidiendo con más éxito. Sus reuniones anuales ayudan planteando objetivos, con qué grupos, lugares, formas de trabajo, etc.

COMDA; su relación se encuentra basada para unir presión ante las autoridades luchan para reconocer al agua como un derecho, es un movimiento participativo entre varias organizaciones ambientales.

PNUD: realizan talleres y capacitación, a mujeres de comunidades rurales o urbanas con necesidades para solucionar problemas ambientales, así como aportar financiamientos o materiales de lectura para los talleres, escuelas, publicaciones, etc.

INMUJERES Nacional: han trabajado en proyectos de acuerdo a la publicación de convocatorias, lograron se incorporaran al instituto sus temas género y medio ambiente.

SEMARNAT: la alianza se estableció porque algunas colaboradoras que se encuentran actualmente pertenecieron a la red, de esa manera sus temas, visiones hacia los mismos valores son comunes, pero en el momento en que ya no se encuentren la alianza se termina, con un gran eje de avance.

INMUJERES D.F.: el trabajo de la alianza ha sido valorado por este organismo, ha traído como resultado términos de gobierno, estatales y municipales acerca de los temas de la A.C., como resultado ante las capacitaciones o talleres, gracias a la apertura a este tema.

Han participado también con organismo internacionales como la Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMAFLC), Red Internacional de Género y Comercio (RIGC), con tópicos acerca de tratados económicos, sus consecuencias como la globalización, así como ambientales, tema actual a tratar por estas organizaciones.

Otras actividades de participación y comunicación hacía el círculo de organizaciones civiles son las acciones urgentes, al suscitarse un problema ya sea de género o ambiente es necesario tomar una posturas, expresado en comunicados, ya sea apoyo a determinada comunidad u organizaciones, puede ser también rechazo a los actos en contra de mujeres, así como agresiones al medio ambiente.

Observaciones: Las organizaciones internacionales son muy importantes para la organización, pues les proveen información que en México no existe, aunque debe adecuarse ya que los temas de género aún deben hacerse tomar en cuenta, pues a veces se les olvida considerarlo.

Las Redes sin mencionar la fortaleza, unión, así como el trabajo en conjunto, crean resultados en varias partes de nuestro país, aunque habría que ver la consistencia de los mismos, aunque el manejo de sus públicos es un asunto delicado, que si no se maneja con minuciosidad puede terminar en suposiciones y no en realidades, de acuerdo a sus ideales.

En cuanto a las reuniones anuales de la REGEMA, es interesante que sea tanto tiempo sin mantenerse en comunicación, tal vez porque su dirigente es la misma, aunque si considero necesario mantener constancia en las metas, objetivos y visiones como un trabajo en equipo, pues el tener cada una un concepto diferente, es caminar sin un rumbo específico, alejándose de su propio ideal.

Sin importar que tan eficaz sea la alianza con la Red, es necesario mantener una línea divisoria entre una y otra, pues se confunden, no se distinguen. Las mismas colaboradoras notan como el público externo mantienen una confusión invariable al no tener claro que hace una de la otra, sus diferencias o características esenciales.

3.6.2.3 COMUNICACIÓN EXTERNA.

Los mensajes principales, tienen como objetivo subir la autoestima de las féminas, reconociéndose como sujetas capaces ante el manejo de su vida, es decir un mensaje de reconocimiento a si mismas, para transformar sus concepciones socioculturales, vistas como algo natural, repetidas de generación en generación.

De acuerdo con la entrevista, el segundo paso es mostrarle la practica de esas circunstancias socioculturales, son los roles de género, utilizando charlas, reflexiones y análisis dónde actividades específicas de hombres o mujeres, exponen usos, accesos o permisos, en ámbitos laborales, políticos, económicos, ambientales, etc.

Un trabajo metodológico que por medio de análisis de anuncios o notas en TV, radio, periódicos además de revistas, llevan a obtener una percepción diferente de lo comunicado por estos medios, dónde se replantean los roles de género, una y otra vez. El objetivo final es cambiar en lo posible las percepciones estructuras estereotipadas de hombres y mujeres, creando nuevas armas hacia la participación, más una solución de conflictos.

Además utilizan la educación popular, con el objetivo de hacer sencillo el aprendizaje, por medio de obras, dinámicas, participaciones constantes, reflexiones, juegos o concursos, para concluir como la mujeres conforme a sus roles sociales afrontan el problema del agua con responsabilidad, impotencia y frustración.

El punto es empapar de información, sensibilidad hacia sus propias vidas, para enfrentarse hacía el exterior con utensilios apropiados, convertirlas con ayuda propia en facilitadoras de conflictos, (como ellas mencionan), aunque al mismo tiempo se encuentran conscientes en depender del lugar, nociones y tradiciones de las diferentes sociedades.

Observaciones: Las directivas de Mujer y Medio Ambiente A.C., consideran que con todos estos elementos lograrán animar a las mujeres por medio de información, a colaborar de manera activa a remediar sus problemas en sus comunidades, ciudades, colonias u hogares, sin considerar la fuerza sociocultural que existe en ellas, por supuesto será un principio, pero no un acto total y transformador.

En cuanto a los medios de comunicación para publicitar el taller, fue pobre en cuanto a estrategia, en primer lugar, utilizaron tan sólo un margen de definición hacía su público; mujeres que se encontraran interesadas en el taller, no pensaron en una edad, o sus problemas específicos con el agua, tal vez hasta en una escolaridad para tratar con más eficiencia los temas que sabemos no son sencillos.

Algo que me causa controversia es el no hablar claro en cuánto al dinero dispuesto para realizar los talleres, dicen que depende de la convocatorias, aunque en el taller de escuela de género y medio ambiente de julio del 2009 declararon haberseles otorgado \$400 mil pesos, pero un 10% por ciento, debe ser cubierto por la organización ya sea en especie o en efectivo.

3.6.2.4 Otros temas.

La organización pide que las instituciones correspondientes en verdad se hagan responsables, se acerquen a hombres y mujeres, sobre todo el diseñar propuestas dónde las féminas a nivel nacional sean reconocidas como usuarias, administradoras, así como dueñas de sus tierras.

Observaciones: no existe una estrategia de comunicación que lleve a dónde la organización guste, y es que ni siquiera tiene una visión, entonces ¿qué tan lejos podría ir?, aunque si han planteado objetivos, formulados a largo y corto plazo, no tan consistentes como para ser consideradas como visión o misión.

Si bien la estrategia de comunicación como tal no existe, se han utilizado folletos o carteles, para publicitar, además de cuadernillos informativos y libros para sacar de dudas, informar, o aumentar el aprendizaje de los talleres, aunque no todos lamentablemente están diseñados para leerse, por ejemplo: los libros son grandes tabiques, están llenos de información diseñada para personas con mucho tiempo libre, no para mujeres que se ocupan de trabajar o ser amas de casa.

Mucho menos se tiene una estrategia para hablar con la prensa, por dos razones: la primera es que no podrían con una gran audiencia de acuerdo a su presupuesto. La segunda razón es que no tienen diseñado un plan para ningún medio de comunicación, hasta con sus públicos no tienen una publicidad efectiva.

Tampoco son parte de redes sociales, como Facebook, myspace, o hi-5, Twiteer o una página web, dónde podrían llegar con más fuerza para reproducir u escuela tal vez hasta internacionalmente. Curiosamente la prensa si ha hecho artículos de la organización, por ser las creadoras de mujeres plomeras, y consideran interesante su labor.

3.6.3 ANÁLISIS DE LAS ESTADÍSTICAS.



Foto:Autoría Propia.

Para obtener los datos duros, como ya he dicho con anterioridad, así como las características cuantitativas de la escuela de género y agua, utilice los cuestionarios que se aplicaron al final de la Escuela de Género y Agua.

Haciendo un cálculo de las mujeres que estaban asistiendo a las últimas sesiones se realizaron 30 cuestionarios, de los cuales 24 fueron contestados, por la falta de asistencia al final del taller. El cuestionario se encontraba compuesto por preguntas cerradas y abiertas, para comprobar o refutar al igual que las entrevistas mi hipótesis ya que al igual que las entrevistas; si la organización es capaz de permear su mensaje de desarrollo, las mujeres lograran participar en el tema del agua gracias a sus conocimientos.

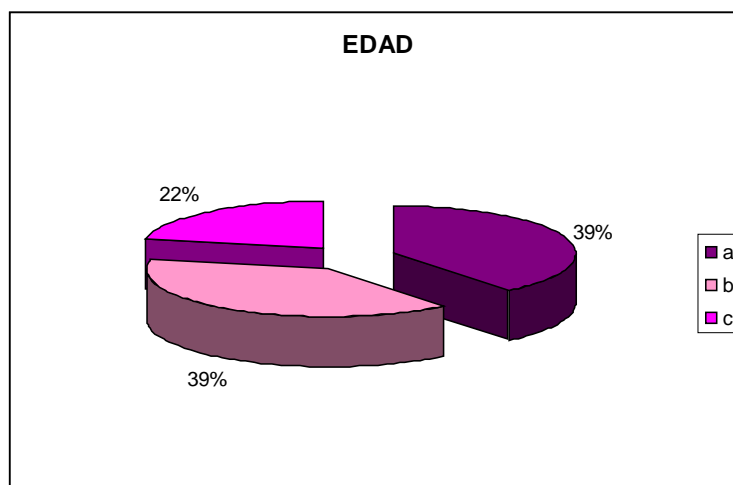
El cuestionario se integro por tres partes; la primera comprendía los datos generales, como: edad, escolaridad y ocupación, la segunda etapa: pone a prueba si de verdad entendieron los planteamientos del taller, y la última cuestiona si realmente tienen las herramientas para participar.

Después de haber tenido un público de casi 60 mujeres, y dos hombres, al final sólo cerraron su ciclo en la escuela más de 24 mujeres, pero las demás decidieron no contestar el cuestionario, algunas

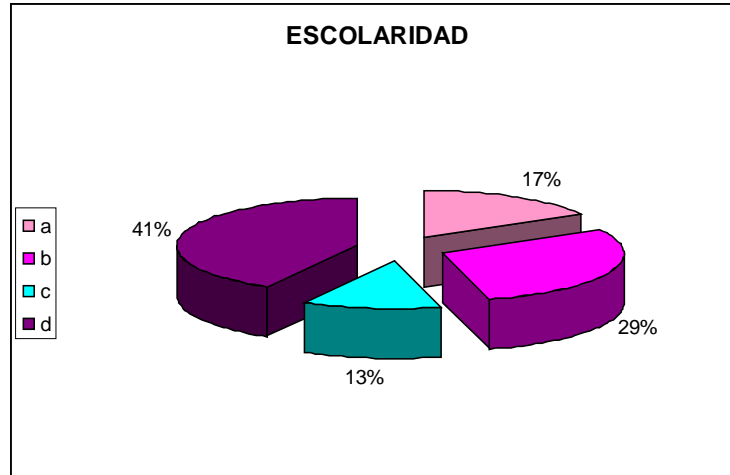
confesaron: no sentirse listas para tal evaluación, otras sólo lo dejaron en blanco. Su público se caracterizó por ser muy diverso, ya que lo conformaron mujeres dedicadas al hogar, líderes de comunidades, además de universitarias.

Fueron las primeras preguntas para conocer a su público de manera general, como su edad, ocupación y escolaridad, haciendo un perfil de su público objetivo, para más adelante adecuar la información a sus necesidades, nivel de escolaridad, edad, ocupación, etc.

Las edades de las mujeres que participaron en su mayoría se agruparon en dos, el **a.)** de 20-39 años, **b.)** 40-59 años, con un 39% cada uno, tan sólo un 22% comprende el grupo **c.)** Con mujeres de 60-79 años.

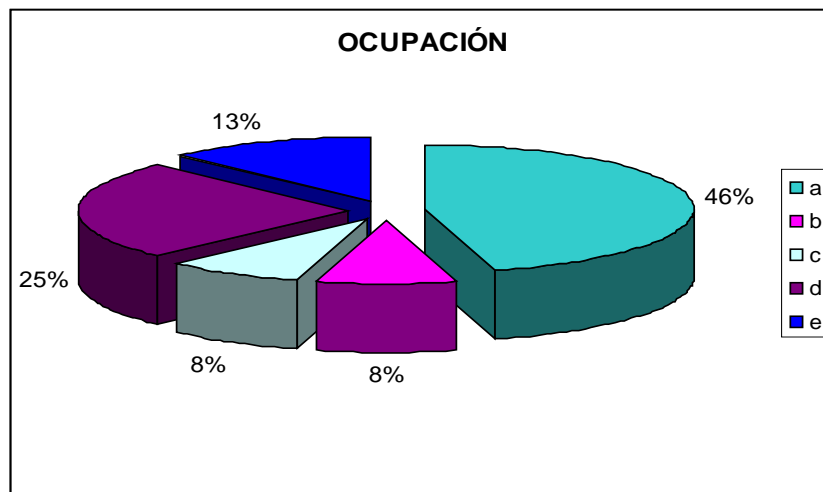


En cuanto a la escolaridad la mayoría de las mujeres que contestaron el cuestionario tiene una escolaridad universitaria, representándolas un 41% con la letra **d.)**, le sigue el grupo **b.)** Con una escolaridad de secundaria, con un 29%, el grupo **a.)** Por otro lado estudió hasta la primaria constituyendo un 17%, finalmente el grupo más pequeño, lo componen las mujeres con la letra **c.)** Preparatoria y carrera técnica, con un 13%.



Una de las cosas que observe, fue que las mismas mujeres que no comprendieron los aspectos teóricos del taller, fueron las mismas que no quisieron contestar el cuestionario, que además pertenecían a una escolaridad de primaria y secundaria, razón que les provocó mucha frustración durante la etapa de aprendizaje.

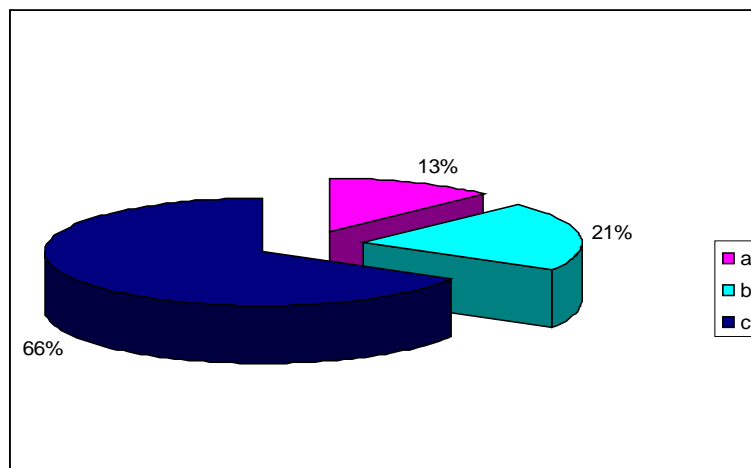
Otro rasgo importante es lo que hacen las mujeres para sobrevivir, la mayoría se encarga de sus hogares en la opción **a.**) 46%, le siguen con un 25% las facilitadoras, gestionadoras y promotoras con la letra **d.**), la **e.**) Cuenta con un 13% compuesto por estudiantes en su mayoría universitarias interesadas en el tema de género, las dos opciones restantes obtuvieron 8% cada una; **b.**) Mujeres desempleadas y **c.**) Empleadas, fueron las más bajas.



Durante el tiempo que se trabajó el autoestima de las mujeres, se observó que en su vida se sentían incompetentes en cuanto a sus capacidades intelectuales y por ende laborales, obtener más de sí mismas o de su exterior era casi imposible, pero lo cierto es que cada una al conocerse más, así como entender que no eran las únicas en esa etapa consiguieron transformar la percepción de sí mismas.

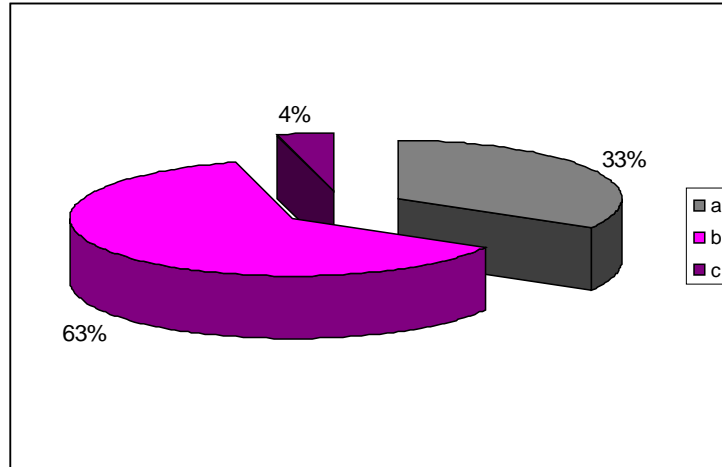
1.-) El problema de escasez del agua en nuestro país es originada por:

El 66% de las mujeres encuestadas, respondieron que el problema era originado por la letra **c.) La disponibilidad natural, geofísica, geográfica así como una insuficiente distribución y servicio**, (respuesta correcta), el 21% contestó que era por **b.) El uso doméstico y fugas**. Por último el 13% respondió; letra **a.) Distribución natural y el uso erróneo que le damos a diario**, era la causa.



2.-) ¿Cuál es la actividad humana que más desperdicia agua en México?

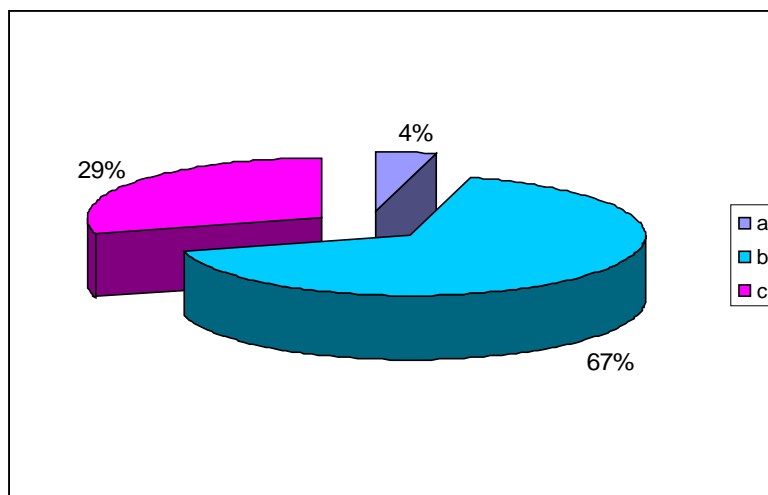
La mayoría, es decir el 63% consideró que el área que más desperdicia el agua es el área **b.) Industrial**, en realidad es la que más contamina, el 33% respondió **a.) Agrícola** de manera correcta, ya que la es la actividad que más desperdicia el agua, el 4% aún considera que **c.) El uso doméstico** gasta más agua, idea que se reproduce mucho, en noticieros o comerciales, aunque no consideran las grandes cantidades que se utilizan en otras áreas, como las ya mencionadas.



3.-) ¿Considera que existe una desigualdad entre hombres y mujeres en el uso del agua?

Si hablamos de desigualdad las mujeres entendieron bien el concepto central de la problemática del agua conectada a los roles de género, eligiendo la mayoría la opción correcta **b.) Si, de acuerdo con los roles de género las mujeres somos quiénes nos encargamos de que el agua llegue a nuestros hogares y la familia pueda utilizarla.**

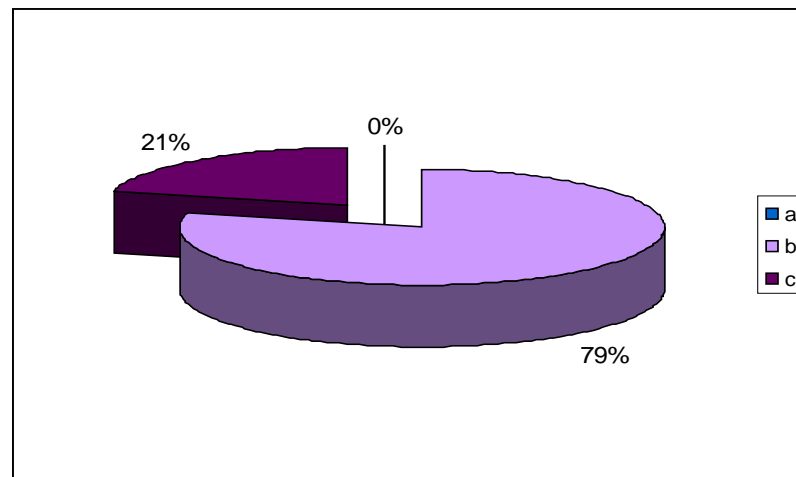
El 29% encontró en la respuesta **c.) Si, el hombre decide como la usamos en casa, en nuestra colonia, delegación y no se nos hace participes a pesar de si hacernos responsables de su uso, una escena real de su vida cotidiana, por último el 4%, no entendió el concepto de cómo los dos viven diferente el problema eligiendo la opción **a.) No los dos la utilizamos para las mismas actividades.****



4.-) ¿Cómo nos ayuda la visión de género para resolver el problema del agua?

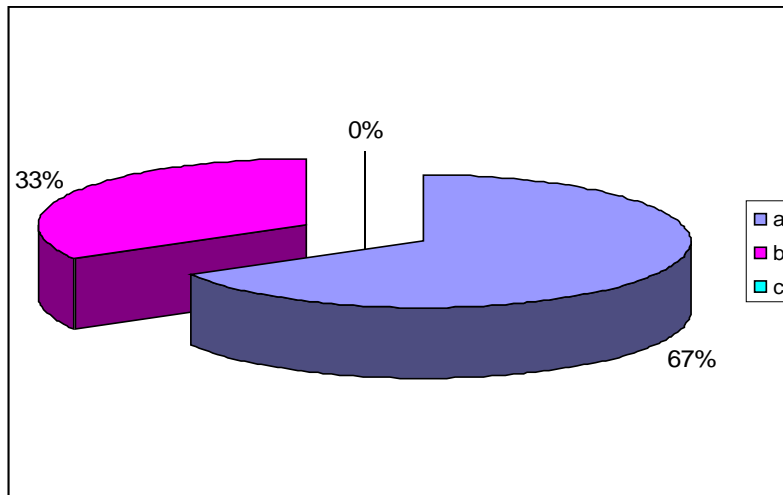
Un 79% de las mujeres eligieron la respuesta correcta **b.) A identificar como nos afectan los roles de género, organizarnos hombres y mujeres, conociendo nuestros derechos y como el problema puede ser resuelto con nuestra participación,** (respuesta correcta).

En segundo lugar lo tiene el 21% con la respuesta **c.) A entender el problema que debemos resolver, nos afecta más a las mujeres que a los hombres y nadie respondió a.) A conocer las necesidades de nuestra comunidad opción que no fue elegida por nadie.**



5.-) ¿Cómo podemos resolver el problema de género y agua?

El 67% considero la respuesta **a.) Conociendo el problema, nuestros derechos, la existencia de roles de género y organizándonos en nuestras comunidades o delegaciones para llegar a las instituciones,** (respuesta correcta), un 33% se encontró a favor de la opción **b.) Teniendo presente el problema con un enfoque de género, organizándonos y pedir que se cubran nuestras necesidades,** nadie consideró la respuesta **c.) Dejando de utilizar tanta agua para nuestros quehaceres diarios y tratar de ahorrar lo más posible.**

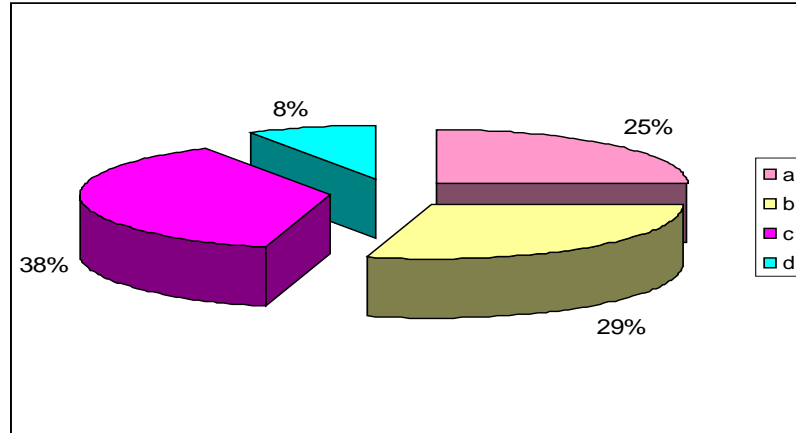


Uno de los puntos esenciales del curso es que las mujeres después de adquirir los conocimientos básicos se sintieran totalmente autosuficientes para tomar acciones en el problema de agua y género, es por eso que la primera etapa es tan trascendente, pues si no han entendido los conceptos básicos, además de adquirir confianza en ellas mismas, las acciones no se presentan a nivel real.

6.-) Los conocimientos que ahora tiene la hacen capaz para:

Los resultados han sido buenos; el 38% afirma que pueden **c.) Formar un comité comunitario, buscar líderes, conocer a fondo las necesidades de la comunidad, organizarse para trabajar poco a poco, hasta llegar a las instituciones**, le sigue el 29% que busca **b.) Entender el problema por completo, saber cuáles son las causas del problema, cómo puede resolverlo y mejorar su situación.**

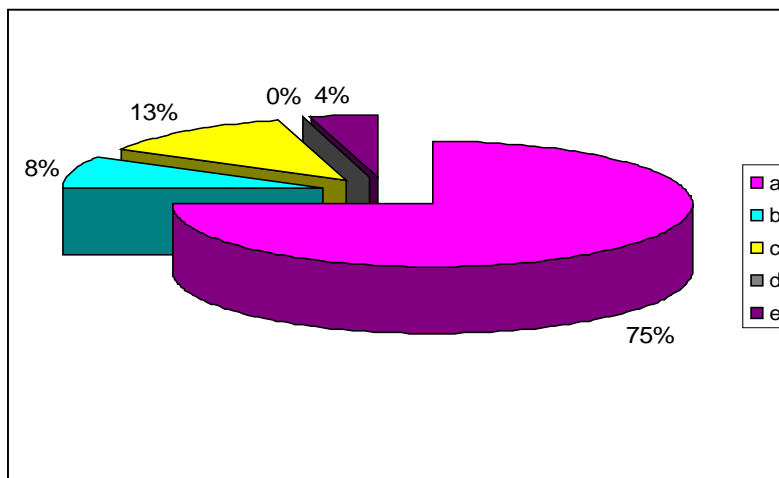
Mientras que el 25% quiere **c.) Organizarse con sus vecinos y mujeres para poder trabajar ya con el problema del agua en su comunidad**, por último el 8% considera que **d.) Ninguna opción describe su situación.**



Uno de mis objetivos es ver cómo el conocimiento y la elevación de su autoestima se combinaban para formar criterios, opiniones, además del principal ingrediente la seguridad con la cuál expresarlas, así como la defensa de sus derechos.

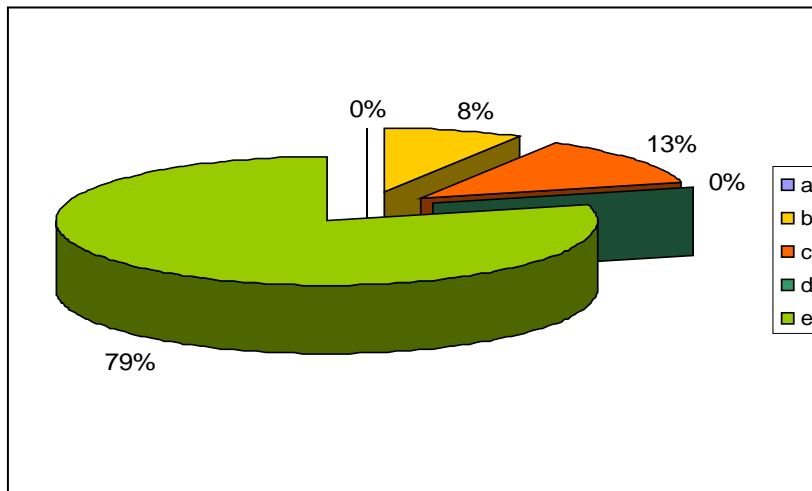
7.-) ¿Se entendió toda la información que se le proporcionó en el curso?

El 75% respondió **a.) Si entendí el problema del agua y cómo los roles de género nos afectan, así cómo podemos solucionarlo**, el 13% considera que **c.) Hay muchas cosas nuevas que aprendí y me quedaron muchas dudas, aunque la mayoría de la información la entendí**, un 8% contestó **b.) No entendí los conceptos, utilizaron palabras que no me quedan aún claras, por otro lado un 4% eligió e.) Ninguna y nadie considero correcta d.) si no existe la respuesta, explique que no entendió.**



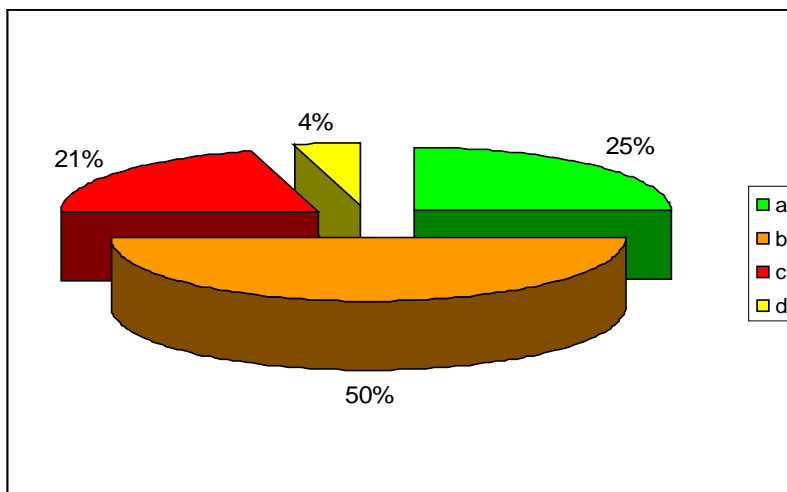
8.-) ¿Cuáles fueron las causas por las que no entendió?

El 79% **e.)** Consideró que todo la había entendido, (resultado de la pregunta anterior de un 75% más un 4% que ni afirmo haber entendido y tampoco negó no haberlo hecho), al 13% **c.)** Le fue casi imposible entender algo, la información era demasiada, el 8% confesó que **d.)** No explicaban con mucha claridad los conceptos, y ninguno afirmó la opción **a.)** La información era muy complicada, no se entendía, también se obtuvo un 0% en la respuesta **d.)** Si no existe la respuesta explique ¿por qué no entendió?



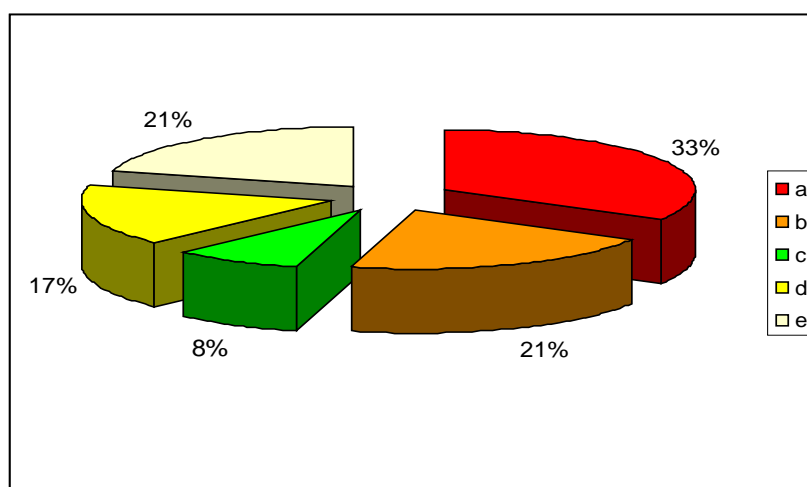
9.-) Considera ahora al agua como:

50% ahora ya considera al agua como **b.)** Un derecho humano que debemos defender y cuidar, 25% lo entiende como **a.)** Algo indispensable al que todos los seres humanos tenemos derecho, sólo un 21% considero al agua como **c.)** Como un derecho humano al que no todos tenemos acceso, ya sea por género, etnia o estado socioeconómico, respuesta que debería ser obtenida por la formación del curso, no se obtuvieron resultados de la opción **d.)** Ninguna.



10.-) ¿Cómo se enteró del curso y qué la motivo a asistir?

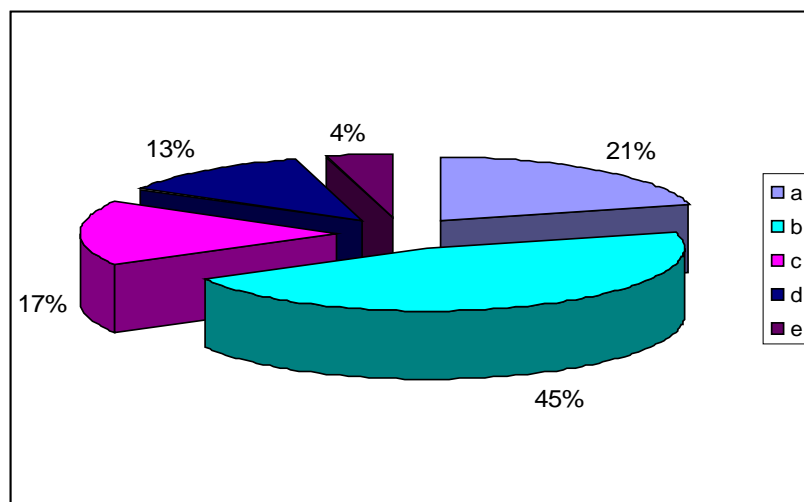
La mayoría que cuenta con un 33% respondió **a.) INNMUJERES** que en éste caso fue DELEGACIONAL (Milpa Alta, Tláhuac y Xochimilco) el medio por el cuál se enteraron de la escuela de género, un 21% se enteró por **b.) Invitación** (por parte de Brenda Rodríguez), el otro 21% dijo que por **e.)** Ninguna de las anteriores, por otro lado un 17% se interesó por que en su **d.)** Trabajo le platicaron del taller, y un 8% por **c. e-mail**.



11.-) Ahora que ha terminado el curso de género y agua, ¿qué se le ocurre puede hacer en su comunidad?

El 45% considera que se encuentra capaz de **b.) Difundir**, el 21% busca **a.) Organizarse**, el 17% quiere **c.) Tomar acción**, (sería lo ideal), un 13% quiere **d.) Investigar** y un 4% se abstuvo en contestar.

De alguna manera la pasividad hasta este momento gana la batalla, es obvio que el difundir ya es una acción, pero lo ideal sería incidir tanto en las instituciones como en el gobierno, pues sin resultados trascendentales, sólo sería reproducir información, a eso se le llama tomar acción.

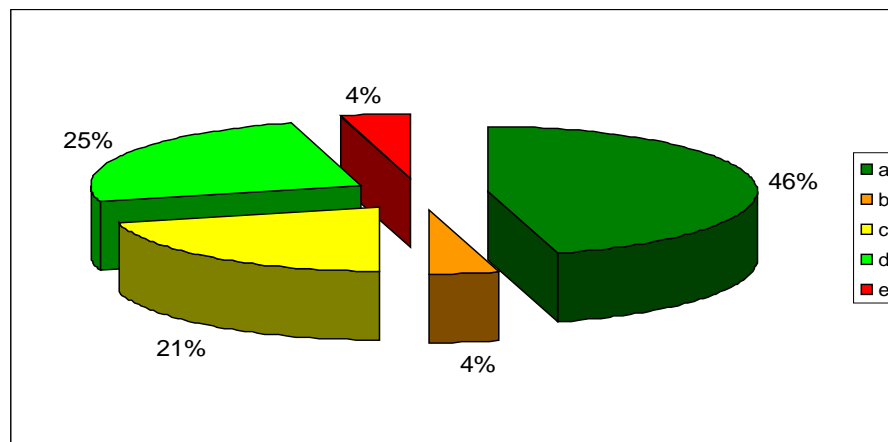


Considero que de acuerdo a las necesidades de la causa es más beneficioso para el movimiento, si no incidir, por lo menos organizarse, ya sea en pequeños o medianos o grandes grupos, lo cierto es que la misma escuela, así como las alianzas ayudan a organizarse en efecto domino con resultados en crecimiento.

También es importante resaltar que al aprendizaje se le da continuo seguimiento a cada grupo delegacional seguimiento con el objetivo de seguir investigando, armar una agenda e incidir con las instituciones correspondientes.

12.-) ¿Cómo se ubica usted en el problema del agua, cómo actor, líder, participe en la toma de decisiones o gestor, usuaria, etc.? Y ¿por qué?

46% se considera ahora **a.) Participe y actora**, aunque no concuerda mucho con la manera de actuar, pero es un gran avance que se conciben como mujeres ante la acción, el 25% se sigue definiendo como **d.) Usuaría**, un 21% **c.) Gestoradora**, un 4% como **b.) Líder** y 4% no contestó, opción **e.)**



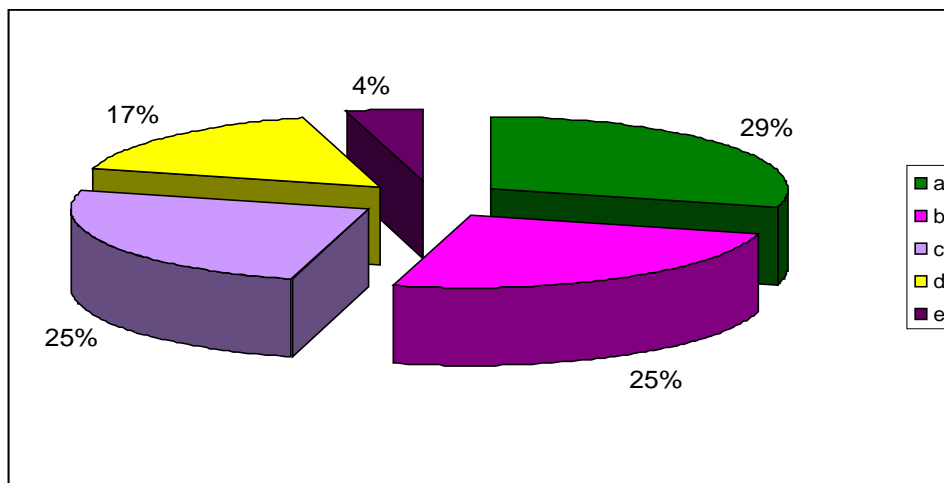
Destaca la manera en cómo pueden verse como participes en el problema del agua, pero en cuanto se le cuestiona acerca de lo que son capaces de hacer, no se ve como una participe hacia resultados, sino con la capacidad tan sólo de instruir, característica constante en la educación de las mujeres.

Agrupe las respuestas de ¿por qué se ubican como usuaria, líder, participe, etc.?, encontré que en el caso de las mujeres *participes* y *actoras*, se ven de esa manera como respuesta a las necesidades de su comunidad, solucionándolas mediante acciones.

Las *líderes* ya realizan gestiones, denuncian, le dan seguimiento a los problemas de su comunidad. El 21%, las mujeres que se consideran *gestoradoras* realizan actividades de gestión, buscan hacerse escuchar y a su comunidad por las autoridades con sus propuestas. Por último las *usuarias* se consideran como tal por la forma en la que se encuentran involucradas; no tienen ningún cargo, además no participan.

13.-) ¿Qué le impediría organizarse y participar en su comunidad? y ¿por qué?

El 29% cree que el **a.)** Desinterés de su comunidad le impediría participar en su comunidad, el 25% nota en el **b.)** Tiempo un obstáculo, 25% entiende que **c.) Nada se lo impide**, un 17% considera **d.)** Otra, una de las causas que se lo impedirían, por último el 4% se abstuvo en contestar, representado con la letra **e.)**



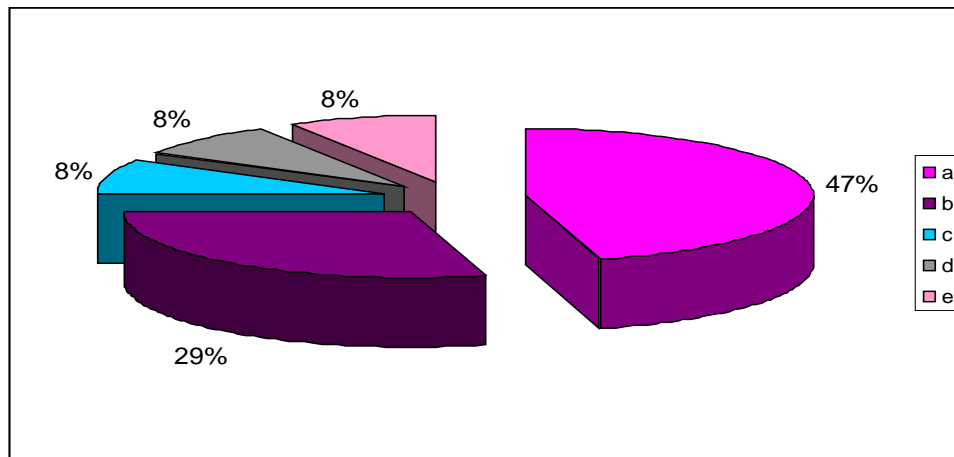
Destaca la posición en la que las mujeres de la escuela ponen a su propia comunidad como un grupo al que buscan unirse para trabajar juntos, al mismo tiempo sería éste mismo entorno el que las rechazaría o se sienten incapaces de expresarles el mensaje, organizar grupos e incidir.

Quienes consideraron a la comunidad como un impedimento, lo hicieron porque creen que no podrían trabajar en todo lo que han planeado, por otro lado las mujeres para quienes el tiempo es el mayor obstáculo se abstuvieron en dar una razón. Las féminas más entusiastas fueron las que negaron que existiera algo que se los impidiera participar, pues creen que no hay nada que no se pueda resolver con organización, participación y conocimiento.

Por último las mujeres que establecieron a otra causa como impedimento, reconocieron que la corrupción, negligencia y la falta de empoderamiento eran sus enemigos.

14.-) ¿Qué tratado, convenio, ley o programa puede utilizar para defender su derecho al agua? y ¿por qué?

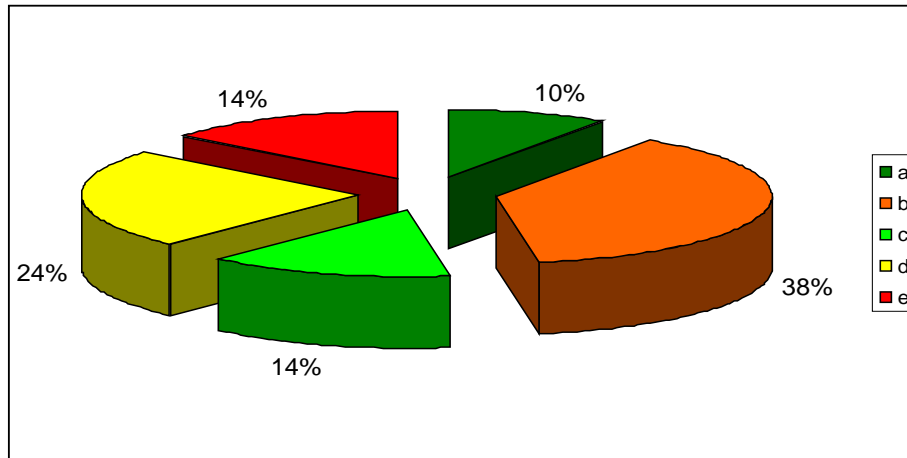
El 47% contestó **a.)** No conocen ninguno – lo que es preocupante pues si no conocemos nuestros derechos como lucharemos por ellos-, le sigue el 29% que respondió **b.)** Conocen 1 o 2, **c.)** Saben 3 o 4 con un 8%, y obtuvieron 8% también las opciones **d.)** Conocen 6 y más, (sería lo ideal), y **e.)** Se abstuvieron.



15.-) ¿Qué sugeriría para mejorar el curso de género y agua?

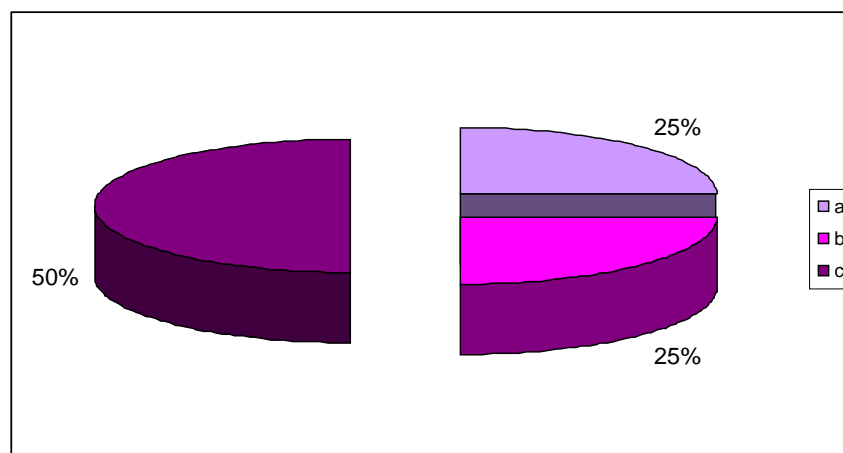
El 38% respondió que **b.)** La metodología y seguimiento en los conceptos sería la mejor opción para mejorar, un 24% cree que **d.)** La difusión es la clave, un 14% considera que **c.)** Es buena no necesita cambios, el otro 14% opinó que **e.)** Otros elementos ayudarían como: la participación de los hombres en la escuela, capacitación, información jurídica, y que las mujeres que participen por lo menos tengan algún vínculo con una organización.

Por otro lado el 10% propuso que **a.)** Los juegos y dinámicas harían más liviana la mecánica de la escuela.



16.-) Mencione por lo menos seis instrumentos de gestión que pueda utilizar en la problemática del agua y ¿cómo lo llevaría a cabo?

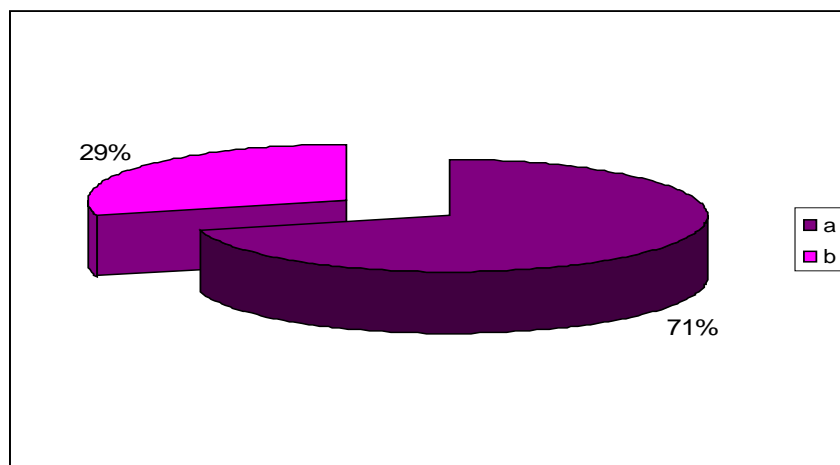
El 50% tiene c.) 4 a 6 instrumentos para utilizar en la gestión del agua, mientras que el otro 50% se divide en 25% en conocer b.) 1 a 3 y el otro 25% a.) No conocen ninguno. Los instrumentos son parte importante pues son instrumentos que se deben utilizar ante las autoridades correspondientes, para hacerse escuchar.



17.-) ¿Se siente lista tanto en conocimientos y preparada para poder organizarse?

Para poder organizarse, las mujeres se sienten preparadas, representadas por un 71% al responder a.-) si, mientras que el 29% respondió b.) no. A pesar de haberse autoevaluado y considerar que son capaces de

tomar acción, una minoría considerable le teme a la palabra acción u organización, pero si aceptan más el concepto de organizarse.



Uno de los puntos en los que se notó se debía trabajar más era en el conocer y segmentar bien a su target, pues muchos de los contenidos no eran correctos para mujeres con escolaridad baja, la manera de abordar los temas ayudo a sacar a flote muchas ideas y conceptos, pero en general el grupo sufrió de frustración al no poder entender con exactitud todo el temario.

La perspectiva del estudio cambió al conocer los resultados de las estadísticas, pues en primera instancia consideraba al taller carente de orientación, además del conocimiento en los aspectos generales que conforman a su público objetivo. Pero al ver los resultados en porcentajes, en general las mujeres lograron captar lo necesario para entender el problema de género y agua, parte esencial para después participar.

3.6.4 Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA se obtuvo de la observación al asistir a la escuela de género, así como de entrevistas y a las mujeres que componen Mujer y Medio Ambiente, así como las mujeres que asistieron a la escuela se les aplicaron encuestas, (divididos los dos en tres módulos: comunicación interna, externa e intermedia).

Para mejorar los resultados así como el análisis, se utilizó un modelo diferente en el cual; las fuerzas son ejes para aprovechar las oportunidades, las oportunidades son herramientas para superar debilidades, por otro lado al considerar las fuerzas ayudan a evitar las amenazas y reduce debilidades.

	Fortalezas – F	Debilidades – D
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tienen objetivos fuertes de trabajo. 2. Han estudiado a detalle el problema del agua. 3. La organización trabaja siempre en equipo. 4. Saben muy bien a dónde quieren ir como organización. 5. Como equipo tienen un nivel de comunicación interna excelente. 6. Se reconoce el tema a nivel nacional e internacional. 7. A partir de la motivación siembran la autoestima de las mujeres. 8. Alianza con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La escuela no tiene planteado un público objetivo. 2. No realizan trabajo de comunicación con medios, ni redes sociales. 3. No tienen una página web. 4. Sus materiales de lectura extra, (libros) no eran adecuados tanto en lenguaje como en su extenso contenido, para las mujeres que asistieron. 5. Conceptos de género y medio ambiente no son explicados de manera clara. 6. Es complicado entender la articulación de género y agua. 7. Durante el taller no había una coordinación en el cambio de estafeta.

	<p>9. Tiene una buena reputación entre las Organizaciones Civiles.</p> <p>10. Experiencia desde hace más de 25 años.</p> <p>11. Acaban de realizar un manual para la escuela.</p> <p>12. Trabajar con la Red Género y Medio Ambiente.</p>	<p>8. El tiempo que dura el taller no se encuentra bien distribuido para poder aprender de manera más adecuada.</p> <p>9. No se tiene una delimitación clara entre Mujer y Medio A. y la Red.</p>
--	---	---

Oportunidades – O	Estrategias – Fo	Estrategias – Do
<p>1. Existen tratados internacionales y nacionales que reconocen la importancia de la participación de las mujeres en el manejo, además del uso del agua.</p> <p>2. Las mujeres buscan cada vez más un crecimiento personal, así como conocimiento en temas que le afectan a su calidad de vida.</p> <p>3. Cuenta con el apoyo de INMUJERES del Distrito Federal.</p>	<p>1.- Abrir un foro en los medios de comunicación como TV, Radio Comunitaria, Internet y Redes Sociales, dónde la A.C. hable de sus resultados, así como de su trabajo, de acuerdo con los tratados.</p> <p>2.- Lanzar una convocatoria a nivel delegación no sólo a grupos de INMUJERES, sino también a otros grupos como lo serían los de costura, artesanas.</p> <p>3.- Con el apoyo de INMUJERES D.F. y SEMARNAT, elaboren nuevos materiales extra, como mínimo 3 con información esencial, remplazando a los ladrillos que tienen.</p> <p>4.- Utilizar la buena reputación que se tiene con las demás organizaciones y basta</p>	<p>1.-De acuerdo a sus necesidades la organización puede estandarizar a su público, aunque si puede hacerlo con el tipo de información y lenguaje.</p> <p>2.- Crear su propia página web y redes sociales, para ser un foro de diálogo íntimo entre la A.C. y las mujeres, así como hombres que han participado en la escuela, se encuentran interesadas en asistir o quieren saber más de ellas.</p> <p>3.- Manejar tan sólo un libro de texto para explicar desde lo general hasta lo particular, acerca de la articulación de género y medio ambiente, con las características antes ya mencionadas.</p> <p>4.- Hacer un programa dónde para que cada taller no dure más de 4 horas, sin contar un descanso o</p>

<p>4. Su tema es único: género y medio ambiente desde la corriente feminista.</p> <p>5. A nivel mundial el interés por temas femeninos y ambientales crece por parte de gobiernos, sociedades, mujeres, hasta en los hombres.</p> <p>6. Participación en foros ambientales y de género a nivel nacional e internacional: Río 92, Foro 2006, Foro internacional en defensa del agua México 2006 y Brasil 2009.</p> <p>7. Ser de las primeras organizaciones civiles de género y medio ambiente en actuar de manera virtual con su público meta, por medio de su propia página web, para poder dar a conocer su trabajo.</p> <p>8. Utilizar las redes</p>	<p>experiencia para crear más vínculos.</p> <p>5.- Dar a conocer nuevas posturas y estudios sobre la corriente feminista, utilizando los espacios virtuales como su página web, así como las redes sociales.</p>	<p>comida de 40 minutos, dónde además se manejen las intervenciones de cada coordinador de la escuela.</p>
---	--	--

<p>sociales con una perspectiva estratégica hacia su público objetivo.</p> <p>9. Proclamarse como una de las organizaciones eje sobre la situación género ambientalista.</p>		
--	--	--

Amenazas – A	Estrategias – FA	Estrategias – Do
<p>1. Desinterés por parte del gobierno en temas de género y medio ambiente.</p>	<p>1.- Convocar eventos para que más funcionarios de la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales, para mostrarles su trabajo, resultados los beneficios que ha traído su apoyo.</p>	<p>1.- Crear una estación de radio comunitaria, dónde la A.C. exprese sus planteamientos, refuerce sus mensajes y pueda abrir espacio de opinión para mujeres y hombres interesados en el tema.</p>
<p>2. Juicios erróneos acerca del concepto de género por parte de la sociedad que impide su acercamiento.</p>	<p>2.- Realizar un video para INMUJERES D.F. que muestre la experiencia con las mujeres y de las mujeres sus metas, logros, objetivos y resultados.</p>	<p>2.- La página web, puede ser un espacio para aclarar dudas mediante textos virtuales, referencias, etc.</p>
<p>3. Recorte de presupuesto para los organismos que los apoyan como INMUJERES D.F. o comités.</p>	<p>3.- Hacer uso de las redes sociales acerca del tema de género y medio ambiente sensibilizaría más a la sociedad, con frases, testimonios, nuevas ideas, y reflexiones.</p>	<p>3.- Fomentar dentro de la escuela de género, fomentar e instruir el uso de las redes sociales, así como de elementos esenciales para enviar información como correos electrónicos.</p>
<p>4. Perder su alianza con la SEMARNAT.</p>		

Cuando se realizó la observación del taller, se consideró que no se encontraba bien estructurada la estrategia de comunicación externa, que le hacían falta mucho detalles, un contenido apropiado para su público meta, en su momento fueron tomados como ejes hacia algunas carencias en cuanto a la comprensión del taller, pero la claridad obtenida por medio de las encuestas y entrevistas, nos dan un panorama más amplio de los resultados

A nivel interno realizan un trabajo de comunicación excelente, la organización también es muy buena, se caracteriza por el armar un programa de actividades para cada uno de los integrantes, se evalúan en cuanto a rendimiento, contenido, pero enfocado a estándares interno, no hacía su público, deberá de existir una consciencia más fuerte hacía el exterior, pasar al siguiente nivel.

Otro aspecto es el entendimiento de nuestro entorno, la comunicación cada vez crece más, las organizaciones ahora se preocupan por comunicar por todos los medios posibles, pero siempre guardando respeto a su imagen, por esa razón es importante tener las herramientas comunicativas necesarias para enriquecer a la organización.

A continuación conoceremos las conclusiones y sugerencias de trabajo para la organización Mujer y Medio Ambiente A.C.

CAPÍTULO 4.

CONCLUSIONES y SUGERENCIAS.



4.1 CONCLUSIONES GENERALES.

En el primer capítulo, hablamos de los orígenes de la comunicación para el desarrollo, los cuáles se conjugan con los principios de la sociedad civil para formar su propia esfera de trabajo, así como el impacto social deseado.

Si bien la comunicación para el desarrollo ha ayudado a formar nuevas herramientas para sanar a la sociedad, también desde su nacimiento logró darle un método científico al estudio de la comunicación, además refutaba teorías, creencias, sobre todo transformaba percepciones de estudiosos de los fenómenos sociales, para convertirse en una disciplina que en la actualidad fuera respetada y no careciera de fundamentos teóricos.

Curiosa y rica es la ruta histórica de la comunicación para el desarrollo: crece con los movimientos sociales, aprende de ellos, se vuelve un arma dirigida hacia los mismos objetivos dónde la mayoría de los jóvenes en un principio, con la necesidad de comunicar, la utilizan como bandera para transformar su entorno.

Son los mismos protagonistas, (los jóvenes), quienes reclaman las necesidades más tempranas o esenciales, se ven obligados a declararse en contra de las desinteresadas miradas del gobierno, respecto a temas trascendentes para el país, aunque para él no sean considerados culminantes, mucho menos funcionales o con remuneraciones a futuro, a pesar de ello han logrado colocarse para cumplir sus metas, mejorar la vida de su público.

La comunicación para el desarrollo no es nada sin la participación de la sociedad civil, pues le da vida, apoyo y sentido a sus metas, la gente las materializa por medio de acciones e interés en ocasiones personales, en un principio es para cada individuo una necesidad a solucionar, pero al no ser la única que vive la problemática se van uniendo a la lucha por un mismo objetivo, como las familias de los afectados, amigos, conocidos, voluntarios, etc.

El malestar social es el impulso que al final crea temas esenciales en agendas nacionales e internacionales, sobre necesidades humanas, ambientales, sociales, de salud, acciones que provocan la

implementación de soluciones, dando como resultado en el caso de que resolvieran, a seres humanos realizados, saludables emocional y físicamente, sí se llega realmente a trascender del discurso a la acción, el conocimiento comenzará a actuar, reproducirse no sólo en la sociedad, crecerá en estados, países, naciones, por supuesto en continentes, etc.

Son acciones que traen consigo mejoras sociales; van creciendo como una bola de nieve hasta llegar a la autosustentabilidad, no sólo del movimiento sino quienes participan para lograrlo. La manera de trabajar es cambiar percepciones culturales, sociales, políticas, de las cuáles la comunicación participa al enviar el mensaje, sobre canales y medios reconocidos por los ciudadanos.

Funciona actualmente esta modalidad de la comunicación para ayudar a vivir con dignidad a toda la gente, en especial a la que carece de recursos, pues se da a la tarea de proveerles, educación, autoestima, apoyo moral, terapias psicológica, física, ayuda médica, tal vez lo más destacado sea el mismo reconocimiento que la sociedad civil gana por su desempeño, su participación ha logrado enormes cosas, gracias a los jóvenes por ejemplo tenemos derechos.

Considerada en un principio la comunicación como una disciplina donde sólo fungía como observadora de los fenómenos, ahora contribuye activamente para el desarrollo del ser humano. Ayuda al trabajo en equipo entre la comunicación organizacional y la comunicación para el desarrollo, se desempeñan como una mancuerna que da más claridad al camino de la lucha por una comunidad sólida, alcanzar una vida potencialmente completa, con calidad, sobre todo autosustentable.

El plan es una gran base de actuación en la comunicación, como un gran eje que tutela las acciones presente, además de las futuras de las organizaciones civiles. Aunque su objetivo es siempre claro, actualmente se busca que las estrategias se concentren más en el punto de acción, haciéndose angosto el hueco entre las metas y su materialización; se actúa a detalle tomando en cuenta tanto las adversidades como las posibilidades de acción, basados en un análisis.

Las herramientas comunicativas actualmente se utilizan con la misión de conseguir respuestas participativas, acciones, opiniones, sobre todo organización con el objetivo de trascender en las vidas de todo sujeto que participe o alguna relación con la A.C., empresa, institución, etc., pero para llegar ahí, es

importante entender a la perfección su esqueleto o estructura fundamental; ideología, objetivos, corazón ideológico, metas, así como su entorno y los medios correctos.

Necesidades son las directrices de los cambios en las diferentes esferas del ser humano, pues son la razón del cambio u acción, mientras que el entorno puede entenderse o actuar como obstáculo natural, pero con la organización de la sociedad civil, con una estructura firme, las herramientas comunicativas correctas puede actuar como un gigante e influir en la vida diaria de mujeres y hombres.

Simplemente las sociedades civiles son los organismos que han sabido moverse, y exigir las garantías básicas, además se están atreviendo a explorar nuevos temas, proyectos, formas de establecer justicia, etc.

Muchos no conocen los temas que defiende la sociedad civil, para combatir la ignorancia todo empresa lucrativa o no, emite mensajes por segundos a millones de personas que forman parte de redes sociales, para que participen, opinen, se organicen, o conozcan y sigan las posturas de determinada organización.

Las organizaciones civiles se encuentran cerradas a novedades tanto intelectuales como organizativas, por supuesto también comunicativas, es por eso que es extraño o hasta raro que las organizaciones se preocupen por sus Relaciones Públicas.

Debemos hacer énfasis en qué éstas no son eventos sociales, sino una herramienta efectiva, la cual mantiene la imagen deseada por la organización, aunque es importante destacar lo siguiente; la comunicación externa es el resultado de una eficiente comunicación interna, pues trabaja desde adentro para que funcione de manera externa.

En cuanto a las organizaciones civiles feministas en nuestro país, se han destacado por su fuerza, organización y dedicación plena a sus convicciones. Sus logros no son más que el resultado de su constante trabajo, sin importar si son o no radicales, feministas extremas, neutras o más pasivas que otras, han logrado grandes reconocimientos a los derechos de la mujer.

Del mismo modo las áreas de trabajo van creciendo de acuerdo al entorno de la mujer, ya sea el campo, ciudad, selva, playa, puerto etc., las circunstancias políticas, sociales, además de las económicas van influyendo en la vida de cada mujer, familia, hijos, hermanos, hermanas, abuelas, abuelos, todos conectados por efectos en cadena.

Mujer y Medio Ambiente A.C. ha sobrevivido a muchos cambios sociales, ya que de manera interna ha sabido relacionarse muy bien con sus integrantes y metas, pero ha dejado de lado su comunicación externa tanto con su público meta como con los medios, son una prioridad para la prensa pero sólo momentáneamente, como en el Día Internacional del Agua, o el Día Internacional de la mujer.

Existen espacios así como reporteros, que cubrirían con gran satisfacción el tema, el trabajo consistiría en generar información, delimitarla, crear mensajes con palabras clave, información fresca, pero al tener su propio espacio virtual, ser independientes al subir su información como su historia o trabajo, su público objetivo se encontraría interesado, la organización obtendría voluntarios, participantes o hasta donadores.

En el segundo capítulo se mostró como la organización trabaja desde la parte emocional de las mujeres, para que ellas eleven su autoestima, para partir al tema de género, lo más importante es la reproducción de información, ya que una mujer al estar capacitada por la perspectiva de género más el medio ambiente, le transmite a su familia o puede establecer su propia escuela.

Ahora las sociedades civiles o sus expresiones más pequeñas como las Asociaciones Civiles deben apropiarse de espacios que nacieron con el objetivo de que todos pudieran expresarse, apropiarse de una voz, para tener un resultado activo, en diferentes formas y temas pero en busca de llegar a la acción.

Los alcances de la sociedad civil han ido cambiando desde su origen en los años setenta, para plantarse con más fuerza en los ochenta. Gracias a la influencia de los movimientos sociales, ha nacido una fuerte organización, conciencia social y sobre todo han encontrado una respuesta a los problemas que no parecían tener solución, cómo hemos visto, depende de nuestra participación e iniciativa para encontrar el lugar correcto.

Es una lástima que en nuestro país no se les tenga confianza a las instituciones, pero son el resultado de nuestra cultura y sociedad corrupta, aunque no está del todo perdido, las ciudadanas se están abriendo camino, están buscando su lugar cómo cualquier individuo en crecimiento; lo hacen solas, con compañeras, amigas, amigos, familia, se superan así mismas, obteniendo como resultado una mejor persona, también una mejor mujer.

Tanto el feminismo, así como la participación de las mujeres ayudó a que hoy en día salieran a votar, ejercieran una carrera, les transmitió la suficiente capacidad de tomar su mejor camino hacía el éxito. Además les provee alimento al alma de todo ser humano, al ayudar a conocerlos internamente, así como sus garantías individuales como la libertad.

Aún falta mucho, sabemos que hay mujeres que no conocen mucho o nada de todo esto, pero ahí está la tarea pendiente.

Los feminicidios han sido uno de los temas actuales que han trastornado a nuestra sociedad, pero sobre todo la vida de las mujeres, apenas se sentían el viento en la cara, cuando de repente un cambio fuerte trastocó todo en lo que habían trabajado, no lo borro, pero las mostro frágiles, sensibles a los cambios sociales y culturales, les queda mucho trabajo por hacer.

Aunque los cambios sean pequeños, se ha visto que pueden lograr mucho si el movimiento sigue, sí es cultural la razón por la cual la mujer se le ha visto de esa forma, se puede cambiar la visión poco a poco, esperado en unos años todo sea diferente, pero sanamente equitativo, dónde las mujeres alcancen su gran potencial.

Por otro lado en el capítulo tercero es interesante como la organización ha tenido tanta fuerza durante todo éste tiempo, en un principio no se sabía, pero después de conocer una de las más trascendentales razones es que su objetivo por mejorar las condiciones ambientales y emocionales de las mujeres se ha convertido en una metodología; constantemente se evalúan, aunque es difícil ser tan claros cuando se es parte de la organización.

Como pudimos ver la organización es muy completa en cuanto a su trabajo, además de haber diseñado una metodología para capacitar a las mujeres en el tema del agua, por así decirlo, también ha encontrado una para que ellas mismas puedan reproducir la escuela de género, así como los métodos de investigación y participación activa.

Al trabajar con información para cumplir con su misión; incidir en la construcción de una sociedad sustentable basada en las relaciones equitativas entre seres humanos, es importante mantener una relación no con los medios de comunicación en sí, sino con su público, es decir verlo como un foro para regular información acerca de lo que hace la organización, unir a más personas de manera activa a su movimiento, organizarse, o por otro lado crear sus propios foros como se ha venido haciendo.

La sensibilización es una actividad trascendente de muchas maneras; pues le da perspectiva no sólo a decenas de personas que trabajan en organismos importantes como la SEMARNAT, les da una oportunidad de considerar su trabajo como un granito que va creciendo poco a poco, por quienes se ven beneficiados. Esos proyectos también generan participación, resultados, incidencia y por ende mayor bienestar ciudadano.

También la creación de agendas ha sido una estrategia interesante, muestra todos los puntos en los que se deben trabajar, ha hecho falta tomar en cuenta, los que se han ignorado por completo, aunque también es una manera de documentar avances, información, intereses por parte de la ciudadanía, considero que eso es lo más substancial, es un medio para hablar y plantear las inconformidades.

No sólo se queda en esa etapa también se avanza con propuestas, qué mejor que los mismos ciudadanos para hablar de cómo se vive la falta de agua todos los días, de manera creativa se dan propuestas, para guiar a las autoridades de la mejor manera, participar, tomar acción en circunstancias atenuantes.

Es verdad que existen tratados internacionales interesados en la prosperidad de las mujeres, pero no llegan esos ideales a convertirse en realidad si no es por la acción de la sociedad civil, el gobierno es complemente ajeno a la acción, a los cambios, pues no lo consideran un compromiso, simplemente un requisito de imagen formal.

La comunicación en las organizaciones civiles ha ido de la mano con la tecnología en países de Europa y Estados Unidos de América para organizarse las mismas organizaciones civiles con sus colaboradores, así como su público objetivo. Algunos medios eran muy sencillos como el uso del celular, para saber porque calles marcharían en caso de manifestación, a qué hora verse, por dónde escabullirse, etc.

Uno de los elementos que más impresiona es su metodología teórica en la estrategia de comunicación externa, ya que tienen fundamentos no sólo en los temas que se les da, sino también en la información que se les proporciona, viene de una investigación a nivel mundial y nacional.

Aunque se encuentran conscientes de no conocer a su público, también afirman que es homogéneo de acuerdo al taller, pues no pueden cerrar la entrada a quiénes se encuentran interesados e interesadas, el hacer un perfil bien estructurado aminoraría la misma cantidad de su público, por uno que se encontrara con los conocimientos teóricos necesarios para su entendimiento.

Su comunicación interna es muy buena, aunque haría un poco de falta reestructurar los objetivos generales hacía los particulares para tener acciones firmes así como resultados fuertes y trascendentes. La comunicación intermedia por otro lado, con sus alianzas ha podido crecer, también se ha limitado al mismo tiempo, una de ellas con la SEMARNAT sí se acaba, de igual manera lo hace su promoción, publicaciones y fuerza se debilitaran o se acabarán.

A grandes rasgos se entiende el proceso y participación para capacitar que realiza la A.C., pues decide como debe ser alcanzada la incidencia, además de la manera de lograrlo, con una participación estrictamente necesaria entre los participantes externos, (quienes participan en el taller, además de quienes se encuentran dentro de la organización) e internos.

Se conoce ahora cómo se logra trabajar desde el momento en que se quiere lograr algo, se busca, se lucha y se alcanza. Conocí las herramientas que utilizan en Mujer y Medio Ambiente para comunicar sus objetivos, misión y valores. La trascendencia del trabajo conjunto en la REGEMA, los alcances se hacen más fuertes, así como grandes.

Las estadísticas fueron una muestra de cómo el aprendizaje tuvo un tramo de frustración experimentado por todas las asistentes, por eso debe plantearse toda la información de la estrategia en un lenguaje más estandarizado, para que todo tipo de público pues tener acceso a él, entre otros aspectos, que ya he mencionado, así mismo las soluciones se encuentran diseñadas exactamente para solucionar los problemas de la organización.

En cuanto al análisis FODA los síntomas mostraron que sus debilidades provienen de la comunicación externa, pero sus amenazas provienen de la comunicación intermedia, es decir las alianzas de las cuáles depende para realizar algunas actividades, se vendrían abajo con la alianza. Se tienen grandes fortalezas, que no opacan a las debilidades, ya que a pesar de ser pequeñas, nos ayudan a expandir la efectividad deseada si se resuelven, las amenazas por otro lado si se cumplen pueden llegar a perjudicar de gran manera a la organización.

Tiene grandes posibilidades de mejorar de sobre manera, pues lo tiene todo, una buena base interna que puede desarrollar la externa, con la ayuda de una estrategia de comunicación externa.

En cuanto a mis objetivos todos se cumplieron, pues identifique tanto las funciones, herramientas y métodos comunicativos, la organización en definitiva cumple su misión de acuerdo a la adaptación política, social o económica, en dónde le hace falta trabajar es en las tendencias comunicativas relacionadas con la tecnología, además de nuevas percepciones conceptuales de organización.

También se conoce la forma de expresar su comunicación externa, los medios, mensajes, la manera de hacerlo y las fallas en las que se deben trabajar. Es rica la historia de Mujer y Medio Ambiente, cómo las mismas mujeres la construyen, la fundaron y se esfuerzan por mejorar cada vez más. Ahora se entiende la necesidad de trabajar en alianza, se obtienen resultados más fuertes y sustanciales.

Las hipótesis formuladas, se cumplieron, el entendimiento de la situación del agua y el género, así como las herramientas para formular acciones que resolverán el problema.

La hipótesis eje establece: la existencia de una estrategia de comunicación externa construida en Mujer y Medio Ambiente A. C., permitirá que la organización sea capaz de permear su mensaje de desarrollo, para la participación de las mujeres en el tema del agua.

Si bien no tienen una estrategia de comunicación externa formulada como tal, sí obtienen los resultados deseados como el transmitir el mensaje y ser absorbido por su público meta, a pesar de las dificultades, la mayoría pudo hacer suyo el conocimiento transmitido. Lo que concuerda con la segunda hipótesis: La estrategia de comunicación externa en Mujer y Medio Ambiente logrará una construcción práctica e ideológica en las mujeres hacia la equidad de género.

No fue su único logro, también sembraron autoestima, seguridad, sensibilidad a su entorno ecológico, tal vez el más importante; se pusieron los lentes de género, es decir, tienen una perspectiva más amplia para poder ver las desigualdades, abusos o discriminación por su género. Situación que puede ser afrontada con atención, exigir justicia, lograr una sustentabilidad con trabajo en equipo dejando de lado las creencias sociales.

El movimiento de la sociedad civil en nuestro país se encuentra creciente de tal manera que en la actualidad va cubriendo más áreas en la vida de las mujeres, obreros, empleados, niños, niñas de la calle, o de salud como el Cáncer. La estrategia de comunicación de Mujer y Medio Ambiente A.C. en definitiva se encuentra basada en los fundamentos de la comunicación para el desarrollo, donde la búsqueda por mejorar las circunstancias sociales, políticas y económicas de las mujeres es una prioridad.

Trabajar desde todas sus esferas para obtener a un ser humano en continuo crecimiento, interno y externo, ahora se cree en el desarrollo, en el trabajo en equipo, formar comunidades como apoyo a cada sujeto que lo conforma, simplemente en la autosustentabilidad. Eso es la estrategia de comunicación de Mujer y Medio Ambiente A.C.

4.2 SUGERENCIAS GENERALES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.

De acuerdo a las necesidades de Mujer y Medio Ambiente, así como de su entorno en el que se desenvuelve con su público, es importante plantear las siguientes actividades. Basado en el análisis realizado en el capítulo tres, antes desarrollado.

Las necesidades que se encontraron urgentes para su planteamiento, fueron las siguientes.

4.3 Corazón Ideológico.

Algunos aspectos con los que se debería de tener cuidado El expresar mediante un medio popular como lo es la página web las características generales, internas, su potencial, trabajo conjunto con la REGEMA, no sólo internaliza los objetivos, metas y misiones de la organización, también las hace plantearse como organizaciones civiles presentes, al establecer una relación entre ellas y su público externo, posibles voluntarios y donadores, así como los propios integrantes de la red.

Un diseño que comunique las características fundamentales de la organización, colores, logotipo, objetivos, valores, misión, visión, siendo los pilares de cualquiera de sus mensajes. No se debe olvidar incrementar el contenido de las actividades de la A.C., como sus: programas, trabajo e historial, diferentes talleres o convocatorias.

También se puede utilizar como foro de sus propias posturas, así como un medio inmediato para comunicar las actividades importantes de la organización. El hablar de su trabajo, dónde las mismas mujeres se sientan representadas, el uso de su información establecerá una relación coherente entre la organización y sus acciones.

Por supuesto que para los medios de comunicación, así como cualquier persona, es la página una tarjeta de presentación, cualquier persona que busque algo referente al feminismo y ecología, género, o escuche sobre la organización irá a buscar su precedente virtual en la web, pues es el primer acercamiento hacía cualquier organización en la actualidad.

4.4 Comunicación Externa.

Cualquier organización no puede ser identificada como tal en nuestro país si no tiene una manera de comunicarse con cualquiera de sus públicos, o posibles personas interesadas en sus temas y agenda. Las redes sociales han sido una excelente herramienta para seguir en contacto con la red de colaboradores, clientes, amigos o prensa.

Mujer y Medio Ambiente A.C. puede acceder a éste tipo de foros gracias a lo interesante e innovador de sus temas, de entre ellos destaca el medio ambiente. Uno de los objetivos sería reafirmar mensajes, información, crear nueva información, abrir espacios de opinión sobre la escuela, así como su trabajo, temas de coyuntura o hasta propuestas de nuevas agendas.

Actualmente organismos como el Programa Universitario de Estudios de Género, (PUEG), Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), Comunicación e Información de la Mujer A.C. (CIMAC), entre otras, son organismos que mantienen una página de internet de acuerdo a sus metas, misiones u objetivos, dónde han encontrado en las redes sociales como Facebook, Twitter entre otros, un canal para generar más impactos, pero además proveen constantemente, información, se mantiene vigentes en la opinión pública, sobre todo el objetivo es que participen.

Su efectividad radicará en la coherencia de la organización en sus mensajes, así como el criterio especializado en la información que se subirá, el entender la finalidad, así como el mensaje correcto, puede dar como resultado la respuesta deseada o un fracaso seguro.

En cuanto al material utilizado en la escuela de género, se debe plantear información sencilla, con material básico para poder trabajar con mejor efectividad el mensaje. De igual manera, se puede subir esta información a los portales. Necesariamente se les plantearía un curso a las mujeres para aprender a utilizar las redes sociales, para ir con la era de la información, que las ayudará a ser mejores ciudadanos.

Para finalizar una radio comunitaria ayudaría mantenerse en contacto con más mujeres, pues la mayoría de su público meta, no han podido actualizarse con el mundo virtual, representado un grueso destacable en nuestro país, además sería un foro tanto de información como de debate.

5. BIBLIOGRAFÍA.

CAPÍTULO 1.

- ❖ ADLER, Ronald. *Comunicación Organizacional: principios y práctica para negocios y profesiones*. Mc Gra Hill: México, 2005, 462 pp.
- ❖ AUDIRAC, Carlos. *ABC del Desarrollo Organizacional*. Trillas: México, 1994, 110 pp.
- ❖ BARTOLI, Annie. *Comunicación y Organización: La organización comunicante y la organización organizada*. Paídos: México, 1992, 221pp.
- ❖ BARQUERO Cabrero, José. *Comunicación Estratégica: Relaciones Públicas, Publicidad y Marketing*. McGraw Hill: España 2005, 239 pp.
- ❖ BELTRÁN, Luis. *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Universidad de Buenos Aires: Argentina, 2005, 54 pp.
- ❖ DAFT, Richard. *Teoría y Diseño Organizacional*, Thompson Editores: México, 2004.
- ❖ DAVARA, F. J.; *Estrategias de comunicación en marketing*, Dossat: Madrid, 2000, 1994.
- ❖ FAGES, J.B.; P. Cornille; B. Fery. *Diccionario de Comunicación*. Editor: Buenos Aires, 1977, 238 pp.
- ❖ FERNÁNDEZ, Carlos. *La Comunicación en las Organizaciones*. Trillas: México, 2002, 273 pp.
- ❖ GREIMAS Algridas, Julien. *Semiótica: Diccionario Razonado de la Teoría del Lenguaje* Gredos: Madrid, 1982.
- ❖ GARRIDO, Francisco J. *Comunicación Estratégica: las claves de la Comunicación Empresarial en el siglo XXI*. Gestión 2000: España, 2001, 243 pp.
- ❖ GARRIDO Buj, Santiago. *Dirección Estratégica*. McGraw Hill: Madrid, 2004, 327 pp.
- ❖ LIBAERT, Thierry. *El plan de Comunicación Organizacional*. Limusa: México, 2008, 284 pp.
- ❖ MARTÍNEZ de Sousa, José. *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*. Parainfo: Madrid, 1992, 572 pp.
- ❖ MATTELART, Armand. *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós Ibérica: Barcelona, 1997, 142 pp.
- ❖ MEFALOPOLUS, Paolo. *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*. The World Bank: 2008, Washington DC. , 226 pp.

- ❖ MESA REDONDA SOBRE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO (1986: Instituto para América Latina). *Comunicación para el Desarrollo*. Instituto para América Latina: Lima, 1987, 334 pp.
- ❖ MOTA, Ignacio H. *Enciclopedia de la Comunicación: Artes, Ciencias, Técnicas*. Limusa: México 1999.
- ❖ PÉREZ, Rafael A. *Estrategias de Comunicación*. Ariel: España, 2006, 275 pp.

FUENTES:

- ❖ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. [en línea] 13 de noviembre del 2009, Dirección URL: <http://www.undp.org/spanish/mdg/index.shtml>.
- ❖ Banco Internacional de Desarrollo. [en línea] 25 de marzo del 2010. Dirección URL: <http://www.iadb.org/projects/project.cfm?id=EC-M1039&lang=es>.
- ❖ Documento Escolar: GARCÍA Blanco, Jorge. *El Plan Estratégico de Comunicación Integrada (Comunicación interna y externa)*. UNAM: FCPYS, 2007, 13 pp.

CAPÍTULO 2.

- ❖ ACOTTO, Laura. *Las organizaciones de la sociedad civil*. Espacio: Argentina, 2003.
- ❖ ALVARADO, Bernardo. *La ilusión del Buen Gobierno. Sociedad Civil, democracia y desarrollo humano en América Latina*. Compiladores UNESCO - MOST: Montevideo, 2004.
- ❖ ÁLVAREZ, Lucía. *La sociedad Civil en la Ciudad de México. Actores sociales, oportunidades políticas y esfera pública*. UNAM Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Plaza y Valdés: México, 2004, 270 pp.
- ❖ BELTRÁN, Luis. *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Universidad de Buenos Aires: Argentina, 2005, 54 pp.
- ❖ BOUILLE, Mirtha. *Asociaciones, alianzas y globalización*. EPOCA: Argentina. 2001, 236 pp.

- ❖ ENCINAS R., Alejandro (et. al). *La Equidad de Género en la Administración Pública; capacitación para el personal del Gobierno del D.F. Fundamentos Teóricos.* - 1ª ed. -, Instituto Nacional de las Mujeres: México, 2006.
- ❖ FERNÁNDEZ, Ana M. *La política, la Sociedad y las Mujeres.*- 1ª ed. – Casa Abierta al Tiempo UAM Xochimilco e Instituto Nacional de las Mujeres: México, 2003, 111 pp.
- ❖ FERNÁNDEZ Poncela, Ana. *La Política, la sociedad y las mujeres.*- 1ª ed. -. Universidad Autónoma Metropolitana: México, 2003, 111 pp.
- ❖ GAMBA, Beatriz. *Diccionario de estudios de Género y Feminismo.* – 1ª ed. -, Biblos: Buenos Aires, 2007, 373 pp.
- ❖ GIRARDO, Cristina (et. al). *La profesionalización de las OSC en México: actores y estrategias.* El colegio Mexiquense A.C.: México, 2007, 164 pp.
- ❖ MÉNDEZ, José L. *Organizaciones civiles y políticas en México y Centroamérica.* Academia Mexicana de Investigación en Políticas Públicas, Porrúa: México, 1998, 495 pp.
- ❖ OLVERA, Alberto J. *La sociedad civil: de la Teoría a la Realidad.* El colegio de México: México, 2001, 362 pp.
- ❖ PEARCE, Jenny (et. al). *Desarrollo ONG y Sociedad Civil.* Intermón Oxfam: Reino Unido, 2002, 224 pp.

FUENTES:

- ❖ Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. [en línea] 12 de Marzo del 2011, Dirección de URL: <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/4/23.htm?s=> .
- ❖ Proyecto Ensayo Hispánico. [en línea] 14 de Marzo del 2011. Dirección de URL: <http://www.ensayistas.org/critica/generales/C-H/mexico/hierro.htm>.
- ❖ *s/a. 49 Aniversario del Sufragio Femenino en México*, [en línea], México, *La Jornada.unam.mx*, 14 de Marzo del 2011, Dirección de URL: http://www.jornada.unam.mx/2002/11/04/articulos/51_sufragio49.htm.
- ❖ Comunicación e Información sobre la Mujer. CIMAC. [en línea], México, 19 de Marzo del 2011. Dirección URL: http://www.cimac.org.mx/cedoc/ciudadania_mujeres/1_sufragio_femenino/una_breve_mirada_e_n_pro_de_derechos_mujer.pdf

- ❖ Roberto Zampani, *La Sociedad Civil Organizada: revisando conceptos para su comprensión* [en línea], Costa Rica, IV Conferencia Regional ISTR-LAC, 10 de Octubre del 2003, Dirección URL: http://ftp.ruv.itesm.mx/pub/sociales/massociedad/conceptos_sociedad_civil.pdf,
- ❖ RRPPnet, El portal de las Relaciones Públicas. [en línea] 4 de Febrero del 2011, Dirección URL: <http://www.rrppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm>.

CAPÍTULO 3.

- ❖ DEBASE, A.C.; Grupo de Estudios Ambientales, A.C. *Síntesis Documental 3 Foro Mexicano de la Sociedad Civil*, - 1ª ed. – s/e: México, 1992, 124 pp.
- ❖ SALAZAR Ramírez, Hilda; RODRÍGUEZ Herrera, Brenda. *Modelo de Planeación de Políticas del Agua con Enfoque de Género en la Ciudad de México*. - 1ª ed. –, s/e, México, 2007, 93 pp.
- ❖ Red de Género y Medio Ambiente. *Género en las Políticas de Agua en México*.- 1ª ed. –, s/e; México, 2006, 7 pp.

FUENTES:

- ❖ Documento de la Organización: Red de Género y Medio Ambiente. *Carta de Presentación*. s/e, México, s/lugar de edición, 5 pp.
- ❖ Mujer y Medio Ambiente A.C. *Curriculum*. s/e, México, Marzo 2009, 8 pp.
- ❖ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. [en línea] 10 de mayo del 2010, Dirección URL: <http://www.undp.org/>.
- ❖ Instituto Nacional de las Mujeres. [en línea] 23 de Mayo 2010, Dirección URL: <http://www.inmujeres.gob.mx/sala-de-prensa/inicio-noticias/223-a-pesar-de-avances-aun-es-muy-baja-la-participacion-de-mujeres-como-empleadoras.html>
- ❖ s/a, “Calculan que 70 por ciento de los mexicanos no lee”, [en línea], México, *El Universal.com.mx*, 30 de Agosto 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/420580.html>. [consulta: 30 de Agosto de 2010].

6. ANEXOS.

6.1 Matriz Heurística¹

Tema: Estrategia de Comunicación Externa en las Asociaciones Civiles. Caso: “Mujer y Medio Ambiente A.C.”	
Qué (Hechos) 1. Comunicación 2 Comunicación Organizacional 3 Tipología de las Organizaciones 4 Herramientas y Prácticas de Comunicación según el tipo de Organización	Por Qué (Explicación) 1 Proporcionará la base y descripción de las funciones de los emisores, canales y receptores de mensajes en éste tipo de organizaciones 2 Nos dará los lineamientos para poder entender el tipo de mensajes, comunicación o las características comunicativas de la organización 3 Conoceremos las necesidades y características esenciales de la organización 4 Son elementos que nos permitirán mejorar las estructuras comunicativas dependiendo de los caracteres de cada organización 5 Entender que es un plan, será el principio para poder entender los objetivos comunicativos de la organización que le dan

¹ Antiga y Tenorio 2006 *Guía para Realizar Proyectos de Investigación.*

<p>5 Plan General de Comunicación</p> <p>6 Estrategia de Comunicación Externa</p> <p>7 Comunicación para el desarrollo</p>	<p>forma a las estrategias</p> <p>6 Tener claro que conforma a una estrategia de comunicación externa, para poder basarnos y ver lo que le hace falta, le sobra o necesita la estrategia de Mujer y Medio Ambiente A.C.</p> <p>7 Permitirá darle más sustento a los objetivos de la organización, pues se basan en éste concepto para poder alcanzar su ideal</p>
<p style="text-align: center;">Cómo (Método)</p> <p>1 El análisis se enfocará a la Escuela de género que es básicamente su estrategia de comunicación externa</p> <p>2 Se utilizará como modelo el expuesto por Libaert, Tierra en su libro <i>El plan de Comunicación Organizacional</i>, para la planeación de una estrategia, así mejorar la ya existente</p> <p>3 Se tomará en cuenta a grandes rasgos las características y funciones de la Organización, información necesaria para entender la estrategia como: Historia, Productos y Servicios, Entorno general y particular</p>	<p style="text-align: center;">Dónde (Fuente de Consulta)</p> <p>1 Fernández, Carlos. <i>La Comunicación en las Organizaciones</i> – 2ª ed. – México: Trillas 2002. (reimp.2006), 273 pp.</p> <p>2 Álvarez, Enríquez Lucia. <i>La sociedad civil en la Ciudad de México-: actores sociales, oportunidades políticas y esfera pública</i>. México, Plaza y Valdés 2004</p> <p>3 Fernández, Carlos. <i>La Comunicación en las Organizaciones</i> – 2ª ed. – México: Trillas 2002. (reimp.2006), 273 pp.</p>

<p>4 Análisis de la estrategia: ¿Cuáles son sus objetivos?, ¿medios?, ¿mensajes, quiénes los transmiten?, ¿destinatarios? y ¿cómo se lleva a cabo?</p> <p>5 Evaluación de la estrategia: ¿qué efectos se obtienen? de manera cualitativa habrá entrevistas con los integrantes de la organización y de manera cuantitativa se harán encuestas para ver los resultados de la escuela de género hacia las mujeres que asisten</p>	<p>4 Bartoli, Annie. <i>Comunicación y Organización: La organización comunicante y la organización organizada</i>. México, Paídos, 1992, 221 pp.</p> <p>5 Libaert, Thierry. <i>El plan de Comunicación Organizacional</i>, México, Limusa, 2008, 284 pp.</p> <p>6 Lovera, Sara (coord. General) <i>Estrategias de Comunicación y Visibilidad para las OSC</i>, CIMAC A.C., México, 2004.</p> <p>7 Pe Imbert, Adriana, (et. al.) <i>Comunicación para el desarrollo en México</i>, México, D.F. Asociación Mexicana de Investigadoras de la Comunicación 435 pp.</p>
<p>Hipótesis, Aportación o Propuesta</p> <p>La existencia de una estrategia de comunicación externa construida en Mujer y Medio Ambiente A. C., permitirá que la organización sea capaz de lograr permear su mensaje de desarrollo, para la participación de las mujeres en el tema del agua.</p>	

6.2 INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DEL CAPITULADO.

Capítulo 1.

6.2.1 Tipología de las Organizaciones.

Éstas son el tipo de organizaciones con el que la comunicación trabaja para enriquecer y llegar a cumplir con claridad sus objetivos. De acuerdo con Collado existen estos sectores productivos de la sociedad:

1. *Organizaciones del Gobierno Federal, estatal y municipal*: su función es el Estado de derecho y la cultura de la legalidad para posibilitar la convivencia pacífica y productiva entre individuos e instituciones en un territorio geográfico determinado.
2. *Empresas*: generan riqueza material y desarrollo económico tanto dentro de su territorio geográfico nacional de origen como fuera del mismo donde le sea permitido operar.
3. *Organizaciones de la sociedad civil, filantropías, voluntariados, ONGS, etc.*: captan ahorro nacional e internacional, del sector público y privado para ayudar a crear oportunidades de desarrollo sustentable y vida digna a individuos y comunidades en sus respectivos ecosistemas.

Las organizaciones de la sociedad civil, manejan un producto que podría no ser material, de hecho no lo es, pues por medio de información, mensajes, estrategias, basadas en la comunicación para el desarrollo toman una cohesión para formular sus propias herramientas comunicativas, para dar como resultado un cambio trascendental en la vida de las personas que se interesan por las causas, ya sea como beneficiario, voluntario, o para apoyar a la causa como parte de la institución.

Entonces la comunicación organizacional se utiliza como herramienta para poder transmitir esas causas, esos objetivos, comunicando la importancia de la organización, así como las acciones que ella realiza, creándose una imagen, posicionamiento, pero lo más

importante es no dejar la causa de lado, es un elemento que define a las organizaciones de la sociedad civil, así como su trabajo en ellas.

6.2.2 Herramientas y Prácticas de comunicación según el tipo de Organización.

Organizaciones del Gobierno Federal, estatal y municipal

Herramientas: Utiliza de acuerdo a su tamaño a grandes medios de comunicación, ya que su alcance puede ser muy grande o pequeño pero en conjunto tiene una arma poderosa, ya sean nacionales, locales, federales o municipales, como la radio, televisión, el Diario Oficial de la Federación, (DOF) sus herramientas, cada una de ellas comunican a un cierto público.

Prácticas: Con información sin una perspectiva objetiva, se basan en informar los hechos, cambios o contribuciones hacia la sociedad mexicana. A nivel interno aún utilizan elementos como el memorándum, oficio o el periódico mural, además de periódicos oficiales, para realizar procesos de trámite. En unible externo lo que hacen es tener una pobre comunicación, con letreros con información decoro realizar un trámite pero sin una idea clara de cómo hacerlo en realidad.

Empresas

H: Sin importar el tipo de empresa, los medios de comunicación a nivel interno en la actualidad se basan en tener un periódico mural, boletines, memorándum, oficios, para un mensaje estrictamente formal, para informar de manera más amigable y actualizada algunas han encontrado una herramienta más efectiva para tener un mejor vínculo con los empleados, como el e-mail, hi.5 o Facebook.

Para el exterior el más famoso es la página web, pero también utilizan carteles publicitarios, anuncios, comerciales televisivos, spots, o videos empresariales, que han sido la novedad por transmitir de manera más amable y sencilla información que pareciera ser

pesada, como la requerida en un banco, nicho que se ha comenzado a explotar con buenos resultados.

P: El periódico se utiliza para hablar de las ventajas de trabajar en esa empresa, los beneficios, así como las acciones que ha tenido a favor de sus empleados, también algunas han encontrado en los nuevos foros sociales, mientras que los medio que utilizan para el exterior cumplen la función de para dar a conocer las promociones, servicios, beneficios, o una de las mejores y baratas es la publicidad de boca en boca, sin gastar un centavo se posiciona sola, ya sea por su trabajo, producto o servicio.

Organizaciones de la sociedad civil, filantropías, voluntariados, ONGS, etc.

H: Basándose en la comunicación para el desarrollo, utilizan herramientas para comunicarse con sus públicos con diferentes programas o estrategias, como lo son las escuelas, que van más hacia un ámbito educacional, talleres o cursos. Sus objetivos se basan en la instrucción y aprendizaje de quién es afectado, su familia o quines pueden ayudar a cambiar la situación ya vivida.

P: La finalidad es lograr por medio de información proveer de herramientas, conocimiento, un cambio ya sea conductual o de percepciones, crear consciencia de un problema social, ambiental, político, etc., en cuanto al problema a tratar. También se utilizan medios locales como: radios comunitarias, periódicos locales o hasta el uso del e-mail ha sido retomado por lugares sin acceso a la televisión, pero que si tiene acceso a una conexión telefónica.

La comunicación organizacional, ayuda a precisar y unir las misiones, además de sus objetivos para integrar estos elementos en una estrategia de comunicación estructurada, coherente, eficaz con calidad hacia sus públicos, con un mensaje bien conformado por los temas centrales, que sería las herramientas principales para alcanzar el crecimiento, aprendizaje, empoderamiento, participación y desarrollo.

Esos objetivos son exactamente los mismos que busca la comunicación para el desarrollo, es por eso que es importante se de esa cohesión, por un lado el marcar con exactitud las misiones y objetivos de la organización, ya que serán las guías para poder llevar a cabo el plan, por ende también las estrategias de comunicación lo más eficaz posible, todo para obtener un cambio, en especial una acción participativa.

Así la comunicación organizacional y la comunicación para el desarrollo actúan en un sistema económico nada favorable para cubrir con las necesidades innatas al ser humano, como la salud, educación, equidad, hambruna, aspectos que se han desprovisto de una cotidianidad política, pero que la comunicación para el desarrollo se ha dado a la tarea de cubrir y la comunicación organizacional es un instrumento para llegar a sus fines.

6.3 Plan General de Comunicación Organizacional.

“Es un medio que permite incrementar el valor interno de una actividad, incluso de una profesión. [...] es un método que permite integrar la comunicación a la estrategia de la empresa [...] el plan debe ser ante todo, un instrumento operativo que proporcione la programación y la agenda de las acciones futuras.”²

También el plan de acuerdo a Libaert, es un conjunto de disposiciones adoptadas para ejecutar un proyecto, donde las acciones deben ser coherentes, en donde la planificación se basará en una investigación, análisis de limitación de los problemas, dónde lo siguiente es programar y presupuestar el plan, para después llevarse a cabo.

Si tomamos en cuenta la visión funcional de la administración, es necesario entender que la planeación busca construir objetivos basados en sus prioridades, elegir los medios más adecuados hacia sus metas, asegurándose que estos alcancen los objetivos ya implantados.

Para mantener un proceso efectivo del plan de comunicación, la evaluación, monitoreo y modificación, serán pasos para mantener o corregir de manera constante, desde cerca.

Contenido de un Plan:	
1. Responder a las preguntas de Harold Laswell:	¿Cuál es el mensaje, objetivo y contenido tono o registro?
	¿Quién transmite el mensaje, cuándo se transmitirá?
	¿Quiénes son los destinatarios?
	¿Por qué canal hay que comunicar?
	¿Cuáles serán las consecuencias de la comunicación?
	¿Lugar al que se transmitirá el mensaje?
Fuente: Thierry Libaert, <i>Ibid.</i> , p.30	

² Thierry Libaert, *Op cit.*, p. 51.

La fase de análisis nos dará las respuestas para plantear el camino por el que se va formulando el plan de comunicación, estrategias y acciones. El análisis interno de las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las amenazas y oportunidades.

Basado el Plan en un análisis debe responder a:	
1. ¿Qué conviene hacer?	Amenazas y Oportunidades
2. ¿Qué se puede hacer?	Fortalezas y Debilidades de la empresa
3. ¿Qué se quiere hacer?	Valores y Aspiraciones de los directivos
4. ¿Qué se va hacer?	Estrategias y plan de acción
Fuente: A.C. Martinet, <i>Stratégies</i> , Vuibert. p. 232.	

A grandes rasgos el Plan de Comunicación Organizacional, lo que busca es implementar basado en los objetivos e ideología de la organización, un esquema capaz de proveer, además de distribuir a determinados destinatarios elementos que lleven a la organización a cumplir con sus objetivos, por medio de acciones bien diseñadas.

6.3.1 Estrategia.

Una de las definiciones más aceptadas de estrategia, es cuando se le relaciona con la guerra, disciplina que se le considera un arte, dónde la estrategia es una línea de acción o alternativa estratégica, con el fin de evolucionar hacía un ideal. Para establecer la estrategia se realiza un análisis completo de las cualidades positivas y negativas del adversario, de esa misma manera se observa cuáles son las propias deficiencias, o puntos positivos.

Confrontación es el elemento principal de la estrategia, viene de las teorías administrativas, pues en todo momento se piensa que es lo necesario para mejorar ante la competencia, un desajuste en el entorno, o para intensificar el poder dentro de la organización, darle extras a los productos, servicios, etc.

En los años setenta la definición de estrategia dependía del concepto de organización que se tenía, en ese momento era vista como un elemento considerado como parte del entorno, y al mismo tiempo limitado por este, así como por la competencia.

.Si bien la estrategia, de acuerdo a su trabajo, lo que hace es llenar lagunas entre lo que se busca hacer y lo que se hace, también es una constante reafirmación de sus objetivos, misiones, valores, pero sobre todo a darse cuenta del sentido carente o implícito que lleva la organización en sus acciones.

De esta forma la estrategia es conocida de manera muy general como una acción encaminada a conseguir algo en un momento, bajo condiciones determinadas, vista además como una idea que integra todas las líneas de la acción, pues en ella está cambiar de manera rotunda las formas de trabajo para llegar a un fin establecido, y así poder ver si aún es o no el camino para conseguirlo.

Para Santiago Garrido la estrategia debe ser concebida como **“un mero medio para conseguir el logro de los objetivos organizacionales”**³ Va de la mano con la idea de A. Chandler, pues al ser un medio para obtener, es necesario sincronizar e integrar tanto de objetivos, como planes, teniendo como ejes los recursos disponibles, así como las características de un entorno en constante cambio.

Learned, Crstensen, Andrews y Guth, por otro lado son autores que consideran que la estrategia se asimilaría al posicionamiento, además de acciones de la empresa dirigidas por un entorno competitivo, llevándola así a un crecimiento, restructuración en el mejor de los casos, o al abandono, bancarrota, embargo, etc.

Michael Porter, además de otros, ven a la estrategia como una respuesta acerca de las capacidades de la organización, recursos, capacidades, oportunidades, amenazas del entorno, siempre y cuando está respuesta, lleve a una ventaja competitiva sobre las demás.

³ Santiago Garrido Buj, *Dirección Estratégica*, Madrid, McGraw-Hill, p.10.

George Steiner, considerado como uno de los iniciadores en los orígenes y en el desarrollo de planificación estratégica, define a la estrategia en su libro *La planificación Estratégica* como:

- ❖ Variable y esencial para quienes se dedican a la gestión, haciéndose importante para toda la organización.
- ❖ Se basa en propósitos, misiones o metas.
- ❖ Consiste en acciones importantes de carácter necesario para realizar y entender.
- ❖ La estrategia contesta a las preguntas, ¿cuáles son los fines que buscamos? y ¿cómo deberían alcanzarse?

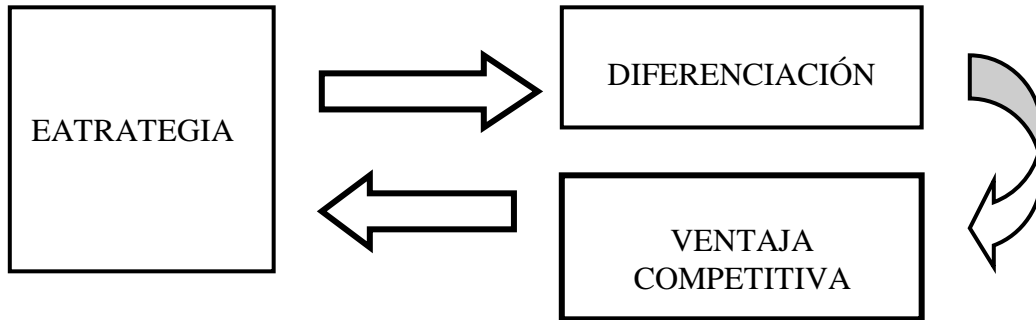
Kenneth Andrews tiene otro enfoque acerca de estrategia como: un modelo basado en fines, propósitos u objetivos, que definen a la empresa de acuerdo con su planeación y política.

De acuerdo a con todos los autores mencionados podemos decir que la estrategia es:

- ❖ Algo que se encuentra basado en los fundamentos de la organización a largo plazo, que define a sus planes, acciones y prioridades.
- ❖ Una herramienta para seleccionar cómo quiere posicionarse, o definir la manera como actuará en su entorno competitivo.
- ❖ Mecanismo que orienta en la toma de decisiones en todos los niveles integrando y dándole cohesión al objetivo general, haciéndolo común e individual.
- ❖ Arma que apunta hacía el desarrollo de competencias y habilidades convirtiéndolas en fortalezas ante cambios del entorno.

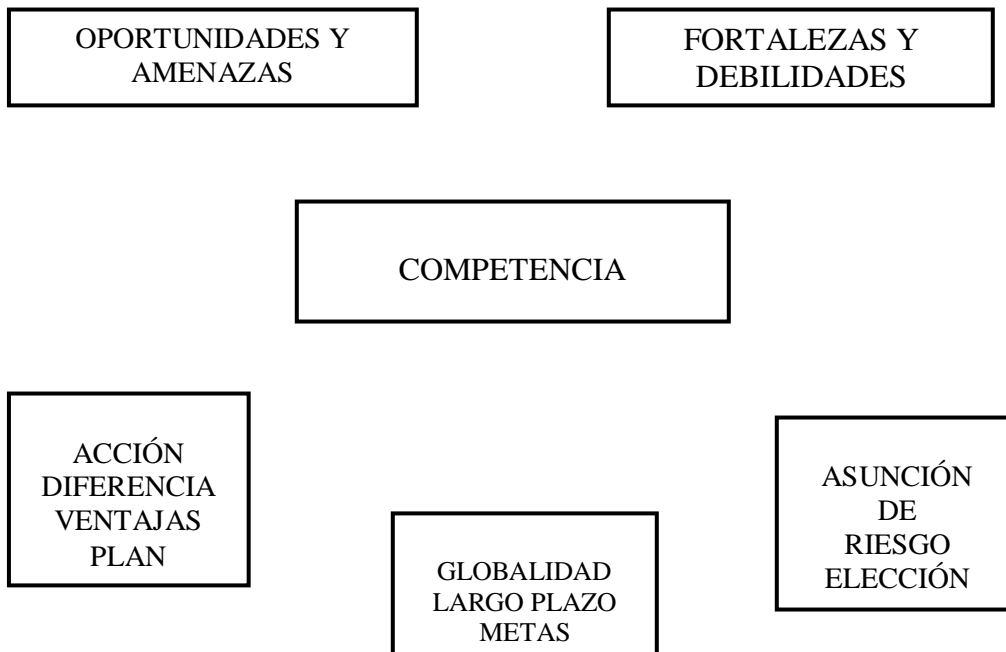
Tal vez una de las características más importantes de la estrategia, si es realizada con creatividad, se pueda definir como diferente ante su competencia, lo que se traduce en ventajas competitivas, característica también conocida en la administración como diferenciación como estrategia.

6.3.1.1 La Diferenciación como Estrategia



Fuente: *Ibid.*, p. 13.

6.3.1.2 Elementos que Configuren la Estrategia



Fuente: *Ibidem.*

6.4 Comunicación Estratégica.

El poder que genera la comunicación estratégica es palpado cuándo una empresa no ha podido reafirmarse como tal, es decir, instaurar una identidad propia, pues en la mayoría de las ocasiones el trabajador se muestra como un ente externo a la organización. Sí existiera esa identidad los trabajadores se definirían como parte de la empresa, sus acciones las percibirían como representaciones fieles de ideologías y concepciones de esa misma organización, entenderían su lugar, así como el poder conjunto del que son parte.

Lo que hace la comunicación estratégica es hacer de un problema un objetivo a cumplir, con una dirección y administración en actividades comunicativas, (estrategias y tácticas), empleadas para resarcir planteamientos erróneos que con su aplicación nos van mostrando por que medios se pueden ir solucionando.

Una solución en la comunicación es una idea o bien es una estrategia, la cual se expresa en diferentes formas como: estrategias de campaña, estrategias de comunicación corporativa, de comunicación interna, externa, utilizando como tácticas el marketing, mix de medios, mensajes, promocionales, programación y contraprogramación, etc.

Al administrar la comunicación se establece un camino, para marcar los canales con los que se trabajaran y llegar a determinados resultados u objetivos con una eficacia dependiente de: ¿cómo?, ¿cuándo?, y ¿de qué forma se plantean los mensajes? La comunicación para Rafael Alberto Pérez, es una forma de *acción e interacción simbólica*, que se manifiesta de forma estratégica cuando:

- 1) Se produce en una Situación de Juego

Intervienen varios jugadores, al menos dos son los considerados como actores sociales: Comunicadores e Interlocutores, así como todos aquellos que por medio de acciones afectan el resultado del juego. Existen varias razones para llevarse acabo el juego, como la

partida, precisada como la acción realizada para buscar ganar, cooperar (establecer alianzas), divertirse o en el peor de los casos perder.

Los jugadores son hombres que buscan relacionarse con su entorno, son sociables, por esa razón interactúan con otros hombres, formando así diferentes tipos de interacciones comunicativas.

“En estas partidas comunicativas lo habitual es encontrarnos con un número plural de jugadores colectivos organizados, que se comunican de forma indirecta con grandes colectivos de jugadores no organizados con el ánimo de movilizarlos de forma lo más acorde posible con los objetivos de los primeros y las aspiraciones de los segundos”.⁴

Si hablamos de las bases que forman este juego, debemos mencionar los intereses de los comunicadores hacia los interlocutores, – como lo sería el posicionamiento de una organización o marca, imagen, campaña de promoción, aumento en sus ventas, relaciones públicas, etc. -, quienes responderán ya sea de manera positiva o negativa, de acuerdo a sus necesidades, cultura, ideología, edad, en resumen dependerá de las características del público.

2) Toma de Decisiones ante la Incertidumbre

Importante es tomar en cuenta la incertidumbre que generan los otros jugadores, que así como existen quienes se encargan de tomar decisiones, consideren la participación de otras personas (jugadores) o agentes externos. Todos estos elementos se conjugan para provocar en la partida, (acción), ciertos resultados positivos o negativos de acuerdo a los objetivos establecidos.

Un elemento más en esta ecuación es la libertad, pues gracias a ella los jugadores (receptores), adoptaran la decisión más conveniente. Debemos destacar que si existe un error las consecuencias serían críticas; pues con la comunicación se podría arruinar

⁴ Rafael Alberto Pérez, *Estrategias de Comunicación*, España, Ariel, 2006, p.455.

reputaciones, imágenes corporativas, perder elecciones, o tal vez hacer mala publicidad, todo como consecuencia de una mala estrategia, establecida por un diagnóstico erróneo.

3) Intervienen los Contextos Sociales

La partida es el escenario dónde se lleva a cabo el juego, que se esperaría fuera neutral, con un cierto público que puede estar o no informado, acerca de sus antecedentes, recursos económicos, intelectuales, etc. Para realizar el proceso de contextualización hay que interpretar, factores situacionales, culturales, circunstanciales, económicos, políticos, sociales, etc.

4) Asignación de Objetivos.

En la comunicación, así como en otras materias que buscan formar un futuro trabajando en un presente, las acciones comunicativas se realizan bajo deseos de progreso, alcanzar nuevas metas, éxito en el lanzamiento de un producto, mantenimiento de la imagen, etc. Por esa razón se planean rutas de una comunicación estratégica, conformada por acciones que en determinado momento provoquen un objetivo deseado o planteado.

De acuerdo con Rafael Pérez la teleología de la acción nos enseña a esperar varios resultados posibles, imaginando e intuyendo o investigando diferentes escenarios, para después crear los resultados esperados basándose en la influencia ostentada por esas variables. Se diseña así un presente para influir en un futuro con resultados ideados y específicos.

Otra variable es la intención, pues va más allá de ser un objetivo, es en realidad el origen de las metas a cumplir, de realizar determinadas acciones, compromisos, resultados o ganancias. Por otro lado la comunicación estratégica, es decir, **“[...] hay una intencionalidad consciente orientada a controlar esa comunicación y, a través de ella, la situación conflictiva o cooperativa del juego y el resultado futuro que se pretende.”**⁵

⁵ Rafael Alberto Pérez, *Op cit.*, p. 457.

Con lo anterior sabemos que es esencial para obtener un determinado resultado, saber que mensajes y significados serán los correctos para lograr metas singulares, aunque para Rafael dependerá de la coordinación en la producción o transmisión de los anteriores el fracaso o el éxito. Entendemos así a la intención y los fines como variables que determinaran el diseño del mensaje, discurso o plan.

5) Análisis de Elementos para Decidir

Para elegir se debe primero pensar, ¿qué nos llevará a hacerlo? , además de los tradicionales ¿quién? (publico meta), ¿qué? (mensajes, contenido), ¿cómo? (creación, codificación y estructuración), además ¿cuándo?, así como ¿dónde? (selección de medios /planificación).

Actualmente no sólo se debe preocupar por elegir la mejor opción o más conveniente, sino también la que vaya más con las características de la organización, así plantear un discurso coherente y bien diseñado.

Un ingrediente que no debe faltar en cualquier trabajo de comunicación es la creatividad, por ser la mejor forma de atacar, luchar o salvar de la bancarrota a una organización, de esa chispa depende que tan eficaz sea la estrategia. Su complemento son los medios de comunicación, son dirigidos para cumplir con los objetivos, haciéndose valer también de la publicidad, relaciones públicas, redes sociales, patrocinio, Internet marketing, etc.

También se puede hacer uso de la comunicación mix; que conocemos como la mezcla adecuada de diversos sistemas comunicativos para abordar un problema concerniente a la comunicación, estos pueden ser individuales, interpersonales, directos mediáticos masivos, etc.

6) Establecimiento de Alternativas de Acción

Si queremos establecer o elegir una estrategia de comunicación es importante construir un curso de acción, pues para lograr un objetivo se deben tomar decisiones formuladas en tácticas y estrategias, con mensajes diseñados hacia cierto camino. Estos mensajes es mejor transmitirlos de manera corta, plural, conocidos por Rafael como *mensajes fuerza*, utilizados de preferencia hacia el exterior.

7) Valoración de Alternativas

En este espacio se analizaran las alternativas más convenientes, de acuerdo al contexto, tomando en cuenta además las acciones que realizamos, así como en las posibles reacciones obtenidas de los demás jugadores al enviar ciertos mensajes o posibles cursos de acción.

Al valorizar determinadas circunstancias es necesario cuestionarse ¿cuáles son las prioridades?, ¿de acuerdo a qué lo son?, así determinar las opciones que se tienen, ver si son coherentes, oportunos, sus ventajas, viabilidad y consistencia.

8) Elección de la Estrategia

Hay que tomar en cuenta, ¿cuándo una estrategia debe ser aplicada?, pues en muchas ocasiones todo se quiere resolver de la misma manera, con comunicación y no siempre es el camino que resolverá ciertos problemas, por ejemplo si un producto no se vende, (no por no ser conocido hacia su público), la causa es que el producto no cumple con lo que promete, entonces no es problema de su campaña comunicativa.

Las estrategias de comunicación deben ser aplicadas cuando:

- a) Se ha detectado una amenaza u oportunidad real o potencial en contra o a favor de los objetivos planteados, o se busca un cambio.

- b) Cuando la amenaza, oportunidad y cambio son más que importantes, justificándose así el trabajo y esfuerzo para cambiar la conducta de una o más personas.
- c) Se encuentran seguros de que la comunicación es la mejor herramienta para resolver el conflicto u oportunidad.

9) Ejecución, Control y Evaluación

Cuando nos encontramos seguros de que la estrategia que hemos realizado es la correcta para un buen funcionamiento, se debe aplicar de manera perfecta, para ver los resultados tan deseados.

Después el monitorear las acciones y los resultados reales producidos, si estos fueron los esperados, se puede decir que la estrategia ha sido eficaz. Si no es el caso es importante analizar cuáles fueron los errores, para corregirlos dándoles menos impacto a los elementos negativos, retomándolos en cuestiones futuras.

“[...] la comunicación estratégica es una forma de acción social que se caracteriza por producir una situación de juego estratégico en la que los jugadores hacen uso de la interacción simbólica para resolver problemas o maximizar sus oportunidades.”⁶

Para concluir la comunicación estratégica sirve como cauce al poder de la comunicación, repercutir en una obtención de resultados deseados en el juego que nos encontramos. Esa orientación depende de control y organización, es decir, es fundamental estructurar, hasta administrar la comunicación. Se necesita para ello, tener una teoría, diseñar un mensaje corto, contenido concreto, para finalmente monitorear los resultados, para cualquier ajuste.

⁶ *Ibid.*, p. 462.

Capítulo 2

6.5 FEMINISMO.

Desde que el nacimiento de la humanidad se da en la tierra, cada individuo tiene diferentes responsabilidades y actividades, de las cuales dependía su vida, así como su linaje como especie. Al principio tanto los hombres como las mujeres cazaban para sobrevivir del frío, hambre o de ser presas de otros carnívoros, aunque con el tiempo al encontrar las herramientas para asentarse, la manera de vivir así como las actividades y responsabilidades, transforman el sistema.

Ahora los hombres salen a cazar y las mujeres cosechan su tierra, así poco a poco se van dando cuenta de lo que puede hacer cada uno. Pero si hablamos de productividad, a la mujer siempre se le considero inferior, pero además un artículo valioso de intercambio.

La mujer con el tiempo se trata como ganado, se hacían intercambios por dinero, tierras, por cosechas, etc. así es como la mujer comienza a verse como una posesión, además de intercambiable, es redituable.

De igual manera llegamos al siglo XVII, antes de la ilustración dónde la mujer no tiene ningún reconocimiento político e igualdad legal. Pero comienza a cocinarse una lucha originada de la injusticia, así como la marginación política y social.

Con la ilustración en el siglo XVIII, las mujeres encontraron en estas aparentes ideas revolucionarias más libertad para participar en movimientos revolucionarios, pero cuando los hombres lograron el reconocimiento de sus derechos civiles y políticos, la igualdad era descartada por considerar a la mujeres como irracionales.

Es más la idea de que por naturaleza la mujer “era inferior al hombre” seguía en voga, aunque su origen pareciera opaco, - edad media-, con un postulado que comprendía la inferioridad natural de las mujeres y una superioridad natural de los hombres.

Cristine de Pisan a mediados del siglo XIV, es la primer mujer en refutar de manera formal los argumentos misóginos que defendían la inferioridad de las mujeres, por medio de la razón, rectitud y justicia, es su libro *La ciudad de las Damas* en (1405).



Cristine de Pisan. Fuente: [http://www.fotolog.com/reino de sevilla/34801135](http://www.fotolog.com/reino_de_sevilla/34801135)

Poulan de la Barre en su libro *La igualdad de los sexos* en (1673), su objetivo era demostrar igualdad natural entre los dos sexos, refutando costumbres, prejuicios vigentes en la sociedad, es decir, combatir la desigualdad sexual con educación.

Años después en 1791 para ser exactas Olympe de Gournes, escribió: *La Declaración de los derechos de la Mujer y la Ciudadana*, (tomó como modelo la declaración de derechos del hombre y el ciudadano del ciudadano de 1789), hecho por el fue guillotinado dos años después de publicar su libró.



Olympe de Gournes. Fuente: <http://thenewworldofthehistory.wordpress.com/2011/02/05/se-redacta-la-primera-declaracion-de-derechos-de-la-mujer-y-de-la-ciudadana/>

Mary Wollstonecraft autora del libro *Vindicación de los Derechos de la Mujer* (1792), reclama los derechos como ciudadana, sin retomar a la ilustración, pero sí las bases del feminismo. El feminismo es un “[...] concepto que se refiere a los movimientos de liberación de la mujer [...] propugna un cambio en las relaciones sociales que conduzca a la liberación de la mujer a través de eliminar las jerarquías y desigualdades entre los sexos”.⁷



Mary Wollstonecraft. Fuente: <http://razuridepachacutec.blogspot.com/2011/02/mary-wollstonecraft.html>

Nace el movimiento como respuesta a la marginación de la mujer en diferentes esferas de su vida, como en la sociedad, como individuo desde niña, adolescente, mujer etc., pero el entorno dónde se le reconoce menos es en la política, hombres y mujeres no tienen los mismos derechos, como el voto o igualdad legal, aunque en algunos países aún no se les incorpora a la esfera política a las féminas, al mismo tiempo las que se encuentran adentro, algunas parecieran vivir una simulación y nada más.

6.5.1 Movimiento Sufragista.

En el siglo XXI, el objetivo del movimiento cambia, conocido también como el feminismo sufragista, a diferencia de las primeras mujeres críticas, se busca votar, tener un reconocimiento no sólo social, sino también político. 1948 es el año alrededor de setenta mujeres y treinta varones, son liderados por Elizabeth Cady Stanton y Lucrecia Mott.

⁷ Feminismo Historia y Corrientes 142.

Se reunieron en la primera convención sobre los derechos de la mujer, en Seneca Falls, (New York), para analizar, así como elaborar estudios sobre sus condiciones, derechos sociales, civiles y religiosos.

De la convención nació la Declaración de Seneca Falls o Declaración de los Sentimientos, se dividió en dos apartados: en uno de ellos se exige la participación civil de las féminas y por otro lado intentan insertar la credibilidad de la igualdad entre mujeres y hombres.

Con fuerza la declaración le hacía frente a la leyes estipuladas como el no poder votar, presentarse a elecciones, ocupar cargos públicos, etc., o no ser dueña de ninguna propiedad. En Gran Bretaña éste movimiento logró que en 1866 se presentara al parlamento una petición que exigía la reforma de sufragio, presentada por J.S. Mill, pero fue rechazada y se crea la Sociedad Nacional Pro Sufragio de la Mujer (1867).

John Stuart Mill y Harriet Taylor; consideran que la mujer vive una situación de esclavitud legal y opresión moral, situación que puede solucionarse al obtener más apoyo de los hombres, idea presentada en su libro: *La sujeción de la Mujer (1869)*, intentaban convencer a los hombres que debían apoyar a la igualdad entre hombres y mujeres.

6.5.1.1 FEMINISMO SOCIALISTA.

No sólo en Gran Bretaña se vivían tratos injustos a las mujeres obreras, éstos se extendían hasta América; dónde las jornadas laborales parecían no importarles a los patrones, convirtiéndose en una lucha constante, que además se hacía intensa al llegar al hogar, dónde el trabajo también se acumulaba y se sigue acumulando.

A pesar de los dos trabajos y jornadas de hasta más de 12 horas, las mujeres no tenían permitido sindicarse, no había excusa pues el trabajo era asalariado.

1870 se crearon los primeros sindicatos femeninos, la *Liga Protectora y Previsora de la Mujer* (1874), en Gran Bretaña, donde lucharon en contra limitaciones impuestas por los sindicatos masculinos, uno de sus objetivos era reducir las jornadas laborales de las mujeres hasta desplazarlas. Los sindicatos de clase media no trabajaban por los derechos de las mujeres obreras, fue como ellas encontraron respuesta en el socialismo.

Flora Tristán; escribió en su obra *Unión Obrera*, su preocupación en mejorar tanto la condición educativa de hombres, como de las mujeres. Uno de sus postulados era el definir a la marginación de la mujer como consecuencia del principio de superioridad del hombre como creencia universal. Su solución era la educación de las mujeres, tanto intelectual como moral.

Cuando comenzó la Primera Guerra Mundial, las mujeres dejaron el movimiento para ayudar a sostener su economía, la industria y la administración pública. Al finalizar la guerra las mujeres británicas lograron el voto en 1917, pero con la condición de que fueran mujeres mayores de 30 años.

Por otro lado en Estados Unidos las mujeres con el movimiento sufragista, lograron organizarse, luchar por el voto femenino a nivel federal, crearon un partido político que Partido Nacional de la Mujer, que llevaría en 1917 a una mujer congresista en Montana.

El derecho al voto comenzó a reproducirse en muchos países del mundo, pero había muchas trampas, no se podía elegir libremente, a veces ni siquiera en las mismas condiciones que los hombres. Actualmente en África, Asia y Latinoamérica, millones de mujeres indígenas no se encuentran registradas, por falta de símbolos para sus nombres apellidos o por otras razones simplemente no existen.

De acuerdo a lo anterior, las mujeres todavía tienen un camino enorme por recorrer, que va desde lo más sencillo para algunas como; salir a la calle mostrando su cara, pies, hasta llegar a otra y tener voz ante su propia familia.

6.5.1.2 LA PRIMERA OLA.

Surge con el análisis sociológico, además de filosófico del feminismo, con el establecimiento conceptual del origen y transición de la mujer, de su historia como ser humano desde su biología, entorno social, cultural, moral, por supuesto también el educativo. Todo este trabajo corrió por cuenta, sobre todo de la feminista más conocida de esta etapa; Simone de Beauvoir.

Con su libro el *Segundo Sexo* (1949); Simone de Beauvoir cambió varios esquemas, de considerarse subjetivos los argumentos. con los cuáles las mujeres mostraban la existencia de una desigualdad desmesurada por parte de la cultura y sociedad occidental.



Simone de Beauvoir. Fuente: <http://mayjeong.wordpress.com/2010/06/07/>

Para ésta autora desde la corriente existencialista, establece con su frase; **“una mujer no nace, se llega a serlo”**, estructura al feminismo con conceptos, separa lo cultural de lo biológico, e inicia a plantear una respuesta a estas jerarquía, la emancipación de la mujer.

“[...] Ningún destino biológico, físico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana, la civilización en conjunto es quien elabora ese producto intermedio entre el macho y el castrado al que se le califica como femenino. Sólo la mediación de un ajeno puede construir a un individuo en el *Otro*.”⁸

⁸ Simone de Beauvoir, *El Segundo Sexo I. Los hechos y los mitos*, México, Ediciones Siglo Veinte, 1990, p.15.

Las mujeres entonces eran consideradas para la autora de corriente existencialista, inferiores no por cuestiones de nacimiento, sino que se volvían inferiores gracias a educación cultural, marginándose y relegándose por argumentar que no se encontraban biológicamente dotadas de atributos para ciertas tareas intelectuales así como físicas.

El primer obstáculo era la jerarquía de lo masculino sobre lo femenino, pero que al analizarse y restablecer conceptos e ideas como: sexo, hembra, género y sus roles, comenzaría a romperse las ataduras.

6.5.1.3 LA SEGUNDA OLA.

1968 es el año en el que se inicio la segunda ola del feminismo en Francia, los movimientos sociales y políticos tanto en París como en el mundo. Su postulado principal a diferencia de la primera ola no era el buscar un reconocimiento como iguales, sino reconocidas como un género diferente, con necesidades distintas pero con el derecho a las mismas oportunidades.

Buscaba ser evidenciado como un “otro” verdadero, con cualidades particulares y no sólo opuesto a lo masculino. De cierta forma las mujeres de la segunda refutaban el pensamiento de la primera ola, al no reconocerse como iguales, sino como un género singular, abandonando la idea de los polos opuestos.

De alguna manera se ha dicho que nuestro país sigue en esta etapa, pues se nos adjudican desigualdades en nombre de la igualdad, pues aún siguen mostrando las diferencias y particularidades del género, representándose entonces en un presente verdaderas leyes, organismo, e instituciones que velaran por una justa aplicación de leyes, así como derechos.

6.5.2 FEMINISMO EN MÉXICO.

El movimiento sufragista mexicano tenía el mismo objetivo, que los anteriores, igualdad en la participación política, llegar a decidir en sus vidas, una de las cosas más importantes era el luchar por obtener cargos políticos representativos.

1884 es el año en el que nace la primera revista femenina Violetas del Anáhuac, fundada y dirigida por Laureana Wright, escrita solamente por mujeres, planteando así la demanda del sufragio para la mujer y la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres.



Violetas del Anáhuac, Periódico literario redactado por señoras, México, julio de 1888. Fuente: www.cimacnoticias.com/site/Una-breve-mirada-en-pro-de-los.42115.0.html

1910 Diversas asociaciones feministas se unen a Madero, una de ellas; el Club Femenil Antireeleccionista, las Hijas de Cuauhtémoc. Poco tiempo después las integrantes del Club, protestan por el fraude en las elecciones y demandan la participación política de las mujeres mexicanas.

Durante la segunda mitad de los años treinta (1935-1936), la lucha de las mujeres se había unido al comunismo en nuestro país, militantes del Partido Comunista o cercanas a él, exigían de acuerdo a la doctrina comunista, demandas de clase y reivindicaciones de género.

Realmente existía un interés por parte de las féminas mexicanas, formaron un Frente Único Pro Derechos de la Mujer (FUPND), dónde se llegaron a agrupar más de 50 mil mujeres. Desde ese entonces ya se estaba formando una estructura al movimiento, lo que le ayudo a vincularse con las masas y sus movimientos.

A largo plazo lograron obtener más integrantes, lo cual las llevo a formar El Consejo Nacional del Sufragio Femenino y la realización del Primer Congreso Nacional de Mujeres en enero y marzo del 36. En el 37, las féminas del movimiento se centraron en luchar por el sufragio femenino.

Tuvieron un gran impacto en el área laboral popular de la mujer, al formar el Departamento Autónomo de la Mujer en la Confederación Campesina Mexicana (CCM): trabajó siempre con el objetivo de cumplir con la Ley Federal del Trabajo y la sindicalización de las obreras y empleadas del gobierno, así como por la instalación de salas de asistencia infantil que se anexaban en los mercados.



Las feministas de los comercios y mercados también forman su agrupación, para pedir los mismos derechos del hombre. Fuente: www.cimacnoticias.com/site/Una-breve-mirada-en-pro-de-los.42115.0.html

Sabían las mujeres que no sería sencillo su reconocimiento como ciudadanas, así que armaron una estrategia, implicaba analizar movimientos, alianzas (hacerlas más fuertes, conseguir otras, etc.), con grupos o sectores dominantes. Armadas y listas, trago consigo la demanda del voto, la oportunidad perfecta para mejorar su presencia ante las instancias públicas.

1937 fue el año en el que la iniciativa de Reforma al Artículo 34 constitucional fue presentada a las Cámaras de Senadores, por el Presidente Lázaro Cárdenas el 19 de Noviembre de 1937 y aceptada por éstas el 21 de diciembre del mismo año, aunque no fue sino hasta julio de 1938 que la reforma se aprobó. Se ratificó hasta septiembre del mismo año en la mayoría de los estados.

También en 1938 el Frente único Pro Derechos de la Mujer decide incorporarse al Partido Nacional Revolucionario (PNR) considerando que bien valía perder la autonomía en aras de hacer ver a los opositores del movimiento femenino, que no eran mochas o comunistas, simplemente tenían una lealtad a la revolución.

En 1940 el Comité Nacional Femenil apoyó la candidatura presidencial del General Ávila Camacho. Para ese momento se habían ya formado grandes centrales afiliadas al Partido de la Revolución Mexicana. AL principio de su gobierno las secretarías femeniles como: CTM, CNOP, CNC, FSTSE, CGT, SNT, constituyeron la Alianza Nacional Femenina, las cuáles sostuvieron un programa de 10 puntos.

24 de Diciembre de 1946, es la fecha en la que la Cámara de Diputados aprobó la iniciativa enviada por el presidente Miguel Alemán, en la que se adicionó el Artículo 115 Constitucional, que entró en vigor el 12 de febrero del siguiente año. Establecía que en las elecciones municipales participarían las mujeres en igualdad con los hombres, teniendo el derecho tanto a votar como a ser elegidas.



Mujeres revolucionarias que fueron a pedir el derecho de voto para la mujer, frente a la Cámara de Diputados. Fuente: www.cimacnoticias.com/site/Una-breve-mirada-en-pro-de-los.42115.0.html

Ya para 1952, el 6 de abril para ser exactos el candidato presidencial Adolfo Ruiz Cortines, les prometió a 200 mil mujeres asistentes, un mitin de campaña con el objetivo de obtener la ciudadanía sin restricciones para las mujeres.



Primera entrevista de la Asamblea Nacional Femenil con el presidente Adolfo Ruiz Cortines para solicitarle la plenitud de derechos políticos, 6 de abril de 1952. Fuente: www.cimacnoticias.com/site/Una-breve-mirada-en-pro-de-los.42115.0.html

Finalmente en el año de 1953, exactamente el 17 de octubre en el Diario Oficial el nuevo texto del Artículo 34 Constitucional se publicó así: **“Son ciudadanos de la República los varones y las mujeres que, teniendo la calidad de mexicanos, reúnan, además los siguientes**

requisitos: haber cumplido 18 años, siendo casados, o 21 si no lo son, y tener un modo honesto de vivir.”⁹

1955 es el año en el que por primera vez las mujeres mexicanas pudieron ir a las urnas a votar, en las elecciones del 3 de julio para elegir Diputados Federales XLIII Legislatura. Gracias a la lucha de estas mujeres, las féminas mexicanas de nuevas generaciones pueden actualmente votar cada sexenio para elegir presidente, senadores, diputados, así como mujeres, en los puestos ya mencionados.

Lamentablemente no todas las mujeres pueden votar o decidir el camino deseado en sus vidas, algunas ni siquiera se han dado cuenta, algunas pueden tomar la decisión de no tener más hijos, otras aún no, unas pueden estudiar en las universidades de nuestro país, otras ni siquiera las conocerán, en Oaxaca aún se les intercambia por una dote, otras ni siquiera conocerán la libertad.



A las mujeres les fue concedido el derecho al sufragio hasta el 6 de octubre de 1953, durante la administración de Adolfo Ruiz Cortines. Fuente: www.sanluispotosi.gob.mx

Aún las desigualdades se encuentran presentes, las vemos todos los días, tal vez la diferencia es que unas son casi imperceptibles, se ven en nuestro hogares, en las escuelas, en las calles, pero se dice que ya en menor cantidad. Se encuentran algunas leyes que han ayudado, aunque en México es difícil que se llegue a la práctica justa.

⁹ **s/a.** 49 Aniversario del Sufragio Femenino en México, [en línea], México, *La Jornada.unam.mx*, 14 de Marzo del 2011, Dirección URL: http://www.jornada.unam.mx/2002/11/04/articulos/51_sufragio49.htm

Quedan temas aún sobre la mesa, como el derecho a abortar en todo nuestro país, darles espacios a las mujeres del campo, mejorar las condiciones de vida de mujeres de la tercera edad, de adolescentes y niñas maltratadas, así como su educación.

6.5.3 Los Tres momentos de la lucha de las Mujeres Mexicanas.

Primer Momento

A finales del siglo XIX, para ser exactos en el año de 1953, las mujeres se organizaron y participaron en foros feministas, reclamando sus derechos como ciudadanas, así como el derecho al voto.

Segundo Momento

En los años setenta gracias a la construcción del concepto de género, además de análisis, se llega a una clara visión de los mecanismos de opresión, estableciendo posibilidades de superar y cambiar las condiciones establecidas, con formas concretas, reales, con el objetivo crucial de obtener una igualdad de género, aceptando las diferencias sexuales.

Comprendiendo a la igualdad " [...] como la superación de la dominación de un género sobre otro, eliminando la capacidad de un género de censurar, prohibir, rechazar, delimitar y levantar barreras. [...] En ese momento las mujeres nos asumimos como un sujeto social que se construye como su propio objeto de estudio: el género, y que reconstruye su identidad y práctica."¹⁰

Para la doctora Graciela Hierro¹¹ la lucha feminista en México y en América Latina; es en contra del patriarcado, concepto que Simon de Beauvoir había establecido en su libro *Segundo Sexo*, ya que el padre, así como su sustituto, hermano mayor, hermano,

¹⁰ Idem.

¹¹ Doctora en Filosofía por la Facultad de Filosofía y Letras, fue fundadora del Programa Universitario de Estudios de Género de la UNAM, conocida por su participación en eventos nacionales e internacionales sobre filosofía femenina, dedico su vida a establecer espacios en las universidades para el desarrollo de la investigación femenina. <http://www.ensayistas.org/critica/generales/C-H/mexico/hierro.htm>.

esposo, tío o primo, etc., eran quienes decidían su futuro o destino, además de tratar a las mujeres como una posesión intercambiable, al explotar su cuerpo, trabajo, creatividad y en especial su placer.

Existe una relación de complicidad para Gabriela Hierro, dónde la mujer acepta las condiciones en las cuáles se encuentra, ante un patrón negativo, tanto la madre como la hija, que puede ser derrotado mediante una conciencia feminista.

Lo que hace más poderosas a las mujeres en grupo es el pacto que han formado, dónde se consideran iguales, provocando la formación de liderazgos femeninos, conocida también como una regla de maternidad las mujeres se reconocen entre sí, el valor de otras mujeres en la lucha feminista, permitiendo un pacto feminista.

Tercer Momento

Son los años noventa dónde se reciben los frutos de años atrás de su organización, la participación y movimientos de las mujeres se aplica en diferentes temas, causas como: la violencia hacia las mujeres, desarrollo humano o sustentable, etc.

Actualmente de acuerdo al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en su Artículo 22 Transitorio establece que: **“Los partidos políticos nacionales consideran en sus estatutos que las candidaturas por ambos principios a diputados y senadores no excedan del 70 por ciento por un mismo género. Asimismo promoverán la mayor participación política de las mujeres”**.¹²

Es un disfraz para mantener a las mujeres con la creencia de que pueden participara, en la realidad son pocas las mujeres que se les permite hacer su trabajo, a otras tal vez no les interesa, aunque hay un gran porcentaje quisiera llegar a formar parte de ése círculo, para realmente atender los temas.

¹² Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. [en línea] 12 de Marzo del 2011, Dirección de URL: <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/4/23.htm?s=> .

Así que lo mejor es llevar todo eso escrito a la práctica, parece ser ahora nuestro deber, pues nadie, excepto nosotros/as, podemos reclamar lo que necesitamos, así que debemos hacer uso de las sociedades civiles para tener más fuerza.

6.6 Entrevista Piloto a Directivos de la Organización.

Aplicada a Brenda Rodríguez Herrera Encargada de la Capacitación Comunitaria

- ¿Cómo se quiere llevar el mensaje de equidad de género a las mujeres?

- Nos basamos primero que nada en el tema de la justicia, es decir, “darle a cada lo que necesita y merece de acuerdo a sus diferencias”, ya que se tiene la idea que los problemas en cuanto al abastecimiento o acceso de agua, leña, siembra, o tierra, se ve desde un enfoque general; hombres y mujeres, con dificultades para mejorar su calidad de vida.

- La organización utiliza a la equidad de género como Instrumento de trabajo: sirve como una herramienta para generar políticas públicas con un enfoque de género, con la finalidad de que las mujeres se organicen para formular propuestas de solución y organización.

- ¿Cuáles han sido sus acciones para cumplir con sus objetivos?

- Hacer proyectos de género y agua se conozcan, establecer una Agenda Azul en lugares como Xochimilco, impartir el taller de *Mujeres Plomeras*, que fue resultado de la sensibilización de un funcionario en la delegación Coyoacán. El participar en el Foro del Agua de la Secretaría de Desarrollo Social, ser ponentes en universidades y foros internacionales.

- En éste mes yo viajaré a Brasil, representando Mujer y Medio Ambiente, hablaré de la COMDA Coalición de Organizaciones Mexicanas por el Derecho al Agua, de su lucha y movimiento para ser reconocido el derecho al agua en un seminario feminista ambientalista- .

- ¿De acuerdo con su enfoque de género y agua, por favor explique cómo se da la inequidad de género en el acceso al agua?

- En las áreas urbanas y en específico, la escuela de género, mostramos cómo en el trabajo doméstico, las mujeres “padecen de otra forma los problemas del agua”, al tener la responsabilidad de realizar las tareas de limpieza de toda la familia, como resultado de los roles de género establecidos por la sociedad mexicana, mientras que los hombres tienen relación con el agua sólo mediante consumo.

- Por ejemplo: las mujeres en algunas comunidades invierten horas para acarrear el agua, hasta sus hijos ayudan en esa tarea, pues de acuerdo a la necesidad del recurso nunca es suficiente. En las ciudades el comprar agua es una necesidad diaria, pero sin lugar a dudas también es un sacrificio, pues el reducir el gasto a una mujer es una fatalidad, de por sí hacen milagros con lo poco que tienen, si no lo tienen completo son obligadas a vender o pedir prestado para cubrir sus gastos.

- Sin mencionar que las mujeres no participan en la toma de decisiones, ya que ni siquiera se toman en cuenta sus necesidades como usuarias del recurso.

- El Agua como tal tiene ciertos problemas de contaminación y escasez, no es cierto que no hay agua, si la hay, pero no se ha administrado de manera equitativa. Por un lado se cree que la agricultura es una actividad que gasta muchísima agua, cuando en realidad las grandes empresas transnacionales, que tiene por ejemplo sus fábricas en México gastan millones de metros cúbicos.

- Lamentablemente a esas empresas no se les aumenta el costo del agua, por el contrario se les da al mismo precio que a cualquier usuario, es decir, no se les cobra una tasa justa para su uso, sino una proporcional a la de cualquier usuario. Se habla de una privatización y acaparamiento del agua, debido a que es más importante darle a determinado grupo de personas H₂O.

- ¿Puede explicar la metodología que utiliza para que las mujeres puedan ver la problemáticas de la mujer y el agua?

- Nuestra metodología se encuentra planteada en exponer información acerca del origen, por ejemplo: del problema de inequidad; para que se reflexione cómo puede ser utilizada de manera diferente por todos, en especial el caso de las mujeres, que viene del conocimiento de los roles de género, la cultura, se conforman para cumplir con determinados objetivos sociales, nuestra metodología, primero que nada debe ser respetuosa de las situaciones de las mujeres.

- Debemos mostrarle la teoría, es decir como la situación social, roles de género, cómo les afecta a unos y a otras el que no haya agua, de manera que para las mujeres de acuerdo al uso que hace del recurso, como administradora, se ve más afectada, ya que si no tiene accesibilidad del líquido, se siente obligada a abastecer a su hogar del vital líquido.

- ¿Considera que la escuela de género y agua hace que las mujeres participen?

- Primero que nada partimos de que las mujeres tuvieran esa consciencia de equidad de género, pero algo fundamental es que ellas durante el curso se dan cuenta de sus propias capacidades, hecho que permite que se involucren, ya que si ellas no mostrarán ese esfuerzo en trabajar en la escuela, poner a reto sus capacidades nunca se vería un desarrollo o cambio, además también trabajamos su autoestima

- ¿Cómo definirías el trabajo de la organización?

- Nuestro trabajo se encuentra basado en buscar un equitativo acceso de los recursos naturales entre hombres y mujeres, poder darles herramientas que de hecho ya tienen pero no las conocen, como sus derechos, el defenderlos y buscar que se cumplan.

- El participar sabemos es el último paso, pero el lograr que nuestro público llegue a buscar organizarse, información acerca de su problema, investigar, participar, negociar e

incidir en las políticas públicas con el objetivo tener un acceso digno a determinado recurso natural.

- Para ser más ilustrativas, en el caso de la “escuela de género”, se buscan mujeres de base; que estén interesadas en el tema, organizarse participar y el que su delegación, o gobierno local y municipal sus políticas, se encuentren basadas en las necesidades de sus colonos.

- Lo que hace Mujer y Medio Ambiente es: capacitar, organizar y sensibilizar a las mujeres, para que ellas mismas puedan sin una guía constante, exigir lo que tienen derecho.

- Ver qué tanto avanzamos en las políticas públicas, nosotras estamos en constante evaluación, nuestros resultados por los cursos, ¿cómo se han organizado las mujeres?, ¿qué tanto hemos logrado?, ¿cómo ha funcionado nuestra agenda azul?

- Nuestro trabajo es ése, investigar, capacitar, lograr organizarse, que esas mujeres tomen en cuenta que tienen el potencial de llevar a cabo un trabajo para sus comunidades y familias.

- ¿Han trabajado con otras organizaciones y qué han hecho juntas?

- Nuestras alianzas con otras organizaciones se da por que los objetivos son afines a los nuestros, un ejemplo es la COMDA, se busca el establecer al agua como un derecho humano fundamental, una gestión democrática es el arma para lograr ese objetivo y difundir la lucha por el agua.

- ¿Cómo es su trabajo con INMUJERES, SEMARNAT, y las delegaciones?

- En el caso del Instituto Nacional de las Mujeres, lo que hacemos es trabajar de acuerdo a las convocatorias del instituto, así como el interés y una disposición política para aceptar o no el proyecto que diseñamos.

- Actualmente estamos dentro en el programa de Co-inversión Social, dónde INMUJERES, lanzó su convocatoria y participamos para que fuera aceptado o rechazado nuestro proyecto. Finalmente obtuvimos un financiamiento de \$200 mil pesos para todo el año.

- Lo que hace INMUJERES es utilizar un financiamiento público, recaudado de nuestros impuestos. Abren una convocatoria para hacer uso de esos recursos, muchas ONGS tienen derecho a participar en ellas, pero si el proyecto de verdad les interesa ese es el que gana.

- De ahí pudimos cubrir el material para lecturas, comidas, ayudas con el pasaje para las mujeres, mantas, carteles, papel rota folio plumones, así como los pasajes de mujeres que venían desde lejos para asistir a la escuela.

- Con SEMARNAT a través de los años logramos se integrara un espacio para la equidad de género; la “Dirección de Equidad de Género”. Actualmente la secretaría nos ayuda a reproducir manuales, material para publicar como resultado de varios estudios e investigaciones.

- Además de darle a la misma secretaría capacitación y sensibilización del tema de equidad de género en los recursos naturales.

- Por otro lado con la Red de Género y Medio Ambiente (REGEMA), se trabaja por los resultados que pueden obtenerse al unir fuerzas. La red no sólo es una compañera de Mujer y Medio Ambiente, sino además de otras organizaciones que tratan temas como: Cambio Climático, Biodiversidad, Deforestación etc., donde la red une a todas estas organizaciones para hacer presión en las instancias públicas.

- ¿De dónde sacan sus fondos?

- Concurramos en convocatorias como las de INMUJERES, pero además de esa fuente de ingresos, hacemos trabajo de consultoría para diversas instituciones como: el Instituto Mexicano de Tecnología del Agua, donde hemos hecho aportaciones de la situación del agua, así como de nuestra metodología de estudio para ampliar el panorama.

- También a INMUJERES le hemos hecho varias consultorías, nuestro trabajo básicamente consta de realizar un diagnóstico de la situación que vive la mujer en determinada región.

- Al participar en las convocatorias de institutos que dependen del gobierno, es importante recalcar que no se trabaja para cumplir con los objetivos de las instancias del gobierno, lo que se hace es; a partir de nuestra metodología y trabajo, conseguir elementos económicos.

- ¿De cuánto dinero disponen al hacer los talleres y cómo lo utilizan?

- Depende de la convocatoria, y trabajo de consultoría que se realiza, varía demasiado, las mismas instituciones nos dan un formato para distribuir en determinados rubros el dinero. Como ya te mencione, este año nos dieron \$200 mil pesos, para los cursos, salario del personal etc.

- Nuestros gastos se dividen en: *alimentación* con servicio buffet, desayuno, (sándwich, fruta, café o té, galletas) y comida, (sopa, guisado y agua).
- *Materiales*: carpetas, hojas, lecturas, copias, plumones rotafolios, material extra y publicaciones como resultado de su investigación.
- *Luz e Internet, papel, gas y agua, etc.*
- *Sueldos*: aunque nosotras somos tres mujeres trabajando de base, y los demás son eventuales, los gastos se presentan sobre todo cuando realizamos los cursos.

Para algunos institutos no se les da presupuesto para gastos de oficina, como lo serían, la luz, agua e Internet. La escuela tuvo un costo total de \$40 mil pesos.

- ¿Qué esperan obtener al realizar este tipo de talleres?

- Que la escuela cumpla con todos los objetivos. El que las mujeres puedan problematizar la situación del agua con un enfoque de género, ver la importancia del tema, facilitar el conformar grupos de trabajo, articularlos y darles seguimiento por medio de las agendas locales.

- También se les dará seguimiento al participar en eventos de INMUJERES, dónde se mostrará el trabajo de la organización así como la evolución que han tenido con las mujeres de la escuela, sin mencionar que se publicará su trabajo y se mostrara a las instituciones indicadas, para que vean lo que las mujeres de las delegaciones de Milpa Alta, Tláhuac y Xochimilco necesitan.

- ¿Cuáles han sido sus resultados?

- El haber logrado que SEMARNAT, una secretaría de nuestro gobierno hiciera un espacio para cubrir la importancia del tema de género.

- Desde hace 12 años, la misma secretaría nos dio la oportunidad de sensibilizar a funcionarios, capacitándolos para que en sus proyectos, que pueden ser aplicados en un nivel nacional, estatal y municipal, tuvieran el enfoque de género en los temas de: áreas protegidas, deforestación, cuidado del agua, etc.,

- Tan sólo el programa de la Agenda Azul del DF., su metodología será publicada, después de haber mostrado grandes resultados. Gracias a ésta misma agenda Hilda Salazar ha sido convocada por INMUJERES a una reunión de expertas de género, por su trabajo en la delegación Xochimilco.

- INMUJERES en el Programas de derechos del 2008, se retomaron puntos en los que la organización ha trabajado y evaluado.

- ¿Cómo es su difusión y por qué?

- La difusión se realizó por medio de un cartel; que informaba a todas su objetivo hacía el curso, las instalaciones, quiénes podrían asistir, mujeres promotoras, (buscan se cumplan los derechos de las mujeres, en el ámbito de salud, violencia), interesadas en el tema del agua. Por supuesto la invitación y distribución se hizo a los lugares que les pudiera interesar los temas más cercanos a CORENA, Milpa Alta, Xochimilco y Tláhuac.

- Se difundió el cartel a todas nuestras aliadas como lo son: la COMDA, INMUJERES y CORENA, organizaciones con las que nos sentimos afines. Siempre nuestro objetivo fue “fortalecer a las mujeres y el agua, para que sean las promotoras del derecho humano de las mujeres al H2O.”

- ¿Cómo debe contribuir el gobierno para cumplir con las necesidades del problema del agua?

- Cumpliendo con sus obligaciones, “con lo que le toca”, dotar a la población, hombres y mujeres de agua, e incorporar el enfoque de género, entrar en las problemáticas de fondo en hombres y mujeres, ver las necesidades que cada uno tiene, vive a diario y no hacer un trabajo de escritorio.

- ¿Qué le propone Mujer y Medio Ambiente al gobierno?

- Que las mujeres se encuentren en la toma de decisiones, para conocer sus necesidades, establecer una ley de derecho para el agua, abrir espacios de participación ciudadana y programas con enfoque de género.

- ¿Quiénes invierten en la A. C.?

- Más que quién invierte nosotras lo que hacemos es tener una estrategia de administración.

- ¿Cómo sobrevive esta organización ante su entorno?

- Trabajamos en varios programas, dependencias y proyectos para poder tener una solvencia. Actualmente tenemos cinco proyectos que metimos a concurso, con INMUJERES de Veracruz, Naciones Unidas, Co-inversión y el programa de medio ambiente de la UNAM.

6.6.1 Entrevistas a Directivos de la Organización

Hilda Salazar Ramírez

Directora

Economista autodidacta, fundadora de Mujer y Medio Ambiente A.C., comenzó sus inquietudes de un cambio revolucionario en los años sesenta, buscando respuestas, así como preguntas al trabajar en la militancia de ese momento, para luego ser encaminada a tratar problemas político-económicos con pescadores y encontrar ahí mismo un gran nicho de interés personal, las mujeres.

Comunicación Interna

- Me gustaría que me platicarás, ¿cómo fue que te intereso el tema del feminismo y ecología?

- Pertenecía a “DEBASE” (Desarrollo Medio Ambiente y Sociedad) otra organización, en la cuál trabaja temas de desarrollo comunitario, buscábamos un desarrollo social, cuando nos invitaron a participar en la jornada para detener la contaminación en México en el año 90, 91, entré al esquema ambiental con la Conferencia Internacional de Río de Janeiro.

- El tema de género yo lo había trabajado desde atrás, la plática con una amiga fue lo que me atrapo, así como la invitación a discutir la inserción de las mujeres en lucha política.

- Después de discutir con un grupo de compañeras, ¿cómo incorporar a las mujeres a los movimientos sociales?, realicé mi primera militancia acerca de género, al participar en protestas con esposas de sindicalistas, aunque yo creo que era feminista desde siempre, en consecuencia a cuestiones personales como las figuras masculinas negativas encontradas en mi vida, por lo que mi familia estaba dirigida por mujeres.

- Además el leer “El Segundo Sexo” de Simone de Beauvoir me insertó en el tema de género, libro que dejó marca en mí, desde adolescente.

- ¿Consideras que el conocer el tema es una necesidad para las mujeres? y ¿por qué?

- Si aunque..., equidad de género hoy lo reivindicamos como una perspectiva analítica para transformar las políticas públicas, son mecanismos teóricos, metodológicos de análisis, es una propuesta y formulación de esas políticas públicas que buscan generar organización avanzada hacía la igualdad.

- Pero en realidad cuando hablamos de una perspectiva política ideológica hablamos de feminismo, yo me considero feminista y como tal creo esto es lo que ha empujado la lucha, eso es lo que necesitamos, ya que ha logrado la liberación de las mujeres, el adelanto de las mismas e integración del tema de equidad, ahora igualdad.

- Si no luchamos, empujamos desde una perspectiva feminista, (debemos seguir reivindicando), pues señala formas de desigualdad que nos obliga a combatir y transformar desde fondo, para trascender nuestras propuestas, así como necesidades.

- ¿Por qué te interesó participar y/o formar parte de la organización?

- No fue algo consciente, fueron mecanismos de luchas, se fueron dando para muchas personas, como yo eran luchadores sociales en los años sesenta, fue algo que surgió después de una derrota a nuestros paradigmas de transformación, como: el movimiento estudiantil, sindicalistas, campesino y obrero.

- Al no encontrar espacios de trabajo voluntario, (la militancia), fuimos integrándonos, buscando alternativas sociales y políticas como las ONGS, otros se integraron a movimientos sociales, como funcionarios públicos o puestos políticos.

- Yo quería hacer mi trabajo, un trabajo profesional con una perspectiva hacía una propuesta político ideológica, quería ganarme la vida de esa manera. Esta militancia dónde no importaba donde dormías, que comías, se había terminado.

- ¿Cómo sobrevive la organización ante éste entorno?

- Las ONGS en general, hemos tenido una ruta social, política y financiera, nos han permitido ser reconocidas como parte de la sociedad, antes eras o no eras, ya existe una ley que reconoce nuestro trabajo.

- Somos parte de la sociedad, nos consideran pequeñas partes,”actores menores”, el gobierno nos trata como sus empleados, aunque a veces sabemos más del tema que el funcionario mismo, dónde no se reconoce nuestra labor, regatean nuestros presupuestos, sin embargo, también hay un reconocimiento por ser un lugar dónde se aprende, las personas que trabajan aquí se desarrollan crecen y se van abriendo camino.

- La forma de sobrevivencia es trabajar por tu cuenta o trabajar para alguien como consultoría. Ésta organización en lo particular, goza de un prestigio en el sector público, por nuestra historia, trayectoria o cómo escuela y círculo de otras ONGS, la razón es nuestro trabajo, lo que hacemos, lo hacemos muy bien, se saben hacer cosas, se aprende, nos buscan para realizar consultorías.

- Nuestro trabajo nos permite ganar mejor en ciertos proyectos y somos reconocidas gracias a ello, sin mencionar nuestra principal entrada por convocatorias, intentamos hacer de todo, tratamos de estar presentes en la mayoría de los espacios, sí nos dan para dos talleres, hacemos diez, entonces siempre estamos en esta dualidad, en ocasiones tenemos y otras no.

- Para encontrar financiamiento debemos en ocasiones limitarnos en nuestro discurso para que no te pongan tache, debemos moderarnos, el aceptar nuestros proyectos es indispensable, si no, ¿cómo sobrevivimos?, debemos adaptarnos a los requerimientos.

- ¿Quiénes invierten en la A. C.?

- Invertimos las colaboradoras en cuanto a la Red de Género, de la cual forma parte la A.C., cobramos también, realizamos mucho trabajo voluntario por parte de todos, para obtener la fuerza no nos concebimos sin la red, no podríamos ser tan pequeñas y tener la fuerza necesaria para lograr nuestros objetivos. Cuando hay un proyecto lo compartimos, invertimos lo necesario, sobre todo tiempo.

- ¿Cómo se ve la organización en unos años?

- Nunca pienso eso, me cuesta trabajo siempre contestar a eso, porque estamos al día, aunque siempre que existen perspectivas de cómo vamos trabajando en cada uno de los proyectos, día a día busco vivir el aquí y ahora, pienso más en abrir campos, hacer cosas nuevas, pienso más que puede arrancar, me gusta más generar redes, organizaciones, proyectos, cuando ya se gasta ese tema o proyecto busco otro y arranco de nuevo.

- ¿Cuál es su estrategia para lograr su meta?

- Nos gusta trabajar, generar que las cosas caminen, tanto las personas como las organizaciones, desarrollar y consolidar procesos de trabajo, todo es un proceso, sobre todo la organización se caracteriza por el trabajar con jóvenes, han pasado muchas

personas por aquí, el entrar es bastante enriquecedor aprendo de quienes entran y ellos aprenden de mí.

- Me doy cuenta de que han aprendido cuando los veo y escucho hablar en público, muestra la preparación tanto en los temas como en la enseñanza que se realiza en los talleres, me da mucha satisfacción notar como ha crecido cada uno.

- Me enriquece el trabajar con jóvenes, me ilustro al analizar cómo se organizan, transforman mis estructuras, pues su trabajo es conocimiento y formas nuevas para mí.

- ¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse entre las integrantes de la organización? y ¿cada cuando los usan?

- Con las colaboradoras de la organización es siempre personal, o al teléfono, pero con las mujeres de la red, es por vía electrónica nuestra comunicación.

- Además al público externo, se publica lo que hacemos, también a los grupos del taller, se publica el manual, la agenda, azul, carpeta de la COMDA o nuestra sistematización, los resultados de nuestro trabajo, me parece necesario, porque si no se pierde, así al menos rescatas lo desarrollado por nuestro trabajo, sobrevive más ese aprendizaje.

- ¿Al participar en las convocatorias cómo se comunican para planear su trabajo?

- Discutimos cómo queremos hacerlo, una se encarga de armar las propuestas, todas la revisamos, trabajamos en cómo se desarrollará el plan, quién se encargará de cada cosa para finalmente designar a las coordinadoras del proyecto.

Comunicación Intermedia

- ¿Han trabajado con otras organizaciones y qué han hecho juntas?

- Como Mujer y Medio Ambiente A.C. lo hacemos con la mayoría de las compañeras que componen REGEMA, trabajamos de dos modos: proyectos de la A.C.; los son talleres o capacitación con el PNUD o la COMDA, por otro lado también la militancia y los proyectos coordinados por la red, una militancia a nivel regional, (depende de la sede de la agrupación de mujeres, Chihuahua, Veracruz, etc.), así como participar en diferentes proyectos hacía la misma dirección.

- ¿Cuáles son sus principales alianzas organizacionales?

- La REGEMA se encuentra en primer lugar somos como clon, ya que nos da presencia, fuerza e incidencia, la COMDA ocupa un lugar muy importante, Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio, en otro tiempo lo fue.

- Con SEMARNAT, PNUD, lo que tenemos son aliadas que fueron parte de la red, dónde si no existiera una relación personal no podríamos tener tanta fuerza, así como apoyo de estos órganos, por otro lado lo que hacemos es colocar temas, como en el caso de Inmujeres del D.F., aunque de repente no disfrutamos tanta comunicación, no se encuentran tan al pendiente de nosotras en ocasiones.

- ¿Cómo se comunican con ellas?

- Vía electrónica con la RED, aunque podemos vivir sin las reuniones por años, con la COMDA tenemos reuniones periódicas o correo, cada dos meses dónde se determina el rumbo del trabajo que se realizará, de ahí su importancia.

- ¿Qué información les dan las organizaciones?

- Compartimos la información que es de interés, convocatorias, relaciones en temas de trabajo, proyectos, propuestas e información que nos lleva a realizar artículos, documentos. Existe una autorregulación se sabe que si y que no es importante.

Comunicación Externa

- ¿Cómo se lleva el mensaje de equidad de género y agua a las mujeres?

- A través de un trabajo comunitario, trabajando con ellas a partir de sus intereses y propuestas de un diagnóstico de un tema, creando procesos en los que van analizándose las desigualdades, pero al crear grupos críticos, grupos u organización colectiva, donde esperamos hagan sus propuestas y presentarlas.

- En el caso de la Red de género, algunas colaboradoras trabajan visitando comunidades, es un trabajo de largo plazo, facilitar procesos en los que ellas vayan mejorando su situación, a través de un análisis, proyectos productivos en los que vayan empoderándose.

- ¿Cuáles han sido sus acciones para cumplir con sus objetivos?

- La estrategia se basa en realizar trabajo comunitario, de organización desde abajo, le llamamos la formación del sujeto social, para alcanzar la incidencia en la política pública, ya que el trabajo comunitario no trasciende mucho, por lo que necesitamos estos elementos para armar el resultado esperado.

- Siempre tratamos de utilizar estas bases para lograr la incidencia en las políticas públicas.

- ¿De acuerdo con su enfoque de género y agua, por favor explique cómo se da la inequidad de género?

- Mujeres y hombres tienen distintas relaciones con el agua, porque están en lugares distintos, las desigualdades se encuentran, además se expresan en el uso del agua basados en los roles de género.

- Las diferentes rutas del agua en nuestro país, es una muestra de quiénes tienen acceso (quién puede usarla), cómo las usa, quiénes no.

- Realizamos un diagnóstico basado en las circunstancias de cada región, con el fin de proponer, para después tomar acción. Utilizamos metodologías de educación popular, y formación de las mujeres, con diferentes análisis de su relación cotidiana con el agua.

- El intercambio con otras mujeres así como el cambio de ciertos aspectos de su vida y la toma de decisiones son las herramientas, que les proporciona la escuela, para obtener ese cambio deseado, pues en la mayoría de las ocasiones las mujeres se borran consideran que el problema es de la comunidad, creen que no son necesarias, por lo que después entran en crisis al ver su potencial.

- ¿Considera que la escuela de género y agua hace que las mujeres participen?

- Sí, considero que ayuda a que se animen, participen, sepan del tema, se organicen, por lo que debemos darle continuidad a ese grupo de mujeres.

- ¿Qué esperan obtener al realizar la escuela?

- Generar capacidades locales de las líderes, para que arranquen sus propios procesos, donde nosotras no seamos necesarias, es un proceso largo que esperamos conseguir.

- ¿Cuánto dinero disponen al hacer los talleres y cómo lo utilizan?

- Tenemos distintos financiamientos, a veces ganamos un muy buen financiamiento y a veces nada, pero siempre se nos hace chiquito, ya que crece el número de mujeres o actividades, siempre metemos más.

Otros temas

- ¿Cómo debe contribuir el gobierno para cumplir con las necesidades del problema de la mujer y agua?

- Deben diseñarse las políticas de abajo hacia arriba, deberían contribuir a una mejor gestión del agua desde un enfoque de género.

¿Qué le propone Mujer y Medio Ambiente al gobierno?

Por ejemplo CONAGUA, debería tener un programa además de políticas, diseñadas con enfoque de género, de abajo hacia arriba, las mujeres ser definidas por sus prácticas en particular considerarse usuarias, hasta administradoras del vital líquido.

¿Entre las organizaciones que existen quiénes serían su competencia?

Además de la Red no existe otra organización que trate temas de feminismos como lo hacemos nosotras.

A nivel general ¿cómo percibe la comunicación de Mujer y Medio Ambiente con sus principales públicos? y ¿qué le gustaría que se reforzara, cambiara o mejorara?

No lo sé, a veces es buena, a veces no tanto, tenemos poco diseño en una estrategia de comunicación, tengo una obsesión en la publicación o de presentar a determinadas personas que nos ayudan con los temas, pero no hemos tratado de producir un trabajo más hacia la prensa o medios de comunicación.

Hasta nuestras publicaciones son puros plomos o folletos, pero no hay punto medio, nos hace falta una estrategia de comunicación como tal, son más ocurrencias lo que hacemos.

Rebeca Salazar Ramírez

Investigación y Proyectos

Economista que su carrera la enfocó a temas sociales, actualmente su trabajo la oriento a manejar desde su preparación temas que dependen de tratados y estructuras político económicas de nuestro país, reflejándose estas en las necesidades, carencias educativas, ambientales, sociales, circunstancias que penetran la vida de mujeres, familias, hombres, jóvenes o niños.

Comunicación Interna

- Me gustaría que me platicarás, ¿cómo fue que te intereso el tema del feminismo y ecología?

- Hilda me hizo la invitación de participar con ella en la organización. Al principio no entendía cómo se enlazaban los temas de género con el medio ambiente, lo creía algo imposible, pero lo entendí cuando encontré sentido al ver el uso de los recursos y actividades tanto de hombres como de mujeres.

- Es decir, el poder de cada uno de ellos se define por el acceso al recurso, son relaciones de poder que se basan en la posición que les da la sociedad.

- ¿Consideras que el conocer el tema es una necesidad para las mujeres? y ¿por qué?

- Si es importante para hombres y en especial para mujeres, porque al conocer nuestra situación, de acuerdo con la política, economía, sociedad y ecología, encontramos formas para ayudar a nuestro medio ambiente, a vivir mejor, con mejores políticas, programas de ayuda o estrategias de limpieza, cuidado ambiental.

- Las mujeres a pesar de tener menos garantías en el acceso a los recursos, son quienes más interesadas se encuentran, por ejemplo, en el tema del agua, se le ha

endosado toda la responsabilidad, que haya o no agua en sus hogares es su trabajo, aunque sus hijas e hijos en ocasiones la comparten, sobre todo en algunas comunidades rurales.

- ¿Por qué te interesó participar y/o formar parte de la organización?

- Me interesó cuando entendí el tema, comencé a leer mucho al respecto y conforme fui adentrándome, el gusto por conocer más y el saber que la organización es la única que trata el tema es aún más importante nuestro trabajo.

- Por ejemplo, actualmente me estoy especializando en el tema del cambio climático, algunos especialistas en él rechazan el enfoque de género no lo consideran importante, mientras que los especialistas en género por otro lado, hemos logrado que lo entiendan y lo traten también.

- ¿Cómo sobrevive la organización ante éste entorno?

- Buscando convocatorias además de varios proyectos en las que podamos participar, fundaciones y el uso de impuestos del Distrito Federal, como el programa Coinversión.

- Cuando una convocatoria sale, ajustamos nuestros proyectos a sus términos de referencia, participamos para ver si somos elegidos, nos evalúan y nos informan de su decisión. Por ejemplo, las convocatorias de Gobierno del Distrito Federal, sus convocatorias salen en Enero o en Febrero y el deciden hasta Abril o Mayo, en ese lapso nosotras no tenemos liquides debemos esperar hasta que se nos otorgue el financiamiento.

- Hemos tenido proyectos con: In Mujeres D.F., Indesol y SEMARNAT, (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales), tratamos con ellos el tema de cambio climático. Algunos otros son la Comisión Nacional de Áreas Protegidas,

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, la Fundación Mc Arthur, y Ford (estas dos últimas se han cerrado).

- ¿Cómo se ve la organización en unos años?

- Cómo una organización especializada en metodologías, género, medio ambiente, políticas articuladas con una visión mucho más global, adentro y hacia afuera, relación con redes además de organizaciones civiles, tener acceso al financiamiento de otras fuentes, tener presencia- ser un referente en el tema ambiental-, además de redes con organizaciones que tocan estos temas.

- Tener incidencia en las políticas públicas, ambientales con un enfoque de género a nivel nacional e internacional, que el tema se exponga en foros de medio ambiente y articularse con temas de género.

- Encontrarse el tema de género y medio ambiente en seminarios, seguir dando capacitación e investigación mediante talleres, cursos, escuelas a distintos niveles, mujeres, hombres, crear más promotoras y líderes de comunidades, ONGS, funcionarios o funcionarias públicas.

- Ser organizada en tres áreas: incidencia, capacitación e investigación, con metodologías específicas para investigar, acompañado de políticas públicas.

- ¿Cuál es su estrategia para lograr su meta?

- Establecer redes, para cubrir los tres aspectos mencionados, establecer comunidades participativas, para la incidencia y fortalecimiento de la red, orientando los procesos de manera natural.

- ¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse entre las integrantes de la organización? y ¿cada cuando los usan?

- La oficina es un lugar dónde pasamos la mayoría del tiempo las tres, así que es sencillo comunicarnos cara a cara. Cuando se presenta la oportunidad de participar en

una convocatoria lo hacemos, conversamos acerca de cómo bosquejar nuestro proyecto. Las reuniones no son formales, por el contrario es más una lluvia de ideas.

- Sí una de nosotras no puede asistir utilizamos el Internet, para enviarnos información o comunicarnos dudas y sugerencias.

- ¿Al participar en las convocatorias cómo se comunican para planear su trabajo?

- Cuando salen convocatorias es verdaderamente necesario reunirnos para llegar a acuerdos sobre los requerimientos de los proyectos y cubrir lo necesario para ganar las convocatorias. También hacemos uso del Internet y reuniones informales que nos ayudan a mejorar nuestro trabajo.

Comunicación Intermedia

- ¿Han trabajado con otras organizaciones y qué han hecho juntas?

- Hemos trabajado con redes internacionales, como: la Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMAFLC), Red Internacional de Género y Comercio (RIGC), con esta última tratamos los temas de libre comercio, globalización, hasta cambio climático.

- Los modelos económicos son las respuestas ha determinados problemas ambientales y género, pues los tratados internacionales le dan forma a beneficios o carencias.

- Alianza Social Continental: es una organización mundial definida como red de redes en foros económicos mundiales, pues se encuentra articulada mundialmente.

- ¿Cuáles son sus principales alianzas organizacionales?

- Inmujeres: manejamos proyectos de acuerdo a sus convocatorias, de hecho ya ha incorporado el tema de género y medio ambiente es sus áreas de trabajo.

- SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales): nuestra alianza en este caso ha sido más estratégica, ya que se tienen temas de trabajo, además nuestras visiones de autonomía y libertad son comunes. Hemos realizado hasta capacitaciones en la misma secretaria.

- Inmujeres D.F., gracias a las capacitaciones y talleres que hemos realizado, se ha logrado definir términos de gobierno, estatales y municipales acerca de nuestro tema, partiendo desde lo más elemental.

- Yo no he trabajado tan de cerca con estas organizaciones, pero hemos obtenido buenos resultados al hacerlo con el: Programa Universitario de Medio Ambiente (PUMA), Programa Universitario de Estudios de Género, (ya integro el enfoque de género y medio ambiente), los cuáles pertenecen a la Universidad Nacional Autónoma de México, y el Sistema de Aguas del Distrito Federal.

- ¿Cómo se comunican con ellas?

- Realizamos una reunión anual, sobre todo con la red de género, utilizamos el internet o reuniones para saber hacia dónde iremos cada año, ¿cuáles son sus objetivos?, ¿cómo se trabajará con nuevos grupos?, ¿en que lugares?, abarcamos estados como Yucatán, Sonora, Puebla, Morelos y Chihuahua.

- ¿Qué información les dan las organizaciones?

- La mayoría es información manejada a un nivel internacional, pues se nos dificulta obtenerla, por ejemplo RIGC, nos dio información, pero al incorporarlo a nuestro país tuve que hacer uso del INEGI, me proporciono datos aunque no se encontraban procesados, por lo que contratamos economistas para poder relacionarlos con género.

- ¿Mujer y Medio Ambiente qué información les proporciona?

- Información acerca de las necesidades ambientales y de género de las mujeres, así como propuestas que ellas mismas realizan como resultado del taller, además

investigaciones realizadas con el fin de acercarse cada vez más a los conflictos ambientales de las mujeres.

Comunicación Externa

- ¿Cómo se quiere llevar el mensaje de equidad de género y agua a las mujeres?

- Primero que nada un mensaje de reconocimiento a si mismas como sujetas de su vida. Mujeres que puedan tener autonomía económica y familiar.

- Cuando se encuentran en el taller, en ocasiones se encuentran en un conflicto sus relaciones familiares, ya que comienzan a ver el mundo de manera diferente, es un momento que puede ser una oportunidad, pues se les dan herramientas para manejar el conflicto para transformar sus vidas, retomando el discurso que más les sirva.

- Les mostramos las relaciones planteadas entre mujeres y hombres, de acuerdo a un planteamiento sociocultural, en los roles de género, como es llevado éste planteamiento a la práctica por el acceso a los recursos naturales.

- ¿De acuerdo con su enfoque de género y agua, por favor explique cómo se da la inequidad de género?

- ¿Qué va configurando los estereotipos de una organización social?, son las actividades específicas dónde implica ser hombre o mujer, el uso, el acceso de ámbitos de la vida pública y privada, son elementos que conforman esos estereotipos.

- De esta manera les mostramos cómo se van forjando los roles de género, cómo las actividades económicas y sociales reflejan estos requisitos, además aplicados al acceso no sólo de actividades laborales, educativas, políticas, si no además a las decisiones de los recursos naturales.

- ¿Considera que la escuela de género y agua hace que las mujeres participen?

- Considero que sí. Les damos técnicas específicas para llegar a ese punto, claro que depende del lugar, nociones y tradiciones de la comunidad o el grupo; por ejemplo: en las comunidades campesinas la tierra a pesar de encontrarse administrada por campesinas, el título no debe ponerse a su nombre, por ello lo que hacemos es orientar a las mujeres a pedir entonces crear otro tipo de trámite para sustentar su autoridad y trabajo.

- Lo que hacemos es unir nuestro trabajo con el de ellas, todo esto les provoca seguridad, fuerza y se convierten en facilitadoras de conflictos ambientales.

- ¿Qué esperan obtener al realizar la escuela?

- La metodología que utilizamos es vivencial, apela a la experiencia concreta de las personas, entramos a la cotidianidad de sus hogares, intentamos sea de manera inmediata, pero además llevarlas a un nivel global.

- Nos preguntamos ¿qué mensajes de género hay?, hacemos revisiones constantes de actividades de hombres y mujeres, los papeles de cada uno en anuncios comerciales en radio, revistas, periódicos, nuestro objetivo es analizar la reproducción de estereotipos.

- ¿Cómo es la difusión del taller y por qué?

- Para realizar la escuela de género y agua en Xochimilco, lo que hicimos fue que la encargada en capacitación, además de comunicación Brenda Rodríguez, visitara la delegación, así como los grupos de Inmujeres que se encontraban en los alrededores.

- En primer lugar se les habló de nuestro trabajo, quiénes somos, nuestros objetivos, a qué personas iba dirigido el taller, su perfil, cómo sería el taller, fue una especie de campaña al principio.

- Utilizamos un cartel sencillo para quienes estuvieran interesados, distribuidos en los lugares dónde se había hecho la campaña, buscábamos una población homogénea.

- ¿Cuánto dinero disponen al hacer los talleres y cómo lo utilizan?

- Los financiamientos varían en cuanto a la cantidad o en su tipo, por un lado en una convocatoria nos dan en promedio, \$400 mil pesos para realizar talleres, cómo la escuela de género y agua, pero un 10% debe la organización cubrirlo, ya sea con dinero o especie, por ejemplo, la renta de la oficina, computadores o en asistentes de información. Pero ninguna incluye los gastos administrativos, como los honorarios.

Otros temas

- ¿Qué le propone Mujer y Medio Ambiente al gobierno?

- Le proponemos que formulen políticas, donde se conciben programas mirando a hombres y mujeres, (considerando que la población no es homogénea), e investigar ¿qué hacen?, las necesidades de cada uno, ¿cómo perciben su realidad? Acercarse para conocer a la población, además de los problemas que los rodean.

- ¿Entre las organizaciones que existen quiénes serían su competencia?

- No lo creo, además de la Red de Género y Medio Ambiente, no existe ninguna organización que trate el tema.

- A nivel general ¿cómo percibe la comunicación de Mujer y Medio Ambiente con sus principales públicos? y ¿qué le gustaría que se reforzara, cambiara o mejorara?

- No hemos logrado comunicar de manera eficiente, los recursos nos han limitado, por lo que carecemos de una página web y comunicación, por ende no hemos obtenido, interés, internet, folletos o conferencias.

- Me gustaría comunicar opiniones de mujeres y hombres, que construyera una sociedad equitativa e igualitaria.

Brenda Rodríguez Herrera

Comunicación y Capacitación

Comunicóloga egresada de la Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco, ingresó a Mujer y Medio Ambiente por su interés constante en temas de género, además de su trabajo singular. Escuchó hablar de Hilda por sus conocimientos, perspectiva original de género, sin mencionar su reputación.

Comunicación Interna

- Me gustaría que me platicarás, ¿cómo fue que te intereso el tema del feminismo y ecología?

- Mí interés surgió cuando conocí el trabajo de la Red de Género y Medio Ambiente (REGEMA), me llamo la atención porque era algo totalmente distinto a las demás, pues a diferencia de las demás organizaciones feministas en México, que tan sólo trataban temas como el aborto, violencia intrafamiliar, abuso sexual etc., la organización se ha destacado siempre por su singular perspectiva, reuniendo al género y al medio ambiente.

- Pero ya en la práctica, al estar en los proyectos, actividades, programas, fue mí participación la razón de mi total interés, encanto y compromiso, hacía la organización.

- ¿Consideras que conocer el tema de género y agua es una necesidad para las mujeres? y ¿por qué?

- Si me parece que es fundamental, para empezar cruza por un derecho humano, como el acceso al agua, segundo, es un tema que tiene relación con el poder, las mujeres no participan en los espacios comunitarios, no forman parte en la toma de decisiones o gestión.

- Pero más que conocer, me parece que se debería reflexionar ¿cómo les afecta el problema a ellas a diferencia de los hombres?, hacer un análisis de cómo viven estos problemas, y verse ellas también, pues por estar en el aceleré no se dan cuenta de esos impactos diferenciados del problema.

- ¿Cómo sobrevive la organización ante éste entorno?

- Creo que el trabajo habla por si solo, nos conocen por hacer un buen trabajo, por ende ese es nuestro respaldo, somos el referente en género y medio ambiente. Por ejemplo, nuestro trabajo en la escuela de género y agua se sigue reproduciendo, es una muestra de los resultados que hemos conseguido.

- Saben que manejamos el tema, INMUJERES nos conoce por haber participado juntas, además de la trayectoria y articulación entre redes que hemos generado, ya que también participamos con otras organizaciones, como la Coalición de Organizaciones Mexicanas por el Derecho al Agua (COMDA).

- En cuanto a lo monetario, buscamos convocatorias para concursar con nuestros proyectos, la consultoría también es otra manera de obtener un sustento, además, el tener buenas relaciones ayuda para obtener más trabajo.

- ¿Cómo se ve la organización en unos años?

- Haciendo cosas con las mujeres, incidiendo en las políticas públicas, sobre todo establecer redes con los mismos grupos de la escuela de género y agua.

- ¿Cuál es su estrategia para lograr su meta?

- Hacer un proyecto a partir de la escuela de género, con financiamiento público con el objetivo de fortalecer los grupos ya formados por la escuela de género.

- ¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarse entre las integrantes de la organización? y ¿cada cuando los usan?

- Utilizamos la comunicación personal, reuniones, dónde planteamos nuestras propuestas, organizarnos, preguntarnos ¿qué queremos?, programamos y el uso del messenger ayuda mucho. Tratamos de usarlos todo el tiempo, sobre todo a principios de año, es el tiempo dónde salen las convocatorias para ingresar los proyectos, es cuando más necesitamos organizar todo.

Comunicación Intermedia

- ¿Han trabajado con otras organizaciones y qué han hecho juntas?

Con la COMDA, se busca el establecer al agua como un derecho humano fundamental, una gestión democrática es el arma para lograr ese objetivo y difundir la lucha por el agua. Hace tres años participamos en el PROMUNDIAL DEL AGUA, con las compañeras feministas hemos armado pronunciamientos, como: CIPAM, GIRE, son organizaciones feministas con las que nos encontramos afines.

- También hemos colaborado con organizaciones campesinas, participamos con la propuesta *Sin Maíz no hay País*, con Greenpeace en ocasiones firmamos sus propuestas, como su estrategia de *Píntale la Raya* contra el Cambio Climático.

- Cuando hay acciones urgentes nos solidarizamos, para tener fuerza, elaborar mecanismos de presión con todas las organizaciones, firmamos muchas cosas, por ejemplo para Enlace y Comunicación nos informaron que en Chiapas golpeaban a las mujeres, compañeras de la escuela, de alguna forma el firmar esos comunicados de acciones coyunturales, definen una postura, ayudando a hacer presión hacía las instancias de poder responsables para solucionar el caso.

- ¿Cuáles son sus principales alianzas organizacionales?

- Con la REGEMA, tratamos los temas de cambio climático, género y agua, la COMDA, se encuentra vinculada con el tema de agua. En el caso de INMUJERES D.F. hay mucho reconocimiento porque saben que somos las del tema.

- INMUJERES nacional por otro lado conoce lo que hemos hecho, es una relación muy buena, nos han buscado y financiado nuestros proyectos, pues reconocen nuestro trabajo, además conocen el trabajo de Hilda, saben del profesionalismo.

- Las Delegaciones de Xochimilco, Milpa Alta y Tlhuac, nos han permitido entrar por las instituciones de mujeres que no tienen incorporado el tema, pero están muy interesadas en ellos, por esa razón seguimos en contacto, sobre todo con los grupos organizados.

- ¿Cómo se comunican con ellas?

- Comunicación personal, por correo grupal que tenemos en Yahoo, reuniones de estrategia cuando tenemos proyecto, por teléfono o el Messenger, es una buena herramienta.

- ¿Qué información les dan las organizaciones?

- Nos invitan a sus proyectos, encuentros, con el objetivo de participar, trabajar, discutir o difundir, presentar lo que en su momento están haciendo, ahorita por ejemplo nos invitaron a un proyecto de Desarrollo Sustentable.

- El canal es el correo electrónico, ya sea con mujeres de base (mujeres que pertenecen a una organización no tan formal, no están articuladas a un tema pero les interesa, tienen menos conocimiento de la situación y de los problemas), o con académicas, las cuáles nos apoyan con más propuestas e información.

- ¿Mujer y Medio Ambiente qué información les proporciona?

- Somos nosotras las que en su mayoría proponemos los proyectos, difundimos, invitamos o elaboramos propuestas, en pocas palabras nosotras jalamos el carrito, aunque en algunas ocasiones otras organizaciones lo hacen.

Comunicación Externa

- ¿Cómo se lleva el mensaje de equidad de género y agua a las mujeres?

- Mediante nuestros ejercicios, tiene que ver con el objetivo del taller y luego lo vamos articulando, comenzando por explicar el género, hacer una reflexión de cómo las mujeres y los hombres viven la situación, o carencia del agua.

- Revisamos cómo lo transmitimos, trabajamos, pues los resultados dependen de cómo abordamos el análisis para llegar a una reflexión.

- ¿Cuáles han sido sus acciones para cumplir con sus objetivos?

- Llevar a cabo los proyectos en forma de talleres es el medio para conseguir nuestros objetivos, que se conforman de charlas, pláticas, reflexiones y ejercicios de análisis.

- Nuestra metodología se basa en postulados de la educación popular de Pablo Freire, facilitamos el conocimiento, guiamos a las compañeras con juegos, dinámicas y sociodramas, que permitan la reflexión, o rescatar lo discutido, que identifiquen las propuestas de la escuela.

- ¿De acuerdo con su enfoque de género y agua, por favor explique cómo se da la inequidad de género?

- Pues de acuerdo a los roles establecidos por la sociedad, son las mujeres quienes viven de manera diferente el problema de agua, ellas buscan obtener el agua cómo se pueda, aunque no se les permite participar en aspectos importantes como en la toma de decisiones, no son valoradas, ni definidas ya sea como usuarias o participes en diferentes circunstancias críticas.

-Además no conocen muchos de sus derechos, como el acceso al agua, los espacios, medios e instancias para poder exigir lo que por derecho es suyo, pero si no los conocen, ¿cómo los van a defender?

- Es importante que la mujer en lugar de ser tratada como víctima, se le muestre espacios, información y un acercamiento a valorarse a sí mismas para notar su potencial de unas u otros, sobre todo utilizar las cosas a su favor.

- ¿Considera que la escuela de género y agua hace que las mujeres participen?

- Fomenta que ellas participen, por medio de la información, su compañerismo, vamos juntas, es un trabajo que cruza con lo emocional, somos unas soñadoras que creen en ellas, y esas mujeres de igual manera confían en nosotras para poder mejorar sus circunstancias.

- ¿Qué esperan obtener al realizar la escuela?

- Poder incidir en las políticas públicas, las mujeres se involucren, se motiven, que su trabajo sea valorado, tratarlas como reinas, pues la forma en la que las tratamos y entre nosotras es fundamental, el vernos como iguales, somos diferentes mujeres con diferentes circunstancias pero buscamos lo mismo.

- ¿Cómo es la difusión del taller y por qué?

- Hicimos tan sólo un cartel, pero además me fui de campaña dos meses en las delegaciones de Xochimilco, Milpa Alta y Tláhuac, hablándoles de lo que nosotras hacemos, lo que buscamos, cómo podríamos trabajar juntas, así fue como aceptaron.

- ¿Cuánto dinero disponen al hacer los talleres y cómo lo utilizan?

- Depende del proyecto, de las actividades que nos pidan, pero lo gastamos en viáticos, comidas, materiales, copias, alimentos, el lugar casi siempre se gestiona, en la escuela de género y agua de julio del 2009, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) con su Programa Universitario de Medio Ambiente (PUMA), nos ayudó a conseguirlo.

Otros temas

- ¿Qué le propone Mujer y Medio Ambiente al gobierno?

- Cumplir sus obligaciones con políticas o programas en el tema del agua, manejando un enfoque de género para mujeres y hombres. Deberían impartirse proyectos para sensibilizar a los funcionarios, además de planes hacia la comunidad con el objetivo de facilitar, demandar y plantear la existencia de una apertura para llegar a concertar.

- ¿Entre las organizaciones que existen quiénes serían su competencia?

- Somos las únicas que tratamos el tema, me gustaría que hubiera más organizaciones trabajando el tema, pero si te pones a investigar acerca de ésta cuestión, te darán la misma referencia, nosotras.

- A nivel general ¿cómo percibe la comunicación de Mujer y Medio Ambiente con sus principales públicos? y ¿qué le gustaría que se reforzara, cambiara o mejorara?

- Como un elemento básico de trabajo que necesita reformularse, desde los carteles, talleres, etc.

6.7 Borrador del Cuestionario.

Por favor lea cada una de las preguntas con atención, ponga una ✓ en la respuesta que más concuerde. ¡GRACIAS!

Nombre:

Edad:

Escolaridad y oficio:

1.-) El problema de escasez del agua en nuestro país es originado por:

a.-) Su distribución natural y el uso erróneo que le damos a diario.

b.-) El desperdicio por el uso doméstico y fugas.

c.-) Por la disponibilidad natural, geofísica, geográfica así como una insuficiente distribución y servicio.

2.-) ¿Cuál es la actividad humana que más desperdicia agua en México?

a.-) Agrícola.

b.-) Industrial.

c.-) Doméstica.

3.-) ¿Considera que existe una desigualdad entre hombres y mujeres en el uso del agua?

a.-) No los dos la utilizamos para las mismas actividades.

b.-) Si, de acuerdo a los roles sociales las mujeres somos quienes nos encargamos de que agua llegue a nuestros hogares y la familia pueda utilizarla.

c.-) Si, el hombre decide como la usamos en casa, en nuestra colonia, delegación y no nos hace partícipes a pesar de que se nos hace las responsables de su uso.

4.-) ¿Cómo nos ayuda la visión de género para resolver el problema del agua?

a.-) A conocer las necesidades de nuestra comunidad.

b.-) A identificar como nos afectan los roles de género, organizarnos hombres y mujeres, conociendo nuestros derechos y como el problema puede ser resuelto con nuestra participación.

c.-) A entender el problema que debemos resolver, nos afecta más a las mujeres que a los hombres.

5.-) ¿Cómo podemos resolver el problema de género y agua?

a.-) Conociendo el problema, nuestros derechos, la existencia de roles de género y organizándonos en nuestras comunidades o delegaciones para llegar a las instituciones.

b.-) Teniendo presente el problema con un enfoque de género, organizándonos y pedir que se cubran nuestras necesidades.

c.-) Dejando de utilizar tanta agua para nuestros quehaceres diarios y tratar de ahorrar lo más posible.

6.-) Los conocimientos que ahora tiene la hacen capaz para:

a.-) Organizarse con sus vecinos y mujeres para poder trabajar ya con el problema del agua en su comunidad.

b.-) Entender el problema por completo, saber cuáles son las causas del problema, cómo puede resolverlo y mejorar su situación.

c.-) Formar un comité comunitario, buscar líderes, conocer a fondo las necesidades de la comunidad, organizarse para trabajar poco a poco, hasta llegar a las instituciones.

7.-) ¿Se entendió toda la información que le proporciono la escuela?

a.-) Si entendí el problema del agua y cómo los roles de género nos afectan, así cómo podemos solucionarlo.

b.-) No entendí los conceptos, utilizaron palabras que no me quedan aún claras.

c.-) Hay muchas cosas nuevas que aprendí y me quedaron muchas dudas, aunque la mayoría de la información la entendí.

e.-) Si no existe la respuesta, explique que no entendió:

8.-) ¿Cuáles fueron las causas por las que no entendió?

a.-) La información era muy complicada, no se entendía.

b.-) No explicaban con mucha claridad los conceptos.

c.-) Me fue casi imposible entender algo, la información era demasiada.

d.-) Si no existe la respuesta explique ¿por qué no entendió?:

9.-) Considera ahora al agua como:

a.-) Algo indispensable al que todos los seres humanos tenemos derecho.

b.-) Un derecho humano que debemos defender y cuidar.

c.-) Como un derecho humano al que no todos tenemos acceso, ya sea por género, etnia o estado socioeconómico.

10.-) Ahora que ha terminado la escuela de género y agua, ¿qué se le ocurre puede hacer en su comunidad?

11.-) ¿Qué considera puede hacerse para entender mejor la información de la escuela de género y agua?

12.-) ¿Se siente lista tanto en conocimientos y preparada para poder organizarse?

6.7.1 Cuestionario Aplicado

Por favor lea cada una de las preguntas con atención, ponga una ✓ en la respuesta que más concuerde. ¡GRACIAS!

Edad:

Escolaridad

Ocupación:

1.-) El problema de escasez del agua en nuestro país es originado por:

- a.-) Su distribución natural y el uso erróneo que le damos a diario.
- b.-) El desperdicio por el uso doméstico y fugas.
- c.-) Por la disponibilidad natural, geofísica, geográfica así como una insuficiente distribución y servicio.

2.-) ¿Cuál es la actividad humana que más desperdicia agua en México?

- a.-) Agrícola.
- b.-) Industrial.
- c.-) Doméstica.

3.-) ¿Considera que existe una desigualdad entre hombres y mujeres en el uso del agua?

- a.-) No los dos la utilizamos para las mismas actividades.
- b.-) Si, de acuerdo con los roles de género las mujeres somos quiénes nos encargamos de que el agua llegue a nuestros hogares y la familia pueda utilizarla.
- c.-) Si, el hombre decide como la usamos en casa, en nuestra colonia, delegación y no se nos hace partícipes a pesar de que se nos hace las responsables de su uso.

4.-) ¿Cómo nos ayuda la visión de género para resolver el problema del agua?

- a.-) A conocer las necesidades de nuestra comunidad.
- b.-) A identificar como nos afectan los roles de género, organizarnos hombres y mujeres, conociendo nuestros derechos y como el problema puede ser resuelto con nuestra participación.

c.-) A entender el problema que debemos resolver, nos afecta más a las mujeres que a los hombres.

5.-) ¿Cómo podemos resolver el problema de género y agua?

a.-) Conociendo el problema, nuestros derechos, la existencia de roles de género y organizándonos en nuestras comunidades o delegaciones para llegar a las instituciones.

b.-) Teniendo presente el problema con un enfoque de género, organizándonos y pedir que se cubran nuestras necesidades.

c.-) Dejando de utilizar tanta agua para nuestros quehaceres diarios y tratar de ahorrar lo más posible.

6.-) Los conocimientos que ahora tiene la hacen capaz para:

a.-) Organizarse con sus vecinos y mujeres para poder trabajar ya con el problema del agua en su comunidad.

b.-) Entender el problema por completo, saber cuáles son las causas del problema, cómo puede resolverlo y mejorar su situación.

c.-) Formar un comité comunitario, buscar líderes, conocer a fondo las necesidades de la comunidad, organizarse para trabajar poco a poco, hasta llegar a las instituciones.

7.-) ¿Se entendió toda la información que se le proporcionó en el curso?

a.-) Si entendí el problema del agua y cómo los roles de género nos afectan, así cómo podemos solucionarlo.

b.-) No entendí los conceptos, utilizaron palabras que no me quedan aún claras.

c.-) Hay muchas cosas nuevas que aprendí y me quedaron muchas dudas, aunque la mayoría de la información la entendí.

e.-) Si no existe la respuesta, explique que no entendió:

Si la respuesta es a) pase a la pregunta 9.

8.-) ¿Cuáles fueron las causas por las que no entendió?

a.-) La información era muy complicada, no se entendía.

b.-) No explicaban con mucha claridad los conceptos.

c.-) Me fue casi imposible entender algo, la información era demasiada.

d.-) Si no existe la respuesta explique ¿por qué no entendió?:

9.-) Considera ahora al agua como:

a.-) Algo indispensable al que todos los seres humanos tenemos derecho.

b.-) Un derecho humano que debemos defender y cuidar.

c.-) Como un derecho humano al que no todos tenemos acceso, ya sea por género, etnia o estado socioeconómico.

10.-) ¿Cómo se enteró del curso y qué la motivo a asistir?

11.-) Ahora que ha terminado el curso de género y agua, ¿qué se le ocurre puede hacer en su comunidad?

12.-) ¿Cómo se ubica usted en el problema del agua, cómo actor, líder, participe en la toma de decisiones o gestor, usuaria, etc.? y ¿por qué?

13.-) ¿Qué le impediría organizarse y participar en su comunidad? y ¿por qué?

14.-) ¿Qué tratado, convenio, ley o programa puede utilizar para defender su derecho al agua? y ¿por qué?

15.-) ¿Qué sugeriría para mejorar el curso de género y agua?

16.-) Mencione por lo menos seis instrumentos de gestión que pueda utilizar en la problemática del agua y ¿cómo lo llevaría a cabo?

17.-) ¿Se siente lista tanto en conocimientos y preparada para poder organizarse?

SI.

NO.

¿Por qué?





Denuncia
Uso de email
Internet

ANEXOS
Revisión

Nora

LUZ



















...puzles ser
...atos per la
...ciones para
... la literatura.









SOLD AIR



Est. 1978 in 2010 and 2011.
Customer service is our focus.
2017

3-60089



AGUA TRATADA

2307 EKOR





19. 2307. EKO

FOLLO AGUA TRATADA

SOLO AGUA TRATADA

3-60069

306256

AGUA TRATADA

2307.eko





Deforestación
 Segura de pozos
 Escasez de agua
 Acaparamiento y desvío del agua

Contaminación
 Basura en la ribera
 Contaminación química, metales pesados y pesticidas
 Sangre y drenaje

Salvo Consecuencias
 Infecciones en los ojos, piel
 Gasto intestinal
 Infecciones vaginales

Suma → 6

Suma → 9



Tula de Allende
 2014 de agua
 2014 de agua

• Para el agua
 - Contaminación de
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...



ela
oy
a
e



























Escuela
**Género y
Agua**

Las mujeres
protagonistas de las
decisiones locales
del agua



Escuela
Género y
Agua

mujeres

15 Cód. para Informa
Gonal de Docu
Estadon, Sociales y
Culturales (PEDES)
... y puntos
...
...
... de los
... a...

e investi.









Comer mejor, beber

Éxito los

Quemados

Exercicios participativos

Eliminar estereotipos

Fomentar la discriminación

Pol. pub. orientada de D

Información

Participación en temas de















Cocina















para
los
biblicas

Como pueden ser
utilizados por las
organizaciones para
mejorar su incidencia

constante,
servidores
e Progestiva

Proyectos
tercio P6

amiento de
(y) reorgan

consejos cada-
registrar el gerente

white marker

purple sleeve









Escuela Género y Agua

Las mujeres
protagonistas de las
decisiones locales
del agua

Identificación del problema.
Diagnóstico de situación.
Motivación del objetivo.
Formulación de propuestas.
Análisis de la situación para la gestión.
Selección de una agenda de gestión.
Implementación de un plan de gestión.
Evaluación del ciclo y revisión de aprendizajes.

9 Sintetización de la experiencia

1 Identificar los problemas
2 Analizar los problemas
3 Formular las propuestas - Agenda
4 Redactar la agenda
5 Documentar el proceso
6 Seguimiento







Handwritten notes on a whiteboard or paper, including phrases like:
- Punto de trabajo
- Sistema de
- Formación
- para el desarrollo
- de mujeres
- líderes







SANTO DOMINGO EN RED

CON = Mujeres,
de los institucionales
en todos los niveles.


Sensibilización en Servicios
Cabo o Fin

intermitiendo el Acceso a la
comercio, = a Mujeres.
acceso a Valorización Mujer









Escuela
Género y
Acción

tas























Condiciones de Desigualdad en

La Jornada

Pune en jaque los capitalinos la escasez de agua









Escuela Género y Agua

Las mujeres
protagonistas de las
decisiones locales
del agua



Los ocho pas
de

1. Ide
- 2.
3. Elabor
4. Fo
5. Análiz
pa
6. Elab
oper
7. Instru
pl
8. Evalu
revisión











Escuela
Género y
Agua

Las mujeres

- 1. Identificación del problema
- 2. Búsqueda de información
- 3. Definición del objetivo
- 4. Formulación de propuestas
- 5. Análisis de la situación para la gestión
- 6. Elaboración de una agenda de gestión
- 7. Instrumentación de un plan de gestión
- 8. Evaluación del plan y acciones de implementación
- 9. Sistematización de la experiencia

5. Organización
 6. Identificar los problemas
 7. Análisis de la situación para la gestión
 8. Aliados - Adversarios
 9. Formulación de propuestas - Agenda
 10. Redacción de agendas básicas
 Documento base - agenda
 11. Seguimiento y evaluación




1. Identificación del problema
 2. Búsqueda de información
 3. Definición del objetivo
 4. Formulación de propuestas

eden ser
s por las
ones para
incidencia





A close-up photograph of water splashing, showing individual droplets and bubbles, is positioned at the top of the page. The water is clear and bright, contrasting with the dark background below.

Escuela
Género y
Agua

ORGANIZACIONES

✓ Identificación
✓ Planificación
✓ Ejecución
✓ Evaluación
✓ Seguimiento

Fundamental las
Iniciativas
Taller de
Estrategias

✓ Formas - Agenda
✓ Redes locales
- de go!

50%

Proyecto
Liderazgo
Seguimiento
Evaluación
Formas
Redes
Agenda
Redes
Evaluación
Resultados







Handwritten notes on a whiteboard, including the word "PURA" and other illegible text.







Las mujeres
protagonistas de las
decisiones locales
del agua























SUMA - 6

CONFLICTOS

ACA RELEVANTE

0-1

CONFLICTO - 1

CONFLICTOS 0

SUMA - 2

4

6

6

Problemas
Causa de Problemas
Método de Resolución
de los problemas
Estrategias de Resolución
(en el aula)
Estrategias de Resolución
de los problemas
Estrategias de Resolución
de los problemas
Estrategias de Resolución
de los problemas

9







de desarrollo
Derecho al agua
(art. 27 Const)
Incrementos en
la familia
Infecciones y
Enfermedades

Bloque 5
Servicios
Públicos

DELEGACIONALES
MUNICIPALES

3

9

7

CONDICIONES/
ESTAD
MUNICIPALES







- modificar el uso de productos químicos que afectan la calidad del agua por otros amigables (que no afecten) al medio ambiente.

Compuestos
- Productos no contaminantes y orgánicos
- Mejor control de basura y desechos
- Reducción del contacto del agua con el tipo de terreno
- Disponer basuras secas
- Disponer basuras contaminadas

...
... económica
... en las
... de agua

Instancias de
Negociación y
Mecanismos de
Participación Ciudadana

- Comunidades locales
- Secretaría de Municipal
- SENARSA
- CONAG
- Red
-
-
-
-

... = Investi.







Beijing, 1995

Constitución

PARIDAD

• Capacitación constante,
permanente a servidores
públicos, sobre Aspectos
de Género

• Leyes, programas y proyectos
incorporan en ejecución P/G

• Respeto, cumplimiento de
Instrumentos I/II que auspici
P/G

• Formación de unidades cada-







Beijing, 1995

Constitución

PROIGUALDAD

Formación de sindicatos
Públicos, sobre perspectiva
de Género

• Leyes, programas y proyectos
incorporan en gestión P/G

• Respeto, cumplimiento de
lineamientos (ley) por parte
P/G

• Formación de consejos, comite-
dadas para vigilar

Disericy y Con-
cion de un proy
de Infraestructura
COAGUA (C) Comb
Municipio (medial
Comunidad (Trib)

FUD 2006-2012

21 - NO HAY

- Ley de Aguas Nacionales
- Carta Magna (art. 170
art. 27, 6, 8 y 9)
- Art. 115
Internacional
- PROSEC 2002
- ODS (art. 15)
- CEDAW



CORENA

CARRETERA NUEVA
XOCHIMILCO • TULYEHUALCO
9700



































Agua

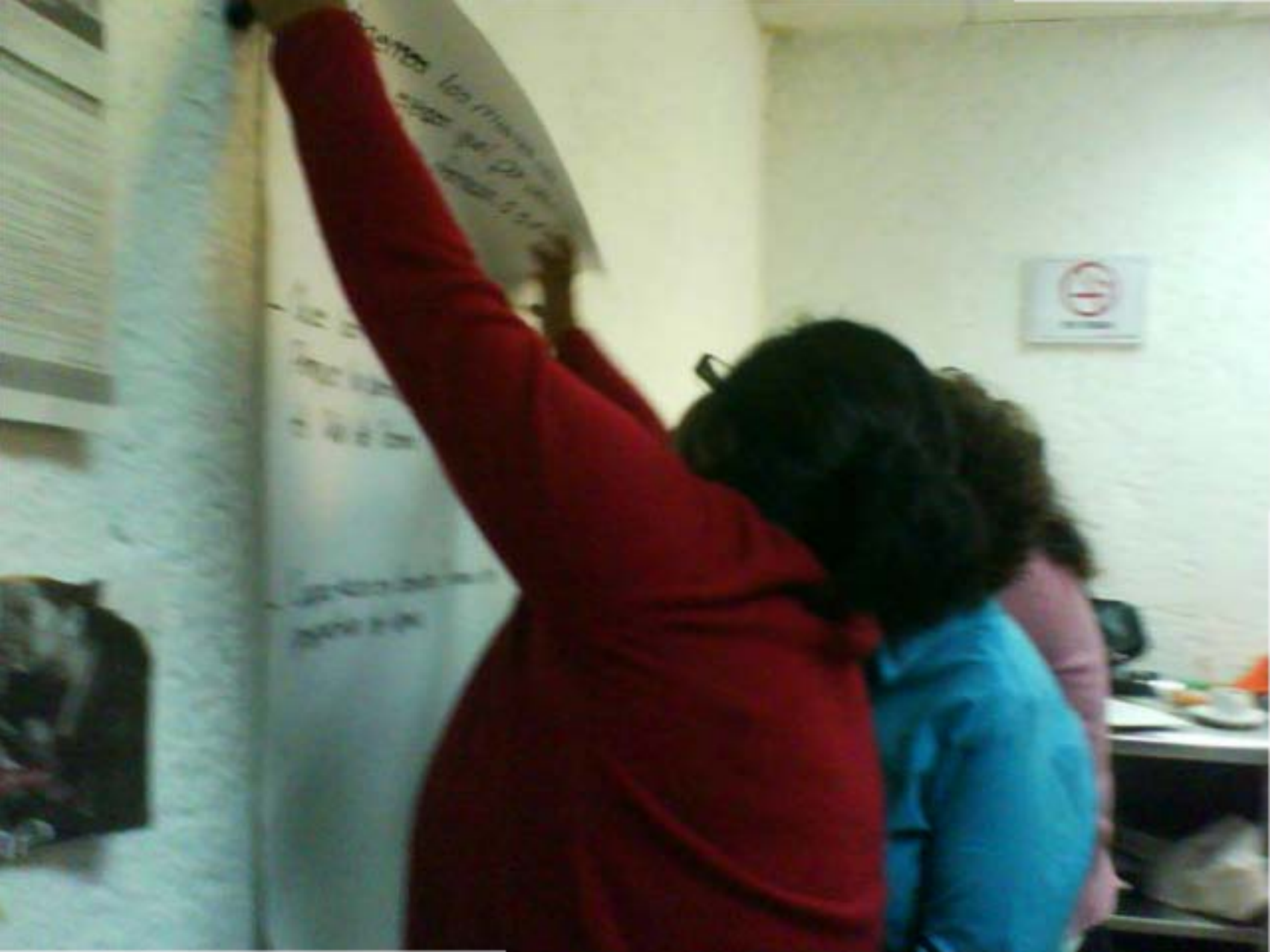




Norma

Instituto de las
Mujeres
idad de
a al













esquemas
temas
litros
ABER - UNIVER
UNER.

Pintas-grafitis
Pantano
Dorinda
Mora de...

Plebiscito
Cabildeo
Comunidad
Participación

Patricia

Margarita



