



Herramientas y estrategias para la
vinculación política.

VINCULACIÓN CIUDADANA CON ELECTORES

Dra. Gabriela Solís Ladrón de Guevara



Herramientas y estrategias para la vinculación política. **Vinculación ciudadana con electores**

Dra. Gabriela Solis Ladrón de Guevara

Contenido

PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	8
1. Uso y manejo de redes sociales y de medios de comunicación	11
Medios sociales	12
1.1 Página de Internet.	13
1.2 Correo electrónico.	14
1.3 Lista de correo.	15
1.4 Chat.	16
1.5 Pláticas y conferencias virtuales.	18
1.6 Encuestas en medios sociales.	19
1.7 Redes sociales.	20
Medios telefónicos	23
1.8 Comunicación con teléfono fijo o móvil.	23
1.9 Encuestas telefónicas.	24
1.10 Buzón de voz y servicio de voz.	25
Medios radiofónicos	26
1.11 Anuncios y campañas en radio.	26
Medios presenciales o en tiempo real	27
1.12 Conferencias o ruedas de prensa.	28
1.13 Presentaciones en radio y televisión.	29
1.14 Entrevistas espontáneas.	30
Medios impresos	31
1.15 Boletines de prensa.	31
1.16 Inserciones en prensa.	32
1.17 Espacio permanente en prensa.	33
1.18 Hojas informativas.	34

1.19	Librillos, trípticos y volantes.	35
1.20	Carteles.	36
2.	Gestoría ciudadana	37
	Vinculación incluyente	37
2.1	Vincular con mujeres.	37
2.2	Vincular con personas con necesidades especiales.	38
2.3	Vincular con infantes y juveniles.	39
	Proporcionar información a la ciudadanía y electores	40
2.4	Reuniones informativas.	40
2.5	Pláticas y conferencias.	41
2.6	Reportes técnicos.	43
2.7	Exhibiciones en espacios públicos.	43
	Obtener información de la ciudadanía y electores	45
2.8	Cartas ciudadanas.	45
2.9	Buzón para quejas, sugerencias y consultas ciudadanas.	46
2.10	Cuestionarios y entrevistas estructuradas.	47
	Construir con la ciudadanía	49
2.11	Consejeros(as) comunitarios(as).	49
2.12	Comités organizadores ciudadanos.	50
2.13	Talleres y mesas de trabajo.	51
2.14	Foros.	53
2.15	Actividades comunitarias.	54
2.16	Centros de vinculación ciudadana.	55
2.17	Mostradores ciudadanos.	56
2.18	Redes comunitarias.	57
	Toma de decisiones participativa	58
2.19	Grupos de enfoque.	58
2.20	Consenso.	59
2.21	Consulta pública.	60
2.22	Votación.	61
3.	Alianzas estratégicas	63
	Alianzas estratégicas con personas expertas	66
3.1	Personas asesoras.	66
3.2	Comités de asesoría.	67

3.3 Mesas de discusión.	68
3.4 Pláticas y conferencias de expertos.	68
Alianzas estrategias con la sociedad civil	69
3.5 Consejos ciudadanos.	69
3.6 Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC´S).	70
3.7 Personas voluntarias.	71
Alianzas estratégicas con medios de comunicación	72
3.8 Medios de comunicación.	72
Anexo: información complementaria	73
Temores que pueden inhibir la vinculación y participación social.	73
Ejemplos de procesos de vinculación con ciudadanía y electores.	75

Relación de tablas

Tabla 1. Beneficios de la vinculación con la ciudadanía y electores.	9
Tabla 2. Principios de buena práctica política para procesos de vinculación ciudadana y con electores.	10
Tabla 3. Perfil de personas internautas.	12
Tabla 4. Estrategias para responder preguntas difíciles.	28
Tabla 5. Alianzas estratégicas, ejemplos de socios y áreas de oportunidad.	64
Tabla 6. Octagon. Una herramienta para evaluar las fortalezas y debilidades en las organizaciones no gubernamentales.	70
Tabla 7. Ejemplos de temores que pueden inhibir la vinculación ciudadana.	74
Tabla 8. Ejemplos de resultados en procesos de vinculación.	76

PRESENTACIÓN

El presente documento propone diversas herramientas de vinculación política con la ciudadanía y electores. Está integrado por tres partes: a) Uso y manejo de redes sociales y de medios de comunicación; b) Gestoría ciudadana, y c) Alianzas estratégicas con la sociedad civil.

La información se presenta de manera estructurada e incluye el nombre de la herramienta; un párrafo que la describe; una tabla que propone diversas acciones aplicables durante su ejecución; sus ventajas, limitaciones e ideas, que contienen estrategias basadas en el ejercicio político. Esta estructura permite hacer consultas rápidas, lo que convierte al presente documento en un instrumento de trabajo.

Las herramientas y estrategias que se presentan no son limitativas, constituyen una plataforma que tiene por objeto detonar procesos creativos de vinculación ciudadana y con electores. Se espera que pueda inspirar a las mujeres que hacen política a construir sus propias propuestas y variantes; y a ejecutarlas en su trabajo cotidiano, con base en su realidad local, cultural y política.

INTRODUCCIÓN

PERSPECTIVA DE GÉNERO

La perspectiva busca un equilibrio justo en todas las esferas humanas que garantice el pleno ejercicio de los derechos humanos, tanto de mujeres como de hombres de todas las edades, estados civiles, etnias, clases sociales, nacionalidades, orientaciones sexuales, y cualquier otra característica individual o grupal. El presente documento abona a la perspectiva de género, ya que se orienta a fortalecer el liderazgo de las mujeres que hacen política.

VINCULACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El proceso de democratización global ha abierto nuevos espacios para estrechar los lazos de vinculación entre el gobierno y la sociedad civil, bajo un modelo renovado de gobernanza que incorpora la perspectiva y la participación activa de la ciudadanía y electores. Esta vinculación tiene valor en sí misma, ya que acrecienta la conciencia cívica de la sociedad civil y fortalece la democracia. Además, una de sus mayores contribuciones es que detona el desarrollo de la sociedad, a través de favorecer el dialogo en torno a temas de interés común; dar sustento a la toma de decisiones; y propiciar la elaboración de políticas públicas sensibles, capaces de responder a la realidad y a las necesidades de gobierno, ciudadanía y electores. A continuación se muestran dos tablas. La primera, resume los beneficios asociados con la vinculación con la ciudadanía y electores. La segunda, presenta los principios que deben regir a dicha vinculación, basados en la buena práctica política.

Beneficios y ejemplos de la vinculación con la ciudadanía y electores.

BENEFICIOS	EJEMPLOS DE BENEFICIOS
Fortalece la relación entre el gobierno-ciudadanía y electores.	<ul style="list-style-type: none"> • Se establecen sinergias entre el gobierno, la ciudadanía y electores. • En lugar de mantener una posición antagónica, el gobierno, la ciudadanía y electores “se pasan del mismo lado” que es el bien común.
Robustece la toma de decisión.	<ul style="list-style-type: none"> • Las aportaciones que la ciudadanía y electores realizan alrededor de proyectos e iniciativas, proporcionan información y claridad sobre los diversos sectores afectados o involucrados. • Se detectan los temas con mayor visibilidad social, los retos y aquellos aspectos que podrían amenazar a los proyectos e iniciativas. • Las decisiones se toman desde una posición de mayor fortaleza política y de manera informada, por lo que aumenta la probabilidad de obtener mejores resultados.
Blinda los proyectos e iniciativas.	<ul style="list-style-type: none"> • La ciudadanía y electores se apropian de proyectos e iniciativas, las apoya y defiende. Lo que reduce su vulnerabilidad. • Con el apoyo de la ciudadanía y electores, se dispersa la presión de los opositores. • Las inquietudes o dudas de la ciudadanía y electores disminuyen. • Se reduce la probabilidad de decisiones erróneas, de quejas y protestas.
Favorece la gobernanza.	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuye a que el bien común se convierta en un objetivo social. • Crece la participación cívica de la ciudadanía y electores. • Aumenta la cohesión social. • Se construyen nuevas alianzas y se fortalecen las existentes.
Promueve la igualdad.	<ul style="list-style-type: none"> • Las minorías se hacen visibles. • El gobierno y la sociedad incluyen a los sectores minoritarios. • Da legitimidad democrática a los grupos políticos no elegidos.
Propicia una mayor satisfacción de la ciudadanía y el electorado.	<ul style="list-style-type: none"> • Las iniciativas responden a las prioridades y necesidades de la ciudadanía y el electorado. • Mejora la credibilidad en las mujeres que hacen política. • Aumenta la confianza en las instituciones de gobierno.
Contribuye a desarrollar las habilidades políticas y sociales de la ciudadanía.	<ul style="list-style-type: none"> • La ciudadanía y electores adquieren información sobre los temas públicos, la estructura, organización, funciones, retos y limitaciones del trabajo que realiza el gobierno. • Aumenta el interés de la ciudadanía y electores en el trabajo político. • La ciudadanía y electores desarrollan competencias para dialogar, negociar, resolver conflictos y conciliar intereses. • Aumenta la tolerancia a las diferencias, a aceptar lo diverso y a que los puntos de vista diferentes puedan coexistir. • Propicia una cultura de diálogo.

Tabla 1. Beneficios de la vinculación con la ciudadanía y electores.

Principios de buena práctica política para procesos de vinculación con la ciudadanía y electores.

PRINCIPIO	OBJETIVO	VENTAJAS
Claridad	Asegurar que la ciudadanía y electores identifiquen claramente los objetivos del proceso de vinculación.	La ciudadanía y electores están en posibilidad de identificar coincidencias, problemas comunes, soluciones, hacer propuestas y proponer modificaciones para fortalecer los proyectos e iniciativas.
Pertinencia	Asegurar la vinculación con aquellos grupos e individuos que pudieran ser afectados por los proyectos e iniciativas.	La ciudadanía y electores expresan sus necesidades y expectativas; y las mujeres que hacen política están en posibilidad de hacer propuestas mucho más congruentes con la realidad.
Transparencia	Asegurar que las personas puedan acceder a la información sobre proyectos e iniciativas, y aquella generada en el proceso de vinculación.	Favorece el fortalecimiento de las instituciones de gobierno; y vigoriza la confianza en las mujeres que hacen política;
Inclusión	Asegurar la participación de sectores menos favorecidos, marginados, vulnerables, poco visibles o tradicionalmente excluidos de la vida pública, a causa de su lengua, religión, discapacidad, origen étnico, cultural, situación socioeconómica y otros factores.	Propicia que las personas pertenecientes a sectores menos favorecidos se incorporen a la vida pública; y que sus necesidades sean identificadas y atendidas.
Respeto	Asegurar que la vinculación se desarrolle en un ambiente de respeto.	Favorece el intercambio de puntos de vista, intereses y opiniones. La diversidad de la ciudadanía y electores puede expresarse; lo que enriquece los procesos.
Buena fe	Asegurar que la vinculación se inspire en la buena fe de todas las partes.	Fortalece la cohesión social y el trabajo que desarrollan de manera conjunta el gobierno y la sociedad civil.

Tabla 2. Principios de buena práctica política para procesos de vinculación ciudadana y con electores.

1. USO Y MANEJO DE REDES SOCIALES Y DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Esta primera parte presenta herramientas y estrategias para utilizar diversos medios de comunicación, con el fin de favorecer la vinculación entre las mujeres que hacen política, la ciudadanía y electores, entre los que destacan: medios sociales, telefónicos, impresos, radiofónicos y presenciales.

Los medios son herramientas que se emplean para comunicar, informar, compartir o recibir información de la ciudadanía y electores, a través de una variedad de versiones, como son, digital, textual, sonora o visual. A continuación se presenta un cuadro que contiene acciones generales que pueden aplicarse al usar y manejar redes sociales y medios de comunicación.

Checar (✓)	Uso y manejo de redes sociales y de medios de comunicación Acciones Generales
	Definir la estructura de la información que se presenta.
	Organizar la información en bloques e incluir la información más importante al comienzo de cada uno.
	Proporcionar tres niveles de información: a. Título. b. Frase o párrafo que resuma el contenido del bloque. c. Información completa.
	Al seleccionar el tipo y tamaño de letra considerar a las personas que tienen disminución visual.
	Al grabar mensajes, considerar a las personas que tienen disminución auditiva.
	En documentos impresos, evitar copias de mala calidad.
	Emplear ejemplos con los que la audiencia pueda relacionarse.
	Apoyar la presentación de información con una variedad de medios, como son, material gráfico, fotografías, mapas, videos, caricaturas, arte y otros.

MEDIOS SOCIALES

Los medios sociales se han convertido en un escenario importante en el ámbito político. Han transformado las estructuras y los métodos de la comunicación política contemporánea e influido en la manera en la que personas dedicadas a la política interactúan con la ciudadanía y electores. Se han convertido en un recurso adicional para distribuir notas políticas, información, encontrar personas que apoyen o disientan de las propuestas e iniciativas emprendidas.

Importancia de los medios sociales

- La tecnología digital permite participar en un nuevo nivel de relación con la ciudadanía y electores, que transforma el trabajo político en un ejercicio más dinámico.
- Establecer procesos de comunicación social directa y en tiempo real, como por ejemplo, opiniones, conversaciones, razonamientos y debates.
- Distribuir información de maneras diversas, como son, textos cortos, reportes completos, imágenes y videos.
- Conocer rápidamente las opiniones y posicionamiento de la ciudadanía y electores sobre temas específicos, sus reacciones, apoyo y participación en eventos.
- Organizar la información de manera temática y analizarla; por ejemplo, a través de grupos, foros de discusión y buscadores temáticos.
- Distribuir la información a grandes audiencias, de manera exponencial, debido a que cada usuario tiene la posibilidad de compartirla con su red personal, lo que incrementa la audiencia y el acceso a sectores poco visibles o participativos.

A continuación se muestran los resultados de un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet, sobre el perfil de las personas internautas.

Género femenino	Género masculino
50%	50%
Rango de edad	Porcentaje
6-12	12%
13-18	24%
19-24	21%
25-34	18%
35-44	13%
45-55	8%
Más de 55 años	4%

Tabla 3. Perfil de personas internautas. ¹

¹ Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México. AMIPCI, 2014

Características generales de la información compartida por medios sociales

- El mejor horario para subir información: entre 8pm and 7am.
- Los mejores días: viernes y domingos.
- Los usuarios prefieren calidad a cantidad de información. No más de 40 caracteres.
- Las imágenes resultan mucho más poderosas que las palabras.

I.1 PÁGINA DE INTERNET.

Proporciona a la ciudadanía y electores información amplia, por ejemplo, sobre las mujeres que hacen política, el trabajo legislativo, los proyectos e iniciativas, y los procesos de vinculación y participación ciudadana.

Checar (✓)	Acciones
	Diseñar la página de manera amigable, intuitiva ² y con funciones sencillas.
	Incluir funciones para que la ciudadanía y electores puedan comunicarse con usted.
	Incluir herramientas para personas con discapacidad.
Proporcionar información que:	
	Sea precisa, concisa y que pueda ser obtenida sin rodeos y de manera expedita.
	Interese a la ciudadanía y electores, a partir de la información más solicitada.
	Permita a la ciudadanía y electores tomar posiciones y decisiones, por ejemplo, el objetivo, las metas y la población beneficiada por los proyectos e iniciativas.
	Oriente a la ciudadanía y electores, por ejemplo, los requerimientos, el lugar y el horario de la próxima reunión.
	Sea útil, por ejemplo, las rutas de transporte público para acceder a la sede del evento.

Ventajas

- Permite estimar el interés y la orientación de la ciudadanía y electores con respecto a temas específicos, a través de funciones que cuantifican el número de veces que se accedió a la información.
- Varias personas pueden ingresar a la página de manera simultánea.

² Medio digital intuitivo: Que pueda ser utilizado sin necesidad de capacitación

- Reduce el número de consultas telefónicas.
- Ahorra tiempo, costos de impresión y papel.

Limitaciones

- Únicamente participan personas que tienen acceso a la Internet.
- Si los usuarios no obtienen la información que requieren de manera expedita, abandonan la página.
- Los modelos antiguos de computadoras toman mucho tiempo en abrir o bajar información, especialmente con gráficos.
- Se requiere que alguien diseñe la página y que le de mantenimiento.

Ideas

- Solicite a la ciudadanía y electores que califiquen los proyectos e iniciativas con encuestas rápidas.
- Incluya una galería de fotos de la ciudadanía y electores que han participado en los eventos de vinculación.

1.2 CORREO ELECTRÓNICO.

Es una comunicación uno a uno, que se realiza a través de la computadora, que es inmediata si la otra persona está en línea o que es leído cuando el remitente abre su buzón.

Checar (✓)	Acciones
	Crear una dirección institucional que sea fácil de memorizar y de escribir. Evite nombres sin sentido, como por ejemplo: a57trwz, ya que son difíciles de memorizar.
	Responder a todos los correos a fin de reducir la incertidumbre de si el correo fue recibido.
	Capacitar al colaborador(a) encargado(a) de responder los correos y proporcionarle información y orientación sobre los proyectos e iniciativas.
Desarrollar procedimientos para:	
	Proteger la identidad la ciudadanía y electores.
	Responder los correos.
	Sistematizar la información recibida.
	Elaborar reportes estadísticos a partir de los contenidos.

Ventajas

- A medida que se extiende el uso de este medio, la ciudadanía y electores lo prefieren.
- Generalmente la información que se recibe y responde es breve, por lo que tiempo de procesamiento es reducido.
- La comunicación es personalizada.

Limitaciones

- Únicamente participan personas que tienen acceso a la Internet.
- Los correos no respondidos pueden deteriorar la imagen personal, por lo que, si no pueden responderse y/o si no se tiene personal expresamente dedicado a hacerlo, es mejor utilizar medios alternos de comunicación

Ideas

- Si el número de correos que recibe es excesivo y no tiene personal suficiente para a darles respuesta:
- Considere elaborar un texto para respuesta inmediata que indique que el correo fue recibido y que será procesado posteriormente. Mantenga el texto por debajo de los 45 caracteres.
- Utilice una respuesta semi-automatizada, mediante el cual se programan diversas respuestas y la persona que responde puede decidir cuál enviar.
- Evite utilizar signos de puntuación de manera excesiva, sus correos tienen el peligro de ser enviados a las carpetas de spam³ y no ser leídos.

I.3 LISTA DE CORREO.

Es una base de datos que contiene el nombre y la dirección electrónica de ciudadanos. Puede integrarse como una lista de correo para comunicaciones generales; o para informar a grupos de personas interesadas en iniciativas particulares.

Checar (✓)	Acciones
	Integrar una base de datos con la información de la ciudadanía y electores, por ejemplo, nombre, dirección electrónica, edad, género e intereses particulares.
	Clasificar la base de datos de acuerdo a las necesidades, como por ejemplo, asociaciones vecinales, grupos cívicos, comunitarios y representantes vecinales; amas de casa, profesionistas, y jóvenes.

³ SPAM, correos basura no solicitados, no deseados o de remitente desconocido.

Con base en la clasificación desarrollada, integrar listas de correo.
Desarrollar un documento informativo para cada lista de correo y enviar a los integrantes.
Establecer la periodicidad de las comunicaciones y comunicar a los integrantes.
Mantener activas las listas de correo, por medio de comunicaciones periódicas

Ventajas

- Mantiene informada a la ciudadanía y electores sobre el desarrollo del trabajo, los proyectos y las iniciativas.
- La posición de la ciudadanía y electores con respecto a los proyectos e iniciativas puede deducirse a través de las respuestas, como por ejemplo, es posible evaluar su grado de interés.
- Las listas de correo electrónico tienen un costo de operación bajo.
- Las direcciones de correo electrónico pueden comprarse a empresas especializadas.

Limitaciones

- Únicamente participan personas que tienen acceso a la Internet.
- No se sabe si los correos fueron leídos.
- Debido a que la información debe ser concisa y corta, puede llegar a ser superficial.

Ideas

- Amplíe el número de suscriptores, a través de la ciudadanía y electores incluidos en las listas de correo, por medio de invitaciones, mecanismos de reenvío, ligas a otras listas de correo y a redes sociales.

I.4 CHAT.

Es una función que permite a dos o más personas establecer una conversación en tiempo real a través de la Internet. Pueden utilizarse como foros de discusión temática en la que participan usuarios con intereses similares y que enriquecen la información a partir de la diversidad de opiniones con la que contribuyen. Se realizan en tiempo real, durante un periodo de tiempo establecido o de manera continua.

Checar (✓)	Acciones
Establecer el tema. La oportunidad y pertinencia de los temas es un factor importante para atraer a participantes.	

Definir la información que va a proporcionarse.
Asociar el contenido con un guion de respuestas y con bloques de información precisa y breve, que pueda ser proporcionada a la ciudadanía y electores.
Definir el moderador, quien apoyará a los panelistas para crear una experiencia diversa y enriquecedora.
Invitar a no más de dos panelistas, a fin de responder a las preguntas de participantes y enriquecer la discusión.
Proporcionar información a los panelistas, antes del evento. Proponerles respuestas cortas a las personas participantes, para que no tengan que esperar a que escriban mensajes largos.
Desarrollar preguntas sobre el tema para guiar la discusión en caso de que las personas participantes no las generen; tener preparadas ligas a contenidos informativos.
Promover el chat. Utilizar redes sociales como Facebook, Twitter y listas de correo. Recordar que el evento se llevará a cabo ese día, avise 8 horas antes y justo antes de empezar.

Durante el chat

- Inicie el chat a tiempo. Trabajar en equipo con panelistas. Escoger una pregunta y leerla en voz alta para saber si los panelistas pueden o quieren responder.
- Dar la bienvenida a participantes.
- Obtener información de la audiencia. Hacer preguntas que le proporcionen información sobre la audiencia.
- Comunicar el momento en que pueden comenzar a enviar preguntas. Si no hay preguntas, insertar las que se tienen preparadas.
- Aumentar la participación. Compartir comentarios sobresalientes de panelistas y participantes, junto con la liga del chat a través de las redes sociales.

Pedir retroalimentación a las personas participantes sobre el chat, temas nuevos de discusión y generar estadísticas sobre el número de participantes.

Ventajas

- Es ideal para comunicarse en tiempo real.
- Permite la comunicación directa con la ciudadanía y electores.
- Pueden atenderse a varias personas de manera simultánea.
- Pueden intercambiarse puntos de vista y las minorías consideradas.

Limitaciones

- Únicamente participan personas que tienen acceso a la Internet.
- El instrumento requiere promoción.

Ideas

- Coloque el chat en un lugar visible en su página de internet.
- Establezca un chat en vivo de manera periódica, como por ejemplo, un día a la semana.

I.5 PLÁTICAS Y CONFERENCIAS VIRTUALES.

Se utilizan para proporcionar información a la ciudadanía y electores sobre temas específicos por medio de la Internet; y recolectar opiniones y comentarios sobre el tema.

Checar (✓)	Acciones
	Establecer el tema y la duración de la plática o conferencia.
	Preparar bloques de información complementaria y concisa a la que puedan acceder la ciudadanía y electores, antes y durante del ejercicio.
	Dar a conocer pláticas o conferencias, a través de inserciones pagadas o gratuitas en páginas populares. Puede subir gratuitamente las pláticas o conferencias pregrabadas en Youtube.
	Puede solicitar a participantes que se registren a pláticas y conferencias para conocer el tamaño de la audiencia.
	Al final del ejercicio evaluar los comentarios de la ciudadanía y electores.

Ventajas

- Puede accederse a audiencias diversas y de gran tamaño.
- Las personas pueden verlas a cualquier hora del día, lo que reduce la limitación de los horarios laborales.
- Los comentarios se hacen por escrito, lo que permite analizarlos a profundidad.
- El costo de comunicación es muy bajo.

Limitaciones

- La vinculación se limita a las personas que tienen acceso a la Internet.
- Pueden participar personas fuera del ámbito local.
- Si se utilizan como un medio de comunicación apremiante, requieren promoción.

Ideas

- Apóyese de sus alianzas estratégicas para promover la participación de sectores de interés, como por ejemplo, jóvenes a través de las universidades.
- Abra un chat para de discusión, al término de las pláticas y conferencias.
- Comparta a través de una plática sus políticas de vinculación ciudadana.

I.6 ENCUESTAS EN MEDIOS SOCIALES.

Son encuestas que se realizan a través de las listas de correo electrónico, las páginas de Internet, foros y chats.

Checar (✓)	Acciones
	Establecer lo que quiere conocerse (metas). La oportunidad y pertinencia de los temas es un factor importante para atraer a participantes.
	Determinar el número de personas a las que va a apreciarse (muestra).
	Seleccionar como hacer las preguntas (metodología).
	Crear la encuesta.
	Aplicar la encuesta a un número reducido de personas (piloto); y corregirlo si fuera necesario.
	Promover la participación. Utilizar redes sociales como Facebook, Twitter y listas de correo.
	Aplicar la encuesta y capturar las respuestas.
	Analizar la información y hacer un reporte.

Ventajas

- Son útiles para indicar tendencias.
- Son respondidas con rapidez.
- Tiene uno de los márgenes de respuesta más altos.
- Las respuestas a temas sensibles, tienden a ser sinceras, debido a que son anónimas.
- Pueden incluirse fotografías y archivos anexos.
- Los costos son mínimos.

Limitaciones

- Únicamente participan personas que tienen acceso a la Internet.

- Generalmente sólo se contestan encuestas cortas.
- Si se asocian con correos spam⁴, tienden a ser ignoradas o eliminadas antes de leerlas.
- Pueden participar personas fuera del ámbito local.

Ideas

- Las encuestas por medios sociales son ideales para acceder a personas que trabajan y que utilizan la Internet.
- Utilice una plataforma comercial conocida para incluir la encuesta en su sitio.

I.7 REDES SOCIALES.

Son comunidades virtuales integradas por personas que interactúan entre sí, a través de la Internet, a nivel global. Funcionan como una plataforma de comunicación en donde las personas pueden o no conocerse y conforman grupos a partir de intereses o gustos comunes. A continuación se muestran algunos ejemplos de uso de las redes sociales en el ámbito político.

a. Mensajes personales

Los medios de comunicación social propician el acercamiento entre políticos, la ciudadanía y electores. Les permite comunicarse entre sí de manera más rápida y específica, sin la intermediación de los medios de comunicación.

Ideas

- Utilice mensajes personales como una manera de expresar opiniones sobre temas diversos.

b. Videos y micro-videos (menos de 15 segundos)

El exceso de información a la que estamos expuestos, convierte a los videos en una manera rápida de obtener información. La ciudadanía y electores prefieren imágenes frescas en lugar de discursos y textos largos.

Ideas

- Comparta escenas del desarrollo de su trabajo.
- Comparta opiniones de personas que apoyen sus iniciativas.

c. Blogs y mini blogs

Es un sitio en la Internet que aloja los textos, observaciones, experiencias y opiniones de personas o grupos. Puede incluir enlaces a otros sitios, fotografías, textos y noticias, entre otros. Cuando son muy pequeños se denominan microblogs que sirven para publicar mensajes breves de texto, con un máximo de alrededor de 140 caracteres.

4 Correo spam: El mismo correo electrónico es enviado a cientos de personas de manera automática.

Ideas

- Identifique grupos y personas que apoyen sus iniciativas.
- Tome nota de lo que las personas dicen acerca de los partidos y políticos, cómo reaccionan ante propuestas políticas, debates y encuestas de opinión.
- Forme grupos con las personas partidarias más comprometidas.

d. Google

Es una empresa estadounidense que proporciona de manera gratuita diversos productos en la Internet; los principales son:

- **Motor de búsqueda en la Internet**, sirve para obtener contenidos sobre una enorme cantidad de temas. Por ejemplo, información sobre iniciativas en otros estados y países; artículos académicos; y posicionamientos políticos.
- **Correo electrónico**, servicio gratuito denominado Gmail.
- **Google Maps y Google Earth**, proporcionan mapas, rutas de acceso y fotografías de lugares, a partir de la dirección que desea ubicarse.
- **YouTube**, sitio en el que se comparten vídeos de manera pública a nivel global. A través del programa Youtube Partnership algunos medios de comunicación comparten videos, películas y series, como por ejemplo, Televisa, CBS y la BBC. Esta plataforma puede utilizarse para subir videos sobre el trabajo de vinculación con la ciudadanía y electores, debates y conferencias asociadas con la iniciativa. La dirección (URL) en donde se aloja el video puede ser compartida para su promoción.
- **Google Trends**, muestra tendencias a partir de palabras claves y puede utilizarse para identificar tendencias políticas.
- **Google Ngram Viewer**, permite conocer las frecuencias anuales de aparición de palabras y frases cortas encontradas en fuentes impresas entre 1800 y el año en curso. Es de gran utilidad para mercadotecnia social. Simplemente se ingresa un nombre o frase, y el sistema muestra desde hace cuánto se ha empleado.

e. Twitter

Es un servicio gratuito en la Internet que reúne las ventajas de las redes sociales, microblogs y mensajería en tiempo real. Algunas aplicaciones son:

- **Búsqueda avanzada de twitter**, permite conocer lo que cierta comunidad está twitteando. El sistema solicita dos tipos de información: ubicación + palabra clave.
- **Stream en vivo**, sirve para dar cobertura sobre acontecimientos importantes en tiempo real.
- **TweetDeck o HootSuite**, facilitan seguir tweets durante todo el día.
- **Topsy**, permite buscar tweets con una antigüedad de tres años, a través de búsquedas avanzadas. Puede emplearse para conocer el trabajo de otros políticos en momentos determinados.
- **Followerwonk.com o Twiangulate.com**, sirve para comparar las bases de seguidores de dos o tres cuentas, como por ejemplo, candidatos, comités, periodistas y otros.
- **Crear un hashtag o utilizar uno que se haya creado**, sirve para participar y seguir conversaciones sobre temas específicos; y puede emplearse para informar lo que sucede en tiempo real, como por ejemplo, durante una jornada electoral.

Ideas

- De seguimiento a campañas personales, temas de interés periodístico y analistas políticos.
- Conozca de manera inmediata la reacción de la ciudadanía y electores con respecto a temas puntuales.
- Integre listas para organizar los tweets por temas de interés.
- Organice mini debates.
- Haga consultas para fortalecer la toma de decisiones.
- Esquive críticas o abórdelas.

f. Facebook

Es un sitio gratuito que aloja redes sociales y que permite a los usuarios crear perfiles personales, enviar mensajes, mantenerse en contacto con la red creada, compartir fotos y videos. Incluye servicios públicos como:

- **Eventos**, sirve para compartir invitaciones a eventos y aquellas personas que decidan asistir pueden confirmar su asistencia.
- **Grupos**, sirve para reunir a integrantes con intereses comunes.
- **Mercado**, sirve para publicar, leer y responder a anuncios clasificados.
- **Páginas**, se puede crear y promover una página pública en torno a un tema específico.
- **Seguimiento**, sirve para saber quiénes están en línea y participar en el chat.

Ideas

- Comparta su trayectoria política.
- Identifique personas partidarias altamente comprometidas con el tema de la iniciativa; y grupos con intereses relacionados.
- Integre grupos de trabajo.
- Plantee preguntas a seguidores, para capturar sus sentimientos y reacciones.
- Anuncie eventos, como por ejemplo, convocatorias.
- Comunique resultados de los procesos de participación ciudadana; y el avance de los proyectos e iniciativas.
- Comparta enlaces con otros medios, por ejemplo, videos en Youtube.

g. LinkedIn

Es una red social en línea gratuita orientada a los negocios y a profesionales. Es utilizada por profesionistas que buscan expandir sus redes de negocios, identificar a socios potenciales, ampliar sus ventas, y buscar nuevas oportunidades, entre otros usos.

Ideas

- Utilice LinkedIn para indagar en los antecedentes de personas, líderes, candidatos y miembros de su personal.

h. Instagram

Es un programa en línea gratuito que permite a los usuarios tomar, editar y compartir fotos y videos con otros usuarios a través de su propia plataforma, correos electrónicos y otros medios sociales como Twitter, Facebook, Tumblr, Foursquare y Flickr.

Ideas

- Cuente la historia de su trabajo a través de fotos.

i. Storify

Es un buscador de contenidos en la Internet que permite a los usuarios crear textos a partir de importar los contenidos encontrados en las redes sociales. Utiliza información existente en YouTube, Twitter, Instagram, Flickr y Google. Es utilizado por periodistas, investigadores y personas que generan reportes o noticias sobre eventos en tiempo real.

Ideas

- Obtenga contenidos de interés, como reacciones y mensajes de políticos en diversas redes sociales.
- Compare y contraste los tweets y mensajes en Facebook de diversos actores.
- Defina posturas con respecto a un mismo tema.

Medios Telefónicos

I.8 COMUNICACIÓN CON TELÉFONO FIJO O MÓVIL.

Es la comunicación que entablan las mujeres que hacen política, la ciudadanía y electores, a través del sistema de telefonía fija o móvil.

Checar (✓)	Acciones
	Nombrar a colaborador(a) para manejar las llamadas telefónicas provenientes de la ciudadanía y electores.
	Capacitar a colaborador(a), para dar respuestas precisas y cálidas.
	Documentar el tema de conversación y el tipo de información solicitada.
	Desarrollar una base con la información que dé respuesta a las preguntas más frecuentes.
	Elaborar reportes mensuales de solicitudes ciudadanas para analizar las tendencias.

Ventajas

- La ciudadanía y electores pueden acercarse directamente a las mujeres que hacen política.
- Es un medio más personal de comunicación en comparación a otros.
- Invita a la ciudadanía y electores a compartir información delicada, a realizar denuncias y a resolver sus dudas.

Limitaciones

- La vinculación se limita a las personas que tienen acceso al teléfono.
- Si no hay suficientes líneas y la demanda de la ciudadanía y electores es alta, el sistema puede ser lento, provocar frustración y una imagen pública pobre.

Ideas

- Solicite a la compañía telefónica el número de llamadas que no se contestan por estar el número ocupado (intentos fallidos). De esta manera podrá estimarse el número de personas que no pueden comunicarse a su oficina.
- Saque fotografías de los eventos con su teléfono celular.
- Tómese selfies⁵ con electores y súbalas a su página.
- Si no se tiene capacidad de contestar el teléfono, no promueva su uso.

1.9 ENCUESTAS TELEFÓNICAS.

La ciudadanía y electores son entrevistados a través del sistema de telefonía fija o celular.

Checar (✓)	Acciones
	Establecer lo que quiere conocerse (metas). La oportunidad y pertinencia de los temas es un factor importante para atraer a participantes.
	Determinar el número de personas a las que va a entrevistarse (muestra).
	Seleccionar como hacer las preguntas (metodología).
	Crear la encuesta.
	Aplicar la encuesta a un número reducido de personas (piloto); y corregirla si fuera necesario.
	Promover la participación. Utilizar redes sociales como Facebook, Twitter y listas de correo.

5 Selfie/selfy/selfi: Autorretrato que se realiza con un celular o una cámara.

Aplicar la encuesta y capturar las respuestas.

Analizar la información y hacer un reporte.

Ventajas

- Las entrevistas telefónicas pueden realizarse de manera muy rápida.
- Puede predecirse la hora en la que las personas se encuentra en su casa o en el trabajo, para aplicar las entrevistas telefónicas.
- Los números de teléfono pueden obtenerse del directorio telefónico, seleccionarse al azar, o comprarse a empresas.

Limitaciones

- Sólo pueden participar las personas que tienen un teléfono.
- La ciudadanía y electores no resisten entrevistas largas; después de 5 minutos aumenta la posibilidad de que se nieguen a completarlas.
- Las personas generalmente rehúsan hacer entrevistas en sus días de descanso.
- Concentre la preguntas más importantes al principio, de esta manera si la ciudadanía y electores interrumpen la entrevista, tendrá los temas de mayor interés.
- La ciudadanía y electores no proporcionan información sensible, como nivel de ingreso, por lo que tienen que aplicarse otros indicadores, como por ejemplo, el número de focos en la casa.

Ideas

- Si el tema no resulta de interés, la ciudadanía y electores tienden a interrumpir la entrevista, esto también puede servir para indicar su interés.

1.10 BUZÓN DE VOZ Y SERVICIO DE VOZ.

El buzón de voz, permite a las personas que llaman dejar mensajes que se almacenan cuando el teléfono está ocupado o la persona a la que llaman está ausente. El servicio de voz, es un sistema telefónico automatizado que proporciona información a la ciudadanía y electores.

Checar (✓)	Acciones
	Determinar si empleará una voz femenina o masculina, con base en la cultura local.
	Mantener el entusiasmo en la voz al grabar los mensajes, las personas se sienten más cómodas al usar el sistema.

Diseñar todos los mensajes breves, claros, a velocidad moderada, pero no lenta.
La ciudadanía y electores esperan información pronta y expedita. Evitar bienvenidas largas y repetitivas. No hacer esperar con música o anuncios.
Comunicar al usuario a donde habla, como navegar en el sistema y obtener ayuda.
Para usuarios que comenten errores, corregir de manera amable y dar instrucciones.
Comunicar que va a transferirse a la operadora.
Evitar círculos perversos, no hay nada más frustrante que regresar a la primera opción después de consultar todas las opciones.
Responder a mensajes dejados tan pronto como pueda.
Mantener el sistema con información actualizada.

Ventajas

- La información es certera y consistente.
- Reduce el número de personas involucradas en proporcionar información.

Limitaciones

- Requiere que la información se actualice de manera permanente.
- Un número excesivo de opciones, acaba por frustrar a las personas.

Ideas

- Al diseñar el correo de voz tenga presente que algunas personas estarán pagando llamadas de larga distancia.
- Proporcione un mensaje corto sobre la iniciativa, al inicio de la llamada.

MEDIOS RADIOFÓNICOS

1.11 ANUNCIOS Y CAMPAÑAS EN RADIO.

Los anuncios y campañas radiofónicas se emplean para proporcionar información a la ciudadanía, electores o a sectores específicos.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Seleccionar el medio radiofónico que tenga una mayor penetración en dicha audiencia.
	Seleccionar los mejores días y horarios para que la información llegue a su audiencia.
	Cotizar la inserción en radio, con base en el costo por minuto.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	En caso de anuncios, considerar la posibilidad de someterlos a grupos de enfoque; o solicitar la opinión de líderes comunitarios, servidores públicos de diversos niveles y a personas comunes.

Ventajas

- La distribución por ser puede llegar a una gran audiencia.

Limitaciones

- Los costos de los espacios con mayor difusión son cuantiosos, a menos que se utilicen los denominados “tiempos gubernamentales.”⁶

Ideas

- Firme un convenio con organizaciones o sindicatos de radio, generalmente están dispuestos a diseñar los anuncios y las campañas a costos razonables o sin costo alguno si tienen interés en los contenidos.
- Evite sesiones y horarios poco escuchados; o programas de radio que provoquen controversia.

Nota: Favor de referirse a “Presentaciones en radio y televisión.” (Inciso 1.13).

MEDIOS PRESENCIALES O EN TIEMPO REAL

Las mujeres que hacen política responden las indagatorias de los medios de manera presencial, en tiempo real. A continuación se presentan algunas estrategias para responder a preguntas difíciles:

⁶ Los tiempos gubernamentales se obtienen en México a partir de los contratos de concesión que el gobierno otorga a empresas privadas de radio y televisión.

ESTRATEGIA	EJEMPLO
Responda con otra pregunta.	¿Para qué quiere saber eso?
Apóyese en algo que si sabe.	No lo sé, pero las mujeres del otro lado del río si van a participar...
Haga la misma pregunta a otras personas para que le ayuden a responderla.	Diríjase a la audiencia y repita la pregunta. En el radio o televisión, pida al locutor que proporcione el teléfono de cabina para que las personas opinen.
Solicite la ayuda de un experto	Disculpe usted es un agricultor, verdad ¿podría respondernos...?
Admita que el reportero es inteligente y utilice cualquier otra estrategia planteada aquí.	Esa es una gran pregunta muy interesante. ¿Alguien quiere responderla?
Tome nota de la pregunta e informe.	Voy a tomar nota, lo investigo y me comunico con usted en (la tarde/mañana/la próxima semana...)

Tabla 4. Estrategias para responder preguntas difíciles.

I.12 CONFERENCIAS O RUEDAS DE PRENSA.

Son sesiones informativas en donde las mujeres que hacen política proporcionan información directa a la ciudadanía y electores a través de los medios de comunicación. Las conferencias pueden ser:

- Abiertas**, cuando cualquier medio puede asistir.
- Cerradas**, cuando los medios asisten por invitación.
- Acreditadas**, cuando los reporteros y camarógrafos han sido previamente registrados, y hay un control para entrar y salir del espacio en donde se lleva a cabo la conferencia o rueda de prensa.

Checar (✓)	Acciones
	Definir la información que va a proporcionarse.
	Incluir apoyos visuales, como fotografías, tablas, videos, mapas y otros.

Asegurar que la persona que hace la presentación ante los medios, tenga:

- Experiencia en el manejo de los medios de comunicación.
- Habilidad para hablar en público y enfrentarse a audiencias potencialmente difíciles.
- Información amplia para contestar preguntas y respuestas.
- Habilidad para tratar asuntos delicados y manejar conflictos.

Por ejemplo, puede usted hacer la presentación inicial y pedir a un colaborador que presente la propuesta y de respuesta a preguntas técnicas.

Ventajas

- La difusión de la información es costeadada por los medios.
- Generalmente la información tiene una distribución mediática amplia.

Limitaciones

- Los medios únicamente responden cuando la información tiene importancia.
- Si no se tienen información suficiente o experiencia en el manejo de medios, el ejercicio puede ser contraproducente.

Ideas

- Proporcione a reporteros copia de la información presentada, en formato digital. Esto reduce la posibilidad de imprecisiones en el manejo de la información.
- Cite a reporteros e inicie puntualmente la conferencia de prensa. No los haga esperar. Con esta estrategia estarán más dispuestos a responder a nuevas convocatorias.
- Si su presupuesto lo permite, ofrezca botellas de agua a los medios que asistan, reporteros y camarógrafos.

I.13 PRESENTACIONES EN RADIO Y TELEVISIÓN.

Se proporciona información a la ciudadanía y electores a través de entrevistas presenciales en radio o televisión, por invitación de los medios o en espacios pagados.

Checar (✓)	Acciones
	Definir su audiencia y seleccionar el medio radiofónico o programa televisivo que tenga una mayor penetración en dicha audiencia.
	Negociar con el medio de comunicación el espacio radiofónico o televisivo.
	Previo a la entrevista, enviar información al medio, incluya preguntas que desee que le hagan.

Leer críticas sobre el tema, memorizar o llevar notas breves, y pedir a personas cercanas que le hagan preguntas difíciles o controversiales, antes del programa.

Ventajas

- La audiencia generalmente es muy grande.
- La ciudadanía y electores prefieren ver y/o escuchar, que leer.

Limitaciones

- La audiencia puede ser ajena a la iniciativa que se presenta.
- La distribución de la información puede no ser local.
- La televisión es excesivamente cara y, al menos que la iniciativa signifique controversia o tenga el apoyo del medio, es poco probable que la entrevista sea sufragada por el medio.

Ideas

- Para propiciar una entrevista o un reportaje, haga una cita con los productores del medio, presente la novedad de la iniciativa, a quien va dirigida, las ventajas y el número de personas que se beneficiarán.
- Durante el programa acérquese al micrófono y vea a la cámara.

I.14 ENTREVISTAS ESPONTÁNEAS.

Las mujeres que hacen política contestan de manera espontánea a preguntas realizadas por la ciudadanía, electores, reporteros y otras personas interesadas.

Checar (✓)	Acciones
	Determinar los temas de interés para la ciudadanía, los electores y los medios.
	Preparar respuestas cortas e interesantes sobre los temas de interés (20 segundos cada uno). Responda: ¿Cuál es el tema? ¿Qué sucede? ¿Por qué sucede? ¿Cuándo sucederá? ¿Cómo se llevará a cabo?
	Utilizar historias y testimonios para apoyar sus dichos. Evitar responder con una sola palabra.
	Hablar claro, simple y sin tecnicismos, no exagere.

Evitar decir nunca y siempre, no es realista. Conteste la pregunta que le hacen y después agregue: sin embargo..., no hay que olvidar... etc.

Muéstrese interesada en el tema.

Mantenga contacto visual con quien la entrevista.

No argumente, simplemente corrija lo dicho.

Ventajas

- Es una gran oportunidad para promover los proyectos e iniciativas.
- Contestar entrevistas espontáneas es un excelente ejercicio político.
- Cuando la comunicación entre la persona entrevistada y la ciudadanía o electores es cordial, su imagen pública se fortalece.

Limitaciones

- Algunos periodistas hacen preguntas controversiales personas solitarias, desempleadas o de la tercera edad, demandan demasiado tiempo.
- Puede haber personas muy agresivas que se violenten por un servicio fallido o costoso.

Ideas

- Si no conoce la respuesta, admítalo, eso le dará credibilidad al resto de la entrevista.
- No se apresure a llenar espacios de silencio, ese es el trabajo de la persona que la entrevista.
- Fuera del aire, no haga comentarios personales o sensibles a la persona que la entrevista, podrían publicar la información.
- Solicite la hora y estación en la que transmitirán la entrevista. Escúchela, aprenda y corrija.

MEDIOS IMPRESOS

Son medios de comunicación impresos en diversos materiales.

1.15 BOLETINES DE PRENSA.

Son documentos escritos que tienen por objeto proporcionar información a los medios de comunicación para su distribución.

Checar
(✓)

Acciones

Crear una estructura sencilla y mantenerla, para facilitar el trabajo de redacción. Incluir logo institucional y el título del boletín de prensa.

Definir la información que va a proporcionarse.
Desarrollar el contenido con tres niveles de información: <ol style="list-style-type: none"> Título. Frase o párrafo que resuma el contenido del bloque. Información completa. Con esta estrategia, si los medios no tienen espacio para incluir toda la nota, publicarán por lo menos, una información breve.
Para iniciativas en progreso, enviar boletines de prensa en fechas determinadas, de esta manera la prensa podrá reservar espacios.

Ventajas

- La difusión de la información es costeadada por los medios.
- Generalmente la información tiene una distribución mediática amplia.
- Mantener informados a los medios, puede disminuir la probabilidad de que la iniciativa se convierta en un “foco rojo” súbitamente.

Limitaciones

- Generalmente los medios los publican únicamente cuando la información tiene importancia.
- Un boletín muy extenso, puede provocar edición y que la información importante quede afuera.
- La información puede ser colocada en espacios sin importancia, provocando que la noticia pase por alto.

Ideas

- Integre una lista de correos de periódicos y medios.
- Envíe los boletines de prensa por medios digitales, para que los medios no tengan que reescribirlos.

I.16 INSERCIONES EN PRENSA.

La información se envía a la prensa para ser publicada, con un costo por servicio.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Seleccionar el medio que tenga una mayor penetración en dicha audiencia.

	Seleccionar los mejores días u horarios para que la información llegue a la audiencia determinada.
	Cotizar la inserción en prensa para determinar el número de palabras a publicar.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	Desarrollar el contenido con tres niveles de información: <ol style="list-style-type: none"> Título. Frase o párrafo que resuma el contenido del bloque. Información completa.

Ventajas

- La distribución por ser masiva puede llegar a una gran audiencia.

Limitaciones

- Los costos de los espacios con mayor difusión son significativos.

Ideas

- Evite sesiones poco leídas en prensa.

I.17 ESPACIO PERMANENTE EN PRENSA.

La información se publica de manera periódica en espacios reservados por la prensa para tal fin. Pueden ser espacios pagados o si el tema es de gran interés público, donados por los medios.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Seleccionar los mejores días y sección para que el anuncio llegue a su audiencia.
	Negociar la donación del espacio; o cotizar la inserción en prensa para determinar el costo del espacio.
	Crear una estructura sencilla y mantenerla, para que la ciudadanía y electores localicen rápidamente la información de su interés. Incluir logo institucional y el título de la iniciativa.

Ventajas

- La distribución puede llegar a una gran audiencia.
- La ciudadanía y electores tienen acceso a la información de manera pública.
- La ciudadanía y electores interesados en el tema, espera la información el día en que se publica.

Limitaciones

- Para mantener el interés en la iniciativa, el espacio debe conservarse de manera permanente.

Ideas

- En el contrato con la prensa, establezca que la publicación siempre aparezca en el mismo sitio.
- Incluya un número de teléfono o una dirección electrónica, para recibir comentarios sobre el contenido de la publicación.
- Si no tiene anuncios importantes que hacer, aproveche el espacio para proporcionar información sobre la iniciativa.

I.18 HOJAS INFORMATIVAS.

Son documentos breves que proporcionan información a sectores específicos, a la ciudadanía en general y a electores sobre los proyectos, las iniciativas y su avance. Pueden subirse a páginas de Internet; enviadas por Correos de México; imprimirse para ser distribuidas durante eventos o casa por casa.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Crear una estructura sencilla y mantenerla, para que la ciudadanía y electores localicen rápidamente la información de su interés. Incluir logo institucional, el título de la iniciativa.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	Desarrollar el contenido.

Ventajas

- Una ciudadanía y electores informados pueden convertirse en aliados importantes para defender la iniciativa.
- El costo puede ser mínimo, en caso de su publicación en medios electrónicos.
- Un solo documento puede ser leído por varias personas.

Limitaciones

- Si la información es compleja, extensa y no está estructurada puede leerse superficialmente o desecharse.

Ideas

- Incluya metas, hechos, cifras, montos ejercidos, fotografías que muestren el avance de los proyectos, las iniciativas y respuestas a preguntas frecuentes.
- Solicite a la ciudadanía y electores que evalúen las hojas informativas, antes de su impresión y distribución.
- Envíe las hojas informativas a líderes comunitarios y de opinión, a audiencias específicas y a representantes sociales, entre otros.
- Mande un sobre con la estampilla pagada, para recibir comentarios.

I.19 LIBRILLOS, TRÍPTICOS Y VOLANTES.

Son documentos breves, sencillos y de lectura accesible que proporcionan información sobre la iniciativa y su avance, a sectores específicos, a la ciudadanía y lectores en general.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Crear una estructura sencilla y mantenerla, para que la ciudadanía y electores localicen rápidamente la información de su interés. Incluir logo institucional, el título de la iniciativa.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	La información debe ser concisa y preferentemente con apoyos gráficos.

Ventajas

- La distribución puede focalizarse en audiencia específicas.
- Un solo documento puede ser leído por varias personas.

Limitaciones

- Si la información es compleja, extensa y no está estructurada puede leerse superficialmente o desecharse.
- Generalmente el número de documentos impresos y distribuidos debe ser mucho mayor que la meta de documentos a leerse.

Ideas

- Distribuya los documentos a través de personas con redes ciudadanas amplias, de organizaciones de la sociedad civil, tiendas de autoservicio y servidores públicos cuyo trabajo incluya contacto directo con la ciudadanía y electores.

I.20 CARTELES.

Son impresos en gran formato que se colocan en diversos lugares públicos y tienen como función comunicar o proporcionar información a la ciudadanía y electores.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Planear el cartel para la audiencia determinada.
	Definir la información que va a proporcionarse. Favorecer imágenes a textos largos. Crear mensajes cortos y contundentes que inviten a la lectura.
	Agrupe la información para que la audiencia la localice rápidamente. Incluir logo institucional y el nombre del proyecto.
	<ul style="list-style-type: none">• Mantenga el diseño simple.• Diseñe para que sea visible y pueda ser leído a una distancia de entre 1 y 3 metros.• No sobresature con información.

Ventajas

- Es uno de los medios más efectivos para proporcionar información.
- Son efectivos para dar a conocer iniciativas y eventos.
- Cuando el material gráfico que presentan es atractivo, son un medio de información exitoso.

Limitaciones

- Si la cantidad de texto es extensa, las personas no los leen.
- Deben colocarse en lugares muy visibles.
- Pueden ser retirados por personas que quieran conservarlos o sujetos a vandalismo.

Ideas

- Utilice carteles para comunicar convocatorias públicas.
- Haga un concurso entre jóvenes o artistas de la comunidad, para diseñar el cartel.
- Pida autorización para colocar los carteles dentro de negocios en las ventanas, para protegerlos de las inclemencias del tiempo y del vandalismo.

2. GESTORÍA CIUDADANA

Esta segunda parte presenta herramientas y estrategias de gestión ciudadana encaminadas a incorporar la vinculación ciudadana en el proceso de planeación, desarrollo y evaluación de los proyectos e iniciativas ejecutadas por las mujeres que hacen política. Incluye herramientas para que la vinculación se incluyente; para proporcionar y obtener información; y para trabajar y tomar decisiones con la ciudadanía y electores.

VINCULACIÓN INCLUYENTE

Los procesos de vinculación ciudadana deben brindar la oportunidad de incluir a los sectores menos favorecidos, marginados, poco visibles o tradicionalmente excluidos de la vida pública, a causa de barreras físicas, económicas, psicológicas, sociales, religiosas, culturales, étnicas, educativas, de género, raza, religión y orientación sexual. Ser incluido significa ser aceptado(a) y poder participar de la experiencia cívica con otras personas, familias, comunidades y la sociedad.

Este apartado presenta tres herramientas para propiciar la vinculación inclusiva con mujeres, personas con necesidades especiales, infantes y juveniles.

2.1 VINCULAR CON MUJERES.

Para que el trabajo político sea equitativo, democrático y efectivo, debe dirigirse hacia acciones que promuevan la visibilidad y vinculación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida cívica, a través de establecer metas estratégicas, elaborar una visión comunitaria incluyente y mantener una representación democrática.

Checar (✓)	Acciones
	Promover el punto de vista de que tanto mujeres como hombres son igualmente responsables de la familia y los temas públicos.
	Reconocer los derechos económicos y las contribuciones de las mujeres.
	Asegurar que las mujeres tengan igual acceso a las iniciativas de empleo, reciban una remuneración igual, bajo iguales condiciones de trabajo e igual acceso a la promoción y capacitación.
	Proporcionar acceso a los procesos de toma de decisión y los procesos de consulta.

Proteger a las mujeres en contra de la violencia pública y doméstica, del abuso y acoso sexual.

Proporcionar servicios, en especial en las áreas de bienestar, cuidado infantil y servicios comunitarios.

Ventajas

Las mujeres:

- Están mucho más abiertas a comunicar sus necesidades, lo que deriva en que adquieran información sobre los problemas de su vecindario y de su comunidad. Esta información es vital para las mujeres que hacen política.
- Son altamente participativas.
- Sus propuestas generalmente responden a las necesidades sentidas de su comunidad.

Limitaciones

- Las mujeres tienen responsabilidades, como hacer la comida y recoger a hijas e hijos de la escuela. Esto debe tomarse en consideración para que puedan participar y asistir a reuniones.

Ideas

- Fortalezca a las organizaciones de mujeres, a través de su educación, su capacitación y búsqueda de financiamiento.
- Identifique y desarrolle iniciativas con organizaciones de mujeres.
- Proporcione servicios de guardería en los procesos de vinculación ciudadana, a fin de que las mujeres con bebés o infantes pequeños puedan participar.

2.2 VINCULAR CON PERSONAS CON NECESIDADES ESPECIALES.

- *Analfabetas* ■ *enfermos crónicos* ■ *indígenas* ■ *minorías raciales* ■ *madres solteras* ■ *mujeres embarazadas* ■ *mujeres con bebés* ■ *personas con discapacidad*
 - *personas de la tercera edad* ■ *pobres* ■ *otros.*

La inclusión plena dentro de los procesos de vinculación ciudadana es parte de la democracia y consiste en ser aceptado/a en dicho procesos, independientemente de las características personales y limitaciones personales.

Checar (✓)	Acciones
	Identificar a personas con necesidades especiales en la comunidad e investigar si existen grupos que los representen.

Desarrollar foros de consulta en la que participen personas con necesidades especiales, para determinar los temas principales de interés y necesidades.

Desarrollar estrategias para garantizar que las personas con necesidades especiales tengan acceso e información sobre los proyectos, las iniciativas y el trabajo legislativo.

Desarrollar apartados o iniciativas específicas que incluyan a las personas con necesidades especiales (acceso, consultas, liderazgo y otras.)

Ventajas

- La inclusión de las personas con necesidades especiales en procesos políticos, tiene efectos positivos en el desarrollo del trabajo de vinculación.

Limitaciones

- La ciudadanía y electores que pertenecen a los grupos con necesidades especiales, pueden estar tan marginados que resulta difícil identificarlos y que participen.

Ideas

- Para identificarlos, apóyese en los censos de población y en las organizaciones civiles que les brindan apoyo y servicios.
- Organice un comité ciudadano integrado por personas con necesidades especiales.
- Solicite el apoyo de organizaciones civiles para que un traductor de señas apoye a las personas sordas durante los eventos.
- Proporcione transporte para las personas con movilidad limitada.
- De un curso a su personal para aumentar la sensibilidad hacia personas con discapacidad.

2.3 VINCULAR CON INFANTES Y JUVENILES.

La vinculación de infantes y juveniles no significa ser parte o tener presencia, sino influir en la toma de decisión y en las acciones desarrolladas por las mujeres que hacen política⁷. La vinculación no debe ser un espacio concedido, sino un espacio al que tienen derecho como mexicanos. En ocasiones, la vinculación es vista como ejercicios cándidos, cuando en realidad, aún infantes pequeños conocen y son capaces de articular sus necesidades, describir los problemas que los aquejan y ofrecer soluciones creativas.

⁷ Perpetua Kirby, Claire Lanyon, Kathleen Cronin & Ruth Sinclair. "Building a culture of participation: involving children and young people in policy, service planning, delivery and evaluation". National Children's Bureau (NCB). ISBN: 0-9546695-1-7. Consulta en línea, junio 2015, en: <[http:// www.ncb.org.uk](http://www.ncb.org.uk)>

Checar (✓)	Acciones
	Incorporar a infantes y juveniles para:
	Tomar decisiones sobre los servicios que están dirigidos a este sector o que lo beneficia, como por ejemplo, facilidades deportivas y de recreación, programas de salud y transporte público.
	Obtener su opinión para desarrollar iniciativas, como por ejemplo, cuáles son sus temas de interés y necesidades.
	Desarrollar propuestas para resolver problemas que los aquejan, como por ejemplo, el consumo de drogas y alcohol.
	Definir su participación en actividades cívicas y comunitarias, como por ejemplo, hacer los espacios accesibles para las personas con discapacidad.

Ventajas

- Cuando se obtiene información directa de infantes y juveniles, este acercamiento permite conocer sus necesidades, inquietudes y evaluar iniciativas requeridas para este sector.
- Promueve el civismo y la vocación democrática, desde temprana edad.
- Les proporciona una oportunidad para conocer el trabajo que realizan las mujeres que hacen política.

Ideas

- Desarrolle agendas para la vinculación de infantes y juveniles en proyectos e iniciativas, a través de foros públicos.
- Lleve a cabo un ejercicio de votación democrática sobre alguna iniciativa en la que participen las escuelas.

PROPORCIONAR INFORMACIÓN A LA CIUDADANÍA Y ELECTORES

Se proporciona información a la ciudadanía y electores sobre proyectos, políticas públicas, propuestas, avances y otros temas. Este apartado contiene diversas herramientas para que las mujeres que hacen política proporcionen información de manera presencial, a través de reuniones informativas, pláticas y conferencias, reportes técnicos y exhibiciones en espacios públicos.

2.4 REUNIONES INFORMATIVAS.

Se proporciona información a los integrantes que participan en grupos de trabajo.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Desarrollar una agenda de trabajo.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	Utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitar tecnicismos y palabras rebuscadas. No ser repetitiva, ni extenderse indefinidamente. Seguir una secuencia lógica, no saltar de un tema a otro. Apoyar con material complementario, como gráficos, fotografías, mapas, estadísticas y testimonios.
	Abrir espacios para preguntas y respuestas.
	Tomar notas breves de las preguntas que hacen la ciudadanía y electores para responder.
	Documentar el evento, con narrativa y fotografías.

Ventajas

- Las personas participantes pueden discutir temas, hacer preguntas, expresar sus necesidades e inquietudes.
- Las mujeres que hacen política identifican los temas centrales que interesan a los diferentes grupos de trabajo.
- Cuando participan expertos, ayudan a conformar una opinión pública informada.

Limitaciones

- Pocos jóvenes asisten a las reuniones informativas.

Ideas

- Establezca relaciones personales con los miembros de los grupos de trabajo.
- Apéguese a la agenda de trabajo y los horarios establecidos, para no desanimar la participación.
- No llegar tarde al evento ayuda a la formación de una buena imagen pública.

2.5 PLÁTICAS Y CONFERENCIAS.

Se proporciona información a la ciudadanía y electores de manera presencial, en reuniones convocadas para este fin. La participación de la ciudadanía y electores en las pláticas y conferencias puede variar, por ejemplo:

- a. **Públicas**, cuando cualquier miembro de la ciudadanía y electores puede asistir.

- b. **Cerradas**, cuando asisten personas invitadas o no se permite la presencia de los medios de comunicación.
- c. **Sectoriales**, cuando asisten personas que pertenecen a sectores determinados.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	Utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitar tecnicismos y palabras rebuscadas. No ser repetitiva, ni extenderse indefinidamente. Seguir una secuencia lógica, no saltar de un tema a otro. Apoyar con material complementario, como gráficos, fotografías, mapas, estadísticas y testimonios.
	Al final del evento, abrir un espacio para preguntas y respuestas.
	Tomar notas breves de las preguntas que hacen la ciudadanía y electores para responder.
	Documentar el evento, con narrativa y fotografías.

Ventajas

- Ofrecen la oportunidad de llegar a audiencias que quizás no podrían accederse de otra manera.
- Ofrecen la posibilidad de aumentar las redes ciudadanas asociadas a los proyectos e iniciativas.
- Pueden identificarse nuevos consejeros, electores y aliados que apoyen los proyectos e iniciativas.
- La información que se proporciona de manera directa a la ciudadanía y electores, tiende a generar credibilidad.

Limitaciones

- Es indispensable que la ciudadanía y electores tengan un interés genuino en el tema a tratar.
- La información se distribuye únicamente entre las personas que asisten al evento. Esto puede compensarse con la presencia de medios de comunicación.

Ideas

- Prepare la presentación con tiempo.
- Durante el evento, proporcione mayor información por medio de periódicos murales, exhibiciones, hojas informativas, folletos y otros.
- Solicite a la audiencia que comunique la información con la familia, vecinos, amigos y colegas.
- No llegar tarde al evento ayuda a la formación de una buena imagen pública.

2.6 REPORTES TÉCNICOS.

Los resultados de las investigaciones realizadas alrededor de los proyectos e iniciativas se comparten con la ciudadanía y electores.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Definir el contenido de la información que va a proporcionarse. Una estructura tipo incluye: título, resumen, introducción, información relacionada al tema que se trata, cuerpo del reporte, conclusiones, trabajo futuro, agradecimientos, citas y anexos.
	En la edición del documento, utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitar tecnicismos y palabras rebuscadas. Apoyar el texto con material complementario, como gráficos, fotografías, mapas, estadísticas y testimonios.

Ventajas

- Pueden proporcionar información y puntos de vista independientes sobre los proyectos e iniciativas.
- Los reportes técnicos inspiran confiabilidad, especialmente si son realizados por universidades, colegios de profesionistas, organizaciones civiles y grupos independientes.

Limitaciones

- Pueden llegar a ser muy extensos e incluir información de poco interés público.
- Pueden estar escritos con un lenguaje inaccesible para las mayorías.

Ideas

- Solicite a los consultores:
- Reporte conciso elaborado con lenguaje entendible.
- Glosario de términos técnicos y científicos.
- Resumen ejecutivo general y de cada apartado, esto servirá para desarrollar instrumentos de difusión posteriormente.
- Invite a la ciudadanía y electores a consultar los estudios técnicos.

2.7 EXHIBICIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS.

Proporcionan información a la ciudadanía y electores en espacios públicos. Las exhibiciones pueden realizarse en diversos medios de expresión, como por ejemplo:

- *Mamparas*: bastidores que contienen la información.
- *Muestras*: se presentan elementos que integran la iniciativa, por ejemplo, maquetas, ilustraciones, reportes técnicos y otros.
- *Periódicos murales*: espacios adosados a una pared, que contienen la información.
- *Videos*: que sirven para documentar temáticas asociadas a la iniciativa, como por ejemplo, procesos de vinculación ciudadana.

Checar (✓)	Acciones
	Definir y conocer a la audiencia.
	Definir la información que va a proporcionarse.
	Utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitar tecnicismos y palabras rebuscadas. No ser repetitiva, ni extenderse indefinidamente. Seguir una secuencia lógica, no saltar de un tema a otro. Comunicar la información a partir de gráficos, fotografías, mapas, estadísticas, testimonios y otros materiales.
	Colocar la exhibición en una secuencia lógica y de acuerdo al flujo de visitantes esperado. Crear una entrada, un recorrido y una salida.
	Documentar el evento, con narrativa y fotografías.

Ventajas

- Son llamativas para diversos grupos de edad, por lo que llegan a audiencias a las que no podrían accederse de otra forma.
- La información se mantiene a lo largo de periodos de tiempo, por lo que la ciudadanía y electores pueden definir el momento para visitarlas.
-

Limitaciones

- Deben ser atractivas y novedosas, para que la ciudadanía y electores se sientan atraídos.
- Requieren de vigilancia para evitar su destrucción y mantenimiento periódico.
- Requieren difusión para su promoción.

Ideas

- Ubique la exhibición en lugares públicos transitados, y protegidos de la lluvia, el viento y el Sol.
- Solicite el apoyo de un colaborador(a) o persona voluntaria, para ampliar la información solicitada por la ciudadanía y electores o para leer la información a personas con discapacidad o analfabetas.
- Incluya debajo de cada gráfico una leyenda que lo explique.
- Establezca estrategias para que la ciudadanía y electores puedan emitir sus necesidades, comentarios, dudas y propuestas. Como por ejemplo: libro de visita o un buzón.

OBTENER INFORMACIÓN DE LA CIUDADANÍA Y ELECTORES

El trabajo político implica obtener información de la ciudadanía y electores con el fin de:

- Comprender las necesidades de la comunidad, ayudar a priorizarlas.
- Conocer las perspectivas, actitudes, preferencias y opiniones en torno a los proyectos e iniciativas.
- Evaluar cómo es percibido su trabajo.
- Obtener información para responder a los medios.

La información puede obtenerse en diversos momentos, como por ejemplo.

En preparación a los procesos de planeación de los proyectos e iniciativas.

- Durante las diferentes etapas del proceso de trabajo.
- Cuando se inicien o terminen proyectos.
- Después de un proceso electoral.

Algunos ejemplos de personas que podrían proporcionar información:

- Ciudadanía en general.
- Personas que podrían ser afectadas por los proyectos e iniciativas.
- Posibles donantes.
- Funcionarios de gobierno y administradores locales.
- Investigadores y expertos.
- Medios de comunicación.
- Miembros de redes, organizaciones civiles y coaliciones.
- Empresas y negocios.

2.8 CARTAS CIUDADANAS.

Las personas, líderes sociales, organismos, organizaciones de la sociedad civil, fundaciones y otros miembros de la sociedad, envían cartas a las mujeres que hacen política.

Checar (✓)	Acciones
	<p data-bbox="380 1570 1019 1602">Establecer como meta responder todas las cartas.</p> <hr/> <p data-bbox="380 1671 1109 1703">Establecer un sistema de control de gestión que cuente con:</p> <ul data-bbox="407 1707 1284 1854" style="list-style-type: none">• Ventanilla para recibir toda la correspondencia, y asignar un folio de control.• Clasificar y distribuir internamente la correspondencia.• Dar seguimiento a la correspondencia, hasta responder al remitente.

Analizar el contenido de las cartas y actuar en consecuencia.
Realizar estadísticas semanales, mensuales y anuales.
Nombrar a un colaborador(a) como responsable de todo el proceso.

Ventajas

- El contenido de las cartas es un indicador de los temas que resultan de interés para la ciudadanía y electores; y pueden servir como una fuente de retroalimentación.
- La ciudadanía y electores conocen mejor que nadie sus necesidades y problemas, por lo que sus propuestas y sugerencias pueden tener gran valor.
- Las cartas también reflejan el sentir de opositores, por lo que son muy valiosas.

Limitaciones

- Las cartas de algunas personas son ilegibles, por lo que toma tiempo procesarlas.

Ideas

- En caso de que las propuestas de la ciudadanía y electores se hayan incorporado a la iniciativa, informe y agradezca a las personas que hicieron la aportación o entregue un reconocimiento público. Esto favorecerá que otras personas participen.

2.9 BUZÓN PARA QUEJAS, SUGERENCIAS Y CONSULTAS CIUDADANAS.

Son contenedores cerrados que reciben las comunicaciones escritas de la ciudadanía y electores a través de una rendija. Generalmente se utilizan para recibir quejas, denuncias, sugerencias y propuestas, pero también pueden ser utilizados para recibir la opinión ciudadana sobre cierta iniciativa.

Checar (✓)	Acciones
	<p>Elaborar un procedimiento para recolectar la información del buzón, que incluya horario y manejo de la información.</p> <hr/> <p>El diseño del buzón deberá incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una ranura que sólo permita la introducción de una hoja de papel doblada, para evitar la inserción de objetos extraños. • Un contenedor aledaño para hojas de papel. • Una pluma, con un sistema de retención de acero o nylon, para que no pueda ser retirada. • Cerradura confiable.

	Colocar el buzón a una altura que permita usarlo a personas de corta estatura.
	Señalar el buzón con un letrero que indique que tipo de información que recibe.
	Ubicar el buzón en una zona visible y transitada, para propiciar su uso; y vigilada, para evitar el vandalismo.
	Realizar estadísticas semanales, mensuales y anuales.
	Nombrar a una persona responsable del buzón.

Ventajas

- Generalmente son utilizados por personas con gran sentido cívico.
- Recibe opiniones valiosas sobre los proyectos e iniciativas.

Limitaciones

- Si el papel o la pluma no se ofrecen, generalmente la ciudadanía y electores no participan.

Ideas

- Diseñe el buzón con colores llamativos y textos atractivos que inviten a las personas a participar.

2.10 CUESTIONARIOS Y ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS.

Son documentos que tienen por objeto obtener información y que se aplican de manera escrita (cuestionarios) o de manera verbal (entrevistas estructuradas). Estás pueden incluir preguntas:

- Cerradas**, cuando la ciudadanía y electores seleccionan las respuestas entre las opciones que se ofrecen.
- Abiertas**, cuando la ciudadanía y electores responden libremente con sus propias palabras a preguntas específicas.

Las preguntas desarrolladas en estos ejercicios, pueden convertirse en la agenda de trabajo durante foros y reuniones con grupos diversos.

Checar (✓)	Acciones
---------------	----------

Al inicio incluya una introducción breve con el objetivo, instrucciones claras y sencillas

Lenguaje

Utilizar lenguaje sencillo, entendible. Evitar lenguaje emocional, moralizante y el uso de adjetivos calificativos.

Diseño de preguntas

Las preguntas deben reflejar lo que quiere ser indagado, por lo que tienen que ser explícitas, cortas, simples, entendibles y fáciles de responder.

El número de preguntas debe ser el mínimo.

La pregunta debe incluir un solo tema.

Evitar preguntas difíciles, como por ejemplo, aquellas que requieren cálculos.

Colocar las preguntas sensibles al final (edad, opiniones, otros), para facilitar que la persona termine de responder.

Mantener las preguntas abiertas a un mínimo, ya que son difíciles de evaluar. Incluir las porque generalmente aportan información importante.

Organización

Evitar amontonamientos, palabras diminutas e ilegibles, calcular el espacio necesario para que la persona pueda responder.

Agrupar las preguntas y mantener un orden lógico.

Incluya un espacio para comentarios.

Preguntas de opción múltiple

Las listas de opciones deben ser cortas.

Evite tres categorías, como por ejemplo: bueno-regular-malo. Incluya 5 para que las personas puedan responder con mayor precisión. Por ejemplo. Muy bueno-bueno-regular-malo-muy malo.

Siempre incluya "otro" para que la persona no se vea forzada a contestar algo con lo que no está totalmente de acuerdo.

Ventajas

- La audiencia puede determinarse, por lo que pueden dirigirse a grupos específicos, por ejemplo, en el mercado, para mujeres dedicadas al hogar; en una obra, para trabajadores; en la universidad, para estudiantes; en zonas comerciales y en días no laborales, para familias; en una secundaria, para juveniles.
- El número de preguntas puede ser mayor que con otras herramientas.

- Pueden mostrarse apoyos gráficos, como por ejemplo, fotografías, mapas y tablas con información sobre los proyectos e iniciativas.
- Producen mayor cercanía con la ciudadanía y electores, ya que hay un contacto más personal.
- Si son entregados para respuesta posterior, la ciudadanía y electores pueden contestarlos en sus ratos libres.
- Si las personas son analfabetas, los cuestionarios pueden aplicarse como entrevistas, de manera verbal.

Limitaciones

- Deben diseñarse por personas con experiencia.
- La información se limita a lo que fue preguntado.
- Cuando los cuestionarios son enviados por correo, la respuesta es lenta y es generalmente baja, entre el 10 y el 15%.

Ideas

- Capacite al encuestador para que mantenga una actitud imparcial durante la aplicación de cuestionarios y entrevistas.
- Establezca un convenio con las universidades locales, para diseñar y aplicar los cuestionarios y entrevistas, bajo la supervisión de un profesor universitario.
- Establezca una meta de respuesta y comunique que si es alcanzada hará una donación a una organización local.
- Si una persona no desea contestar cierta pregunta, no insista. Las preguntas no contestadas, también aportan información.

CONSTRUIR CON LA CIUDADANÍA

2.11 CONSEJEROS(AS) COMUNITARIOS(AS).

Se invita a la ciudadanía y electores a fungir como consejeros(as) comunitarios(as) a fin de emitir su opinión con respecto a temas de su propia comunidad.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo del ejercicio.
	Seleccionar a personas representativas de la comunidad, a través de un proceso participativo.

	Elaborar un calendario de las reuniones de trabajo y establecer la fecha de término del ejercicio.
	Dar la bienvenida a consejeros(as) comunitarios(as) y explicar el objetivo del ejercicio.
	Proporcionar suficiente información, incluir argumentos en pro y contra.
	Propiciar una discusión abierta.
	Al término del periodo de trabajo, pedir la opinión personal por escrito en un formato previamente elaborado; las conclusiones grupales; o someter las propuestas a votación.
	Tomar notas durante todo el proceso.
	Analizar la información y hacer un reporte.

Ventajas

- Promueve una ciudadanía y electores informados y activos.
- Desarrolla un entendimiento local sobre los temas.
- Promueve la construcción de acuerdos colectivos.

Limitaciones

- El proceso puede alargarse por el proceso de recolección de evidencias.
- Las mujeres que hacen política deben aceptar los consejos; o debatirlos en caso contrario.

Ideas

- Seleccione a consejeros comunitarios entre el público en general, en lugar de optar por personas que pertenezcan a grupos con intereses particulares.

2.12 COMITÉS ORGANIZADORES CIUDADANOS.

Son grupos de personas que apoyan a las mujeres que hacen política en la organización de procesos de vinculación ciudadana, eventos sectoriales y públicos, entre otros.

Checar (✓)	Acciones
	Definir los objetivos del comité organizador.

Definir el número y funciones de cada una de las personas que integrarán el comité organizador.
Definir los criterios y método para seleccionar a participantes, organizar y convocar a la ciudadanía y electores para que representen a todos los sectores o a sectores específicos.
Convocar a la ciudadanía y electores a una reunión en las que se proporcione información sobre el proceso de selección.
Seleccionar a las personas participantes.
Informar a aquellas personas que fueron seleccionadas.
Realizar una reunión con las personas seleccionadas para asignar funciones e iniciar el trabajo.

Ventajas

- Los comités organizadores prestan una ayuda excepcional especialmente cuando no hay personal suficiente.
- Los comités organizadores cohesionan a la comunidad.
- Los grupos de mujeres son especialmente entusiastas.

Limitaciones

- Si las funciones de la ciudadanía y electores no están bien definidas, pueden duplicarse funciones, dejar áreas sin atención y provocar malentendidos entre las y los integrantes.

Ideas

- Establezca comités organizadores permanentes que funcionen en épocas determinadas.
- Seleccione personas que coordinen grupos.
- Nombre a colaboradores como enlaces con los comités organizadores.
- Organice actividades de integración a fin de que las personas participantes se conozcan.

2.13 TALLERES Y MESAS DE TRABAJO.

Son reuniones en las que se informa o brinda capacitación a grupos ciudadanos sobre temas generales o específicos; o en los que las personas participantes discuten y emiten su opinión mediante el trabajo interactivo.

Checar (✓)	Acciones
	Definir: <ul style="list-style-type: none"> • El objetivo, las metas y el funcionamiento del taller o mesa de trabajo. • Los mecanismos para proporcionar la información y obtener la retroalimentación de la ciudadanía y electores. • El esquema de vinculación.
	Definir los criterios y método para seleccionar a participantes, organizar y convocar a la ciudadanía y electores para que representen a todos los sectores o a sectores específicos.
	Designar a responsables de facilitar y relatar el proceso del taller; y también por cada mesa de trabajo.
	Desarrollar instrucciones escritas para las personas que participen, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> •Cuál es el objeto del taller y de cada mesa de trabajo. • Información sobre la iniciativa o temas a discutir. • Qué se espera de cada colaborador(a).
	Describir acciones y procedimientos de organización, incluir la logística del evento.
	Durante el taller o mesa de trabajo, propiciar la vinculación de la ciudadanía y electores.
	Analizar y evaluar la información obtenida.
	Hacer un reporte.

Ventajas

- La ciudadanía y electores obtienen información amplia sobre los proyectos y las iniciativas; o información puntual sobre temas específicos.
- Son útiles para discutir temas puntuales, complejos o difíciles; analizar y proponer alternativas; y resolver conflictos.
- La retroalimentación recibida es inmediata.
- Requiere experiencia en el proceso de facilitación.

Limitaciones

- Las personas con opiniones negativas u hostiles pueden entorpecer el trabajo del resto.

Ideas

- Realice talleres con sectores específicos y/o que requieran información amplia sobre la iniciativa.
- Invite a personas de diversos estratos sociales, educación y origen, con el fin de crear un grupo diverso.

2.14 FOROS.

Son reuniones en donde un grupo pequeño de personas discute los proyectos e iniciativas, delante de una audiencia; o donde todas las personas participantes hacen contribuciones. Los foros pueden estar integrados por personas diversas, como por ejemplo:

- a. **Ciudadanía**, cuando participan personas, líderes sociales, representantes de grupos de interés u otros integrantes de la comunidad.
- b. **Expertos**, cuando participan académicos o especialistas en temas asociados a la iniciativa, con el fin de ampliar la información, discutir aspectos científicos, tecnológicos y técnicos.
- c. **Políticos**, cuando participan representantes de las fuerzas políticas locales, como por ejemplo, los líderes de la comunidad.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo, las metas y el funcionamiento del foro.
	Definir los criterios y método para seleccionar a participantes, organizar y convocar a la ciudadanía y electores para que representen a todos los sectores o a sectores específicos.
	Describir acciones y procedimientos de organización, incluir la logística del evento.
	Designar a las personas responsables de facilitar, asistir a participantes y relatar las contribuciones que se realicen durante el foro. Desarrollar instrucciones escritas para guiar su trabajo.
	Invitar a participantes/convocar a la ciudadanía y electores.
	Proporcionar información a participantes sobre la iniciativa.
	Relatar las aportaciones.
	Analizar y evaluar la información obtenida.
	Hacer un reporte.

Ventajas

- La ciudadanía y electores obtienen información sobre los proyectos e iniciativas.
- Se ganan puntos de vista novedosos.
- Se clarifican posicionamientos.
- La información científica y técnica, se hace pública.

- Los foros de expertos propician que los medios de comunicación obtengan y difundan información confiable e imparcial y que los temas difíciles se aborden con argumentos sólidos.

Limitaciones

- Pueden polarizarse en posiciones e influir a la audiencia.

Ideas

- Identifique y convoque a expertos que puedan proporcionar información, emitir sus puntos de vista y brindar apoyo.
- Solicite a los integrantes del foro que utilicen un lenguaje accesible para todos.

2.15 ACTIVIDADES COMUNITARIAS.

Son actividades que se organizan en la comunidad, con el fin de proporcionar información, crear conciencia y sensibilizar a la ciudadanía y electores con respecto a un tema específico. Algunos ejemplos son: eventos deportivos, artísticos y culturales, entre otras.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo y las metas de la actividad comunitaria.
	Definir los criterios y método para seleccionar a participantes, organizar y convocar a la ciudadanía y electores para que representen a todos los sectores o a sectores específicos.
	Los mecanismos para proporcionar la información y obtener la retroalimentación de la ciudadanía y electores participantes.
	Determinar el número de visitantes que puede recibir el espacio.
	Desarrollar una agenda que incluya actividades continuas.
	Describir acciones y procedimientos de organización, incluir la logística del evento.
	Convocar a la ciudadanía y electores.
	Documentar el evento, con narrativa y fotografías.
	Analizar y evaluar la información obtenida.
	Elaborar un reporte.

Ventajas

- Pueden emanar aliados importantes.
- Es útil para disminuir la oposición de grupos.

Limitaciones

- Eventos desorganizados dañan la imagen pública.

Ideas

- Apóyese en las redes ciudadanas para realizar la convocatoria.
- Organice exhibiciones, mostradores informativos y distribuya información.
- Brinde seguridad con presencia policial y servicios de emergencia.
- En eventos largos, hidrate a la concurrencia, especialmente a grupos escolares.

2.16 CENTROS DE VINCULACIÓN CIUDADANA.

Son espacios que laboran en horarios determinados y que brindan atención personal a la ciudadanía y electores. Se utilizan para proporcionar información actualizada sobre los proyectos e iniciativas, el trabajo legislativo, servicios, políticas públicas y programas; para brindar orientación a la ciudadanía y electores; y recolectar información sobre sus necesidades, comentarios, dudas y propuestas.

Checar (✓)	Acciones
	Establecer responsables con el fin de mantener actualizada la base informativa del centro y atender las peticiones.
	Desarrollar: <ul style="list-style-type: none">• Bases de datos que contengan información y los procedimientos para obtener información común y atípica solicitada.• Herramientas tecnológicas que propicien eficacia y prontitud en la atención, así como clasificar la información solicitada por la ciudadanía y electores.• Un sistema de gestión que permita dar seguimiento a todos los asuntos, hasta su solución o canalización.• Indicadores para evaluar la calidad de los servicios prestados por el centro.• Un sistema de reporte mensual.
	Ubicar los centros en lugares accesibles, comunicados y frecuentados por la ciudadanía y electores.
	Promover los servicios que ofrece el centro.

Ventajas

- Concentran la información requerida por la ciudadanía y electores en un solo punto.
- Es un termómetro de la ciudadanía y electores.
- Los servicios prestados se reflejan en estadísticas precisas e imparciales, lo que sirve de retroalimentación y propicia una mayor eficiencia.
- Pueden contener exhibiciones y atender a grupos específicos.

Limitaciones

- Si los centros laboran en horarios de oficina, dejan de captar audiencias que laboran en esos mismos horarios.

Ideas

- Coloque letreros para señalar la ubicación del centro, incluya los horarios de servicio.
- Abra el centro los fines de semana.
- Organice un sistema para que la ciudadanía y electores sean atendidos en el orden que lleguen.
- Vincule al centro con un sistema de atención telefónica.

2.17 MOSTRADORES CIUDADANOS.

Proporcionan información sobre los proyectos e iniciativas en espacios públicos y reciben propuestas, sugerencias y comentarios sobre las mismas. La información se brinda de manera verbal, a través de medios escritos y exhibiciones. Pueden situarse en zonas aledañas al lugar en donde se planea realizar la iniciativa; o en lugares accesibles y frecuentados por la ciudadanía y electores como por ejemplo, plazas comerciales, bibliotecas públicas, centros educativos y nodos de transporte público.

Checar (✓)	Acciones
	Capacitar y proporcionar a la persona encargada del mostrador, información suficiente sobre la iniciativa para que pueda ofrecer respuestas correctas.
	Señalar el horario de atención.
	Diseñar exhibiciones y medios impresos para proporcionar información.
	Desarrollar una forma de reporte para que la ciudadanía y electores se expresen.
	Ubicar los mostradores en lugares accesibles, comunicados y frecuentados por la ciudadanía y electores.
	Hacer los centros atractivos, para invitar a usarlos.

Ventajas

- La información se lleva a la ciudadanía y electores.
- La ciudadanía y electores pueden expresarse con respecto a lo presentado y dar propuestas y sugerencias valiosas.
- Ideal para distribuir información impresa y mostrar exhibiciones.

Limitaciones

- La persona encargada del mostrador puede no tener suficiente información para contestar preguntas de gran profundidad.
- El mostrador requiere que la información se mantenga actualizada, sobre todo en iniciativas que evolucionan con el tiempo.

Ideas

- Instale un sistema de sonido, coloque globos arriba del mostrador y comparta una música alegre con la ciudadanía y electores, para promoverlo.

2.18 REDES COMUNITARIAS.

Están integradas por personas u organizaciones civiles que comparten el mismo interés público; pueden conocerse o trabajar de manera independiente.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo, las metas y el funcionamiento de las redes ciudadanas.
	Definir los criterios y método para seleccionar a participantes, organizar y convocar a la ciudadanía y electores para que representen a todos los sectores o a sectores específicos.
	Establecer los mecanismos para que los integrantes se conozcan o se relacionen.
	Definir los mecanismos para hacer llegar la información y obtener retroalimentación de las redes comunitarias.
	Desarrollar las estrategias para mantener las redes comunitarias activas.
	Sistematizar la recolección y el procesamiento de la información obtenida a través de las redes comunitarias.
	Analizar y evaluar la información obtenida.
	Elaborar reportes periódicos y compartirlos con las personas que integran la red para mantener activa su participación.

Ventajas

- Las redes permiten sumar pequeñas acciones personales que pueden llegar a convertirse en apoyos importantes para los proyectos e iniciativas.

Limitaciones

- Las redes deben mantenerse activas a través de brindar información, fomentar el dialogo y mantener el interés de personas participantes.

Ideas

- Reciba apoyo de líderes comunitarios para sugerir personas entusiastas o lanzar una convocatoria que invite a la ciudadanía y electores a integrarse a la red.
- Integre redes sectoriales, como por ejemplo:
- Líderes juveniles en las escuelas.
- Madres de bebés que reporten las banquetas accidentadas.
- Amigos de los animales, que promuevan el uso de correas en parques públicos.

TOMA DE DECISIONES PARTICIPATIVA

El presente apartado presenta herramientas para compartir la toma de decisiones con la ciudadanía.

2.19 GRUPOS DE ENFOQUE.

Se integran con grupos de personas que representan a sectores específicos de la sociedad. Se reúnen en una o más sesiones para discutir temas específicos o seleccionar alternativas con el fin de que orienten la toma de decisiones.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo del ejercicio.
	Definir y conocer a la audiencia.
	Designar a una persona que facilite el proceso.
	Definir claramente las características de cada propuesta u opciones que van a compararse.
	Desarrollar material para presentar las propuestas u opciones a la ciudadanía y electores, apoyar con material gráfico.
	Desarrollar la agenda de la reunión.
	Dar la bienvenida a las personas participantes. No las presente.
	Proporcionar información y mostrar el material preparado.

Propiciar la discusión abierta entre las personas participantes.
Al término de la reunión, pedir las opiniones por escrito en un formato previamente elaborado.
Grabar o transcribir la sesión.

Ventajas

- En grupos proactivos, la ciudadanía y electores participan activamente y enriquecen el proceso.
- Proporciona información sobre la postura u opinión de sectores específicos.
- Propician la discusión y deliberación, lo que facilita el proceso de toma de decisiones.
- Excelente para probar conceptos y mensajes, antes de ejecutar programas o políticas públicas.

Limitaciones

- Cuando las personas participantes carecen de información, la discusión es superficial.
- Aquellas personas participantes que se perfilan como líderes espontáneas del grupo, pueden inhibir la participación o influenciar al resto.
- El número de personas que participan en los grupos de enfoque debe ser alto, para que el proceso sea representativo, pero el número en cada grupo, pequeño, para que la discusión sea efectiva.

Ideas

- Los criterios para seleccionar a las personas participantes deben ser establecidos de manera cuidadosa, para evitar sesgos en la opinión.
- Es recomendable crear un ambiente agradable, para propiciar el intercambio informal de opiniones entre participantes.
- El proceso debe ser focalizado a temas específicos, para que el grupo llegue a conclusiones.

2.20 CONSENSO.

Es un método para tomar decisiones cuya meta es que las personas participantes lleguen a un mismo acuerdo. La estrategia consiste en ayudar a flexibilizar posiciones a medida que aumenta la confianza entre todas las partes, con el fin de llegar a consenso.

Checar (✓)	Acciones
	Formular una propuesta, basada en la discusión del grupo.
	Llamar a consenso.
	Levantar la mano cuando se esté de acuerdo.

Si no se llega al consenso, cada detractor presenta su posición o propuesta, y se abre otra discusión.
Modificar la propuesta para satisfacer a todos las personas participantes.
Repetir el ciclo hasta que todos lo participante señalen su acuerdo.
Permitir suficiente tiempo para llegar al consenso.

Ventajas

- Crea un compromiso sólido de las personas participantes con respecto a los resultados finales.
- Favorece que todas las partes se expresen.
- Promueve la cohesión grupal y la confianza.
- Puede documentarse para dar seguimiento al proceso de toma de decisiones.

Limitaciones

- No puede llevarse a cabo cuando la audiencia es muy grande.
- Requiere que las partes estén dispuestas a ceder para llegar a acuerdos, que el objetivo general sea importante para todas las personas participantes; y que tengan puntos de coincidencia.

Ideas

- Utilice el método de consenso para tomar decisiones dentro de su propio equipo.

2.21 CONSULTA PÚBLICA.

Es un ejercicio mediante el cual la ciudadanía y electores participan con respecto a proyectos, iniciativas y propuestas, con el fin de aceptarla, rechazarla o proponer ciertos cambios. Puede ser presencial y pública; o a través de los medios sociales.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo.
	Describir ampliamente las propuestas y darlas a conocer a la opinión pública.
	Dar a conocer el proceso de consulta pública.
	Establecer el día en que se llevará a cabo la consulta pública.
	Hacer amplia difusión del evento.
	Nombrar a un individuo, grupo de personas u organismo imparcial y/o con credibilidad social para contar los votos.

Dar a conocer los resultados, con amplia difusión.
Incluir a una persona que facilite el proceso que tenga experiencia y sea imparcial.
No participar en el debate, ni tomar posiciones.

Ventajas

- Propicia que la ciudadanía y electores se informen y tomen una posición con respecto a los proyectos e iniciativas.
- Puede involucrar a una gran cantidad de personas provenientes de diversos sectores.
- De gran utilidad para tomar decisiones con respecto a temas generales que impactarían a toda una comunidad.
- Puede incorporar elementos nuevos durante la deliberación.

Limitaciones

- No implica que la ciudadanía y electores lleguen a un acuerdo.
- No es útil para tomar decisiones durante crisis, ya que la sociedad está muy polarizada.
- Requiere que una persona con experiencia modere el ejercicio.

Ideas

- Utilice la consulta pública en el proceso de planeación de los proyectos e iniciativas, le ayudará a orientarlas y obtendrá información amplia sobre los temas de interés y controversiales.
- Pida que una persona neutral modere el ejercicio.
- Desde el principio, limite el tiempo de intervención de cada participante.

2.22 VOTACIÓN.

El voto sirve para poner a competir, propuestas o decisiones, ganando aquella que reciba más apoyo de las personas participantes.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo.
	Describir ampliamente las propuestas y dar a conocer el proceso de votación (con voto cerrado o abierto, levantar la mano, pasar y pintar una raya en el pizarrón, etc.).
	Llevar a cabo el proceso de votación.

Ventajas

- Refleja las preferencias de la mayoría participante.
- Permite tomar decisiones muy rápido, ya que con sólo “poner a votación” un asunto y solicitar a participantes que levanten la mano, se pueden seleccionar personas, propuestas y solucionar conflictos.
- La mayoría de las personas conoce el proceso de votación y por lo tanto no requiere capacitación.

Limitaciones

- El grupo perdedor puede quedar desilusionado o insatisfecho con los resultados.
- Los procesos de votación dirigidos a toda la comunidad pueden ser muy costosos, emplean a un gran número de personas, requieren mucho tiempo para su preparación y una difusión amplia.

Ideas

- La votación es útil cuando las opciones son reducidas.

3. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Esta tercera parte proporciona herramientas para establecer alianzas estratégicas con personas expertas, con la sociedad civil y con medios de comunicación.

Una alianza estratégica se forma cuando una mujer que hace política se une a personas, grupos, organizaciones de la sociedad civil y/o a la iniciativa privada, con el fin de cooperar para lograr objetivos comunes. Una alianza es estratégica, cuando resulta crítica para:

- a. Lograr el éxito de uno o más objetivos, y/o metas.
- b. Proteger y blindar la iniciativa, el proyecto, programa y otros, y/o mitigar los riesgos que enfrenta.
- c. Desarrollar la iniciativa, el proyecto, programa y otros; dar a conocerlos y/o consolidarlos.

Premisas para el buen éxito en las alianzas estratégicas

- El trabajo de la alianza estratégica se centra en ofrecer soluciones.
- Los objetivos, metas y estrategias de todas las partes interesadas; son claros, compatibles y están alineados.
- Los socios establecen compromisos claros.
- Los socios tienen capacidad para cumplir con los objetivos, metas y acciones establecidos.
- Los socios muestran compromiso y solidaridad mutua. Dedicar tiempo, esfuerzos y recursos para que la alianza funcione.
- La alianza estratégica representa ventajas para ambas partes.

Algunos ejemplos de alianzas estratégicas que pueden establecerse aparecen en la siguiente tabla.

EJEMPLOS DE SOCIOS	EJEMPLOS DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD
ALIANZA ESTRATÉGICA CON GOBIERNO	
<ul style="list-style-type: none">- Miembros del congreso local.- Cámara de Diputados.- Cámara de Senadores.- Comisiones legislativas y personas que laboran en el poder legislativo. Gobernadores, alcaldes, miembros del cabildo.- Instituciones de gobierno de los tres órdenes de gobierno.	<ul style="list-style-type: none">- Identificar áreas de oportunidad y de mejora.- Recibir apoyo de personas con experiencia en el tema del proyecto.- Cabildeo para que se aprueben las iniciativas.

ALIANZA ESTRATÉGICA CON SOCIEDAD CIVIL

<ul style="list-style-type: none">- Fundaciones.- Sindicatos.- Universidades e instituciones educativas.- Centros de Investigación.- Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC's).	<ul style="list-style-type: none">- Aumentar la capacidad científica, tecnológica y técnica.- Potenciar el trabajo de planeación y desarrollo de políticas públicas y leyes.- Establecer grupos consultores en diversos temas.- Generar información que justifique la iniciativa.- Dar seguimiento y evaluar los impactos asociados con la iniciativa.
---	--

ALIANZA ESTRATÉGICA CON CIUDADANÍA Y ELECTORES

<ul style="list-style-type: none">- Defensores de derechos humanos.- Observatorios ciudadanos.- Coaliciones.- Grupos ciudadanos.- Líderes sociales.- Personas.	<ul style="list-style-type: none">- Identificar las personas, grupos y organizaciones que es importante considerar en la iniciativa.- Identificar el nivel de impacto de la iniciativa: individual, barrio, comunidad, ciudad, etc.- Definir el tipo de intervención social para consolidar la iniciativa.- Promover la iniciativa entre las partes interesadas.- Recibir apoyo de la ciudadanía y electores.
---	---

ALIANZA ESTRATÉGICA CON INICIATIVA PRIVADA

<ul style="list-style-type: none">- Cámaras de comercio.- Organizaciones empresariales.- Negocios particulares.- Proveedores de internet.	<ul style="list-style-type: none">- Movilizar los recursos necesarios para lograr el cambio social.- Recibir apoyo para consolidar la iniciativa.- Arraigar la iniciativa a la cultura.
--	---

ALIANZA ESTRATÉGICA CON ORGANISMOS EXTRANJEROS

<ul style="list-style-type: none">- Organismos internacionales.- Embajadas y consulados.- Gobiernos extranjeros- Organizaciones de la Sociedad Civil en otros países.	<ul style="list-style-type: none">- Conocer experiencias en otros países para resolver problemas similares.- Identificar y compartir mejores prácticas.- Recibir asesoría en el contexto de la cooperación internacional.- Ayudar a cumplir convenciones internacionales.
--	--

Tabla 5. Alianzas estratégicas, ejemplos de socios y áreas de oportunidad.

ACCIONES GENERALES PARA ESTABLECER ALIANZAS ESTRATEGICAS

Checar (✓)	Acciones generales para establecer alianzas estratégicas Acciones
	Examinar la posibilidad de establecer una alianza estratégica.
	Identificar los objetivos de establecer la alianza estratégica.
	Evaluar a socios potenciales: fortalezas, debilidades, compromisos, valores éticos y especialmente, su motivación para participar.
	Iniciar negociaciones.
	De manera conjunta con socio estratégico:
	Establecer objetivos y metas conjuntas, aportaciones, contribuciones, expectativas reales con base en los recursos y el tiempo comprometido.
	Evaluar si los objetivos y metas a alcanzar mediante la alianza estratégica son realistas y factibles.
	Definir roles y responsabilidades. Número de personas involucradas.
	Desarrollar la estrategia conjunta. Tiempo para obtener los primeros resultados.
	Definir la recolección, el análisis, el reporte y distribución de la información generada.
	Establecer sistemas de resolución de conflictos para hacer frente a malentendidos y desacuerdos.
	Integrar un documento ejecutivo con toda la información, trabajo y acuerdos tomados.
	Institucionalizar la alianza (documento legal, presentación pública, ceremonia de protesta, entrega de nombramiento, otros)
	Realizar reuniones periódicas para intercambiar información y hacer propuestas de aplicación general.
	Documentar el proceso con narrativa y fotografía.
	Evaluar resultados periódicamente.

Ventajas

- Convierte a servidores públicos, organizaciones de la sociedad civil, ciudadanía y electores, iniciativa privada y organismos extranjeros en aliados para el desarrollo y la consolidación de los proyectos e iniciativas.

- Desarrollan la capacidad de los interesados en los proyectos e iniciativas, a fin de que tomen acción, se construya capital social y cohesionen grupos alrededor de la iniciativa.

Limitaciones

- Agendas ocultas que deriven en desconfianza.
- Una integración pobre que se refleje en la planeación y operación.
- Bajo compromiso de alguna de las partes.

Ideas

- Construya con base en la confianza, la dedicación y los intereses mutuos.
- Fomente el respeto y la interacción de personas de todas las instituciones participantes.

A continuación se presentan algunos ejemplos de alianzas estratégicas con expertos, con la ciudadanía, electores y con medios de comunicación.

ALIANZAS ESTRATEGICAS CON PERSONAS EXPERTAS

Especialistas, líderes políticos y sociales, universidades y centros de investigación públicos y privados.

3.1 PERSONAS ASESORAS.

Son personas con experiencia en el tema a tratar o discutir, que reciben información sobre los proyectos, iniciativas, programas, políticas públicas y otras propuestas, a fin de brindar asesoría, retroalimentación o hacer comentarios.

Checar (✓)	Acciones
	Definir el objetivo, las metas y el funcionamiento del grupo de asesoría.
	Definir los criterios y método para seleccionar a las personas asesoras.
	Definir los mecanismos para hacerles llegar la información y obtener su retroalimentación (reportes, pláticas, etc.)
	Invitar formalmente a las personas asesoras.
	Informarles sobre objetivos y metas, los mecanismos para solicitar y obtener retroalimentación.
	Iniciar el intercambio de información.
	Sistematizar y analizar la información recibida.
	Hacer reportes.

Ventajas

- Pueden ser de gran valor para sectorizar la opinión, por ejemplo, por género, edad y zona geográfica, entre otros.
- Introducen nuevas perspectivas, reta las ideas presentes o convencionales.
- Útil para tomar decisiones sobre temas concretos, cuando hay juicios de valor involucrados y como parte de un proceso de vinculación ciudadana a mayor escala.

Limitaciones

- Hay sectores pocos participativos que nunca están representados.

Ideas

- Para que sea un ejercicio útil y tenga credibilidad, es importante que las personas asesoras representen a diversos sectores de la sociedad.
- Hay personas que están dispuestas a brindar asesoría de manera voluntaria.

3.2 COMITÉS DE ASESORÍA.

Grupos integrados por personas que tienen conocimientos, experiencia o habilidades específicas. Se reúnen con el fin de brindar asesoría. Algunos ejemplos de comités de asesoría son:

- a. **Ciudadanos**, cuando la asesoría está integrada por personas, líderes sociales y organizaciones civiles.
- b. **Gubernamentales**, cuando participan servidores públicos en funciones o en retiro.
- c. **Honoríficos**, cuando las personas que asesoran no reciben remuneración alguna.
- d. **Contratados**, cuando las personas que asesoran reciben honorarios.

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- Proporciona análisis detallados sobre los temas.
- Desarrolla credibilidad y ayuda a resolver las dudas e inquietudes de la ciudadanía y electores.
- Pueden ser útil para resolver conflictos en donde se debaten hechos y cifras.
- Se obtienen diversas perspectivas.

Limitaciones

- Puede haber diferencias de opinión.
- La comunidad puede no estar de acuerdo con las recomendaciones.

Ideas

- La formación de comités de asesores(as) se recomienda en:
- Proyectos de beneficio extenso o de trascendencia social.
- Estados avanzados, cuando la dirección del proyecto se ha definido.
- Proyectos que no hayan sido abordados por los medios de comunicación, ya que la retroalimentación podría estar influenciada.

3.3. MESAS DE DISCUSIÓN.

Un grupo de personas expertas se reúnen para discutir temas específicos, llegar a conclusiones o desarrollar propuestas específicas en el corto plazo.

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- Se obtienen recomendaciones y conclusiones de manera rápida.
- Los resultados pueden ser de muy buena calidad.

Limitaciones

- El grupo no siempre llega a un resultado consensuado.

Ideas

- Propicie condiciones de trabajo agradables, para obtener mejores resultados.

3.4 PLÁTICAS Y CONFERENCIAS DE EXPERTOS.

La ciudadanía y electores son invitados a asistir a pláticas y conferencias impartidas por uno o más expertos.

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- La ciudadanía y electores reciben información sobre la iniciativa a partir de personas conocedoras del tema.
- Las preguntas que la ciudadanía y electores realizan a los expertos, muestran sus áreas de interés o incertidumbre.
- Se resuelven dudas a partir de datos reales y no de conjeturas.

Limitaciones

- Los temas tratados por los expertos pueden representar complejidad y dificultar su comprensión.
- No se asegura la participación representativa de la ciudadanía y electores, ya que por tratarse de expertos, algunas personas podrían auto marginarse.

Ideas

- Identifique y convoque a expertos que puedan proporcionar información, emitir sus puntos de vista y apoyar los proyectos e iniciativas.
- Solicite a los conferencistas que utilicen un lenguaje accesible.
- Nombre a una persona que modere y que establezca desde el principio las reglas básicas acordadas y a otra que sirva como relatora.

ALIANZAS ESTRATEGIAS CON LA SOCIEDAD CIVIL

Organizaciones de la sociedad civil, empresarios, políticos, ciudadanía, electores, activistas, otros.

3.5 CONSEJOS CIUDADANOS.

Son personas que brindan asesoría y apoyo alrededor de un tema o una iniciativa. La diferencia entre un consejo ciudadano y un comité de asesoría, es que el primero es mucho más diverso y plural, y el segundo está integrado por especialistas en temas específicos.

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- Aportan información importante.
- Tienen relaciones importantes que pueden blindar a los proyectos e iniciativas.

Limitaciones

- Requiere un equipo de trabajo que brinde soporte al consejo. Al inicio, para su integración y, posteriormente, para dar seguimiento y evaluar su trabajo.

Ideas

- Para que las personas participantes permanezcan en los consejos, proporcione información sobre avances y resultados positivos.
- La comunicación entre el consejo y las mujeres que hacen política debe ser fluida, transparente y colaborativa.
- Los consejos deben funcionar por un periodo determinado, de otra manera la participación tiende a disminuir. Se recomiendan mecanismos para su renovación periódica.

3.6 ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL (OSC'S).

“Una organización de la sociedad civil (OSC) es un grupo sin fines de lucro, principalmente independiente del gobierno, que está organizado a nivel local, nacional o internacional para abordar temas en apoyo al bien común” (UN, 2015). Algunas variables para evaluar a organizaciones de la sociedad civil se presentan a continuación:

PARÁMETRO	PARÁMETRO
BASE DE LA ORGANIZACIÓN	
Identidad.	La organización expresa sus valores básicos y ha articulado las razones de su existencia.
Estructura	La administración de la organización, su división de deberes y responsabilidades son explícitos y visibles.
ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	
Ejecución de las actividades.	La organización tiene la capacidad para planificar y ejecutar las actividades programadas.
Relevancia de las actividades.	El contenido de las actividades y los métodos utilizados son pertinentes en relación con la visión y los objetivos operacionales de la organización.
CAPACIDAD DE DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN	
Competencias profesionales.	La gerencia, el personal remunerado y voluntario tienen las habilidades profesionales necesarias y requisitos para desarrollar y ejecutar la visión y los objetivos operativos de la organización.
Sistemas.	La organización tiene los recursos financieros y rutinas administrativas para ejecutar sus actividades.
RELACIONES DE LA ORGANIZACIÓN	
Aceptación y apoyo de grupos meta.	La evaluación de los grupos de metas de la organización y la demanda de sus actividades dan legitimidad a la organización.
Relaciones con el ambiente externo.	La organización es aceptada y apoyada en la comunidad y es capaz de movilizar apoyos a su visión y objetivos operativos.

Tabla 6. Octagon. Una herramienta para evaluar las fortalezas y debilidades en las organizaciones no gubernamentales.⁸

⁸ Swedish International Development Agency, 2002. Información obtenida en Junio 2015, en: https://www.globalhivmeinfo.org/Gamet/Gamet%20Library/1220_OCTAGON%20-%20tool%20for%20assessing%20NGO%20strengths%20-%20SIDA.pdf

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- Pueden asegurar la participación de las personas, grupos y comunidades con los que han establecido relaciones previas de trabajo y cooperación.
- Pueden crear vínculos críticos con líderes sociales y actores claves.
- Trabajan con redes funcionales y consolidadas. Lo que ahorra tiempo en la integración de procesos de participación y vinculación social.
- Pueden apoyar en la organización de eventos.
- Pueden movilizar recursos, humanos y materiales.

Limitaciones

- Algunas organizaciones no tienen interés de trabajar con instituciones de gobierno, por lo que crear lazos de confianza y fraternidad puede tomar tiempo.

Ideas

- Identifique organizaciones de la sociedad civil con experiencia previa en el trabajo social, político o con gobierno.

3.7 PERSONAS VOLUNTARIAS.

Son personas que donan su trabajo y se les asignan funciones precisas con base en las demandas de proyectos e iniciativas. Como por ejemplo, construir una relación con personas, grupos y la ciudadanía en general, a fin de: a) Darles a conocer las iniciativas, los programas, las políticas públicas o los proyectos; y b) Recolectar necesidades, comentarios, dudas y propuestas.

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- Establecen una vinculación importante entre las mujeres que hacen política, la ciudadanía y los electores.
- Son parte de la comunidad, por lo que pueden acceder a información sensible, lo que puede dar una perspectiva fina de la comunidad.

Limitaciones

- Las personas voluntarias tienden a adquirir poder y liderazgo dentro de la comunidad, por lo que es necesario que fomenten un liderazgo positivo.
- Es necesario vigilar que las personas voluntarias no generen expectativas falsas en la ciudadanía y electores.
- Es necesario asignarles un trabajo con objetivos claros, de otra manera es difícil retenerlas.

Ideas

- Proporcione a promotores y enlaces, un catálogo de información institucional y un directorio, para aumentar su respuesta de gestión.
- Si la persona voluntaria va a trabajar en la comunidad:
- Realice una reunión ciudadana, para presentarlas ante la comunidad.
- Asígneles un área de trabajo o una región específica.
- Establezca mecanismos transparentes de control de confianza, para garantizar el apego a los objetivos y las metas.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.8 MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Establecer alianzas estratégicas con los medios de comunicación tiene por objeto lograr un mayor entendimiento público y hacer difusión sobre proyectos e iniciativas.

Ver: Acciones generales para establecer alianzas estratégicas

Ventajas

- Se establecen relaciones personales con los medios de comunicación que derivan en acuerdos de gran utilidad, como:
- Nombrar un enlace a fin de que los medios soliciten información a un solo colaborador(a), reducir la discrepancia en las declaraciones y evitar posicionamientos personales que puedan confundir a la opinión pública.
- Tomar acuerdos sobre la estructura y presentación de la información, lo que la hace consistente y le da un valor añadido que propicia su publicación.

Limitaciones

- Aquellos medios que favorecen ciertas posturas ideológicas, serán opositores a pesar de las ventajas que representen los proyectos e iniciativas.

Ideas

- Establezca relaciones personales con directivos(as), jefe(a) de redacción y reporteros(as) de los medios de comunicación.
- Acuerde con los medios de comunicación, la estructura de la información que usted vaya a proporcionarles.
- Explore la posibilidad de firmar un convenio, para que los medios den seguimiento a toda acción que impulse la vinculación ciudadana, con el objetivo de fortalecer la democracia.
- Las personas que laboran en los medios de comunicación son parte de la ciudadanía y electores que podrían ser afectados directa o indirectamente por los proyectos e iniciativas. Proporcionarles información puede convertirlos en aliados o en críticos moderados.
- Integre listas de correo con los nombres y direcciones electrónicas de, jefe(a) de redacción y reporteros(as).

ANEXO: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

En el presente anexo se incluyen ejemplos de temores que pueden inhibir los procesos de vinculación y participación social; y estrategias para enfrentarlos; y algunos ejemplos de éxito y decepción en los procesos de vinculación ciudadana y con electores.

Temores que pueden inhibir la vinculación y participación social.

TEMOR	ESTRATEGIAS
<p>Mujer que hace política Perder liderazgo y visibilidad.</p> <p>Ciudadanía y electores Si hago propuestas, van a creer que quiero ser el líder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Considerar que los procesos de vinculación dan visibilidad a las mujeres que hacen política; que el liderazgo se comparte con la ciudadanía y electores, pero no se pierde. • Establecer una relación cercana con líderes comunitarios. • Favorecer la participación de todas las personas. • Ofrecer a la ciudadanía conceptos sobre liderazgo y participación cívica.
<p>Mujer que hace política Que la ciudadanía y electores no participen.</p> <p>Ciudadanía y electores Que no pueda expresar mi punto de vista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estimular el interés de la ciudadanía y electores. • Difundir las ventajas e importancia de participar. • Difundir el proceso de vinculación ciudadana. • Apoyarse en redes y líderes comunitarios para que funjan como interlocutores.
<p>Mujer que hace política Que la ciudadanía y electores no entiendan conceptos o ideas complejos.</p> <p>Ciudadanía y electores Que hablen de cosas que no entienda y que me pregunten cosas que no sé.</p> <p>Mujer que hace política Que la ciudadanía y electores hagan escándalos.</p> <p>Ciudadanía y electores Que haya pleitos entre los vecinos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar con lenguaje sencillo y utilizar material gráfico para comunicar temas complejos. • Incluir la presencia de líderes que apoyen la iniciativa. • Determinar temas controversiales y manejarlos de manera sensible o en escenarios controlados. • Planear soluciones a problemas potenciales y evitar confrontaciones. • Hacer trabajo de inteligencia para detectar a posibles agitadores y desactivarlos a través de líderes locales.

<p>Mujer que hace política Que algunos grupos políticos entorpezcan el proceso.</p> <p>Ciudadanía y electores Que se vuelva una “olla de grillos”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si la ciudadanía y electores están convencidos, defienden las propuestas, proyectos e iniciativas espontáneamente. • Identificar personas que apoyen los proyectos e iniciativas, y mantenerlas informadas sobre el desarrollo. • Formar un grupo que apoye la iniciativa y darle visibilidad.
<p>Mujer que hace política Que la ciudadanía y electores generen expectativas que no puedan satisfacerse.</p> <p>Ciudadanía y electores Que no cumpla sus promesas. Que tenga “segundas” intenciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer metas reales y alcanzables. • No crear expectativas falsas, ni promesas que no puedan cumplirse. • Desde el inicio, establecer los objetivos; hablar con sinceridad; informar sobre las limitaciones institucionales (presupuesto, legales, temporales, etc.) e informar lo que se hará con los resultados de la participación ciudadana y con electores.
<p>Mujer que hace política Que la toma de decisión se alargue demasiado.</p> <p>Ciudadanía y electores Que el proceso tome demasiado tiempo personal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desde el inicio, establecer una agenda que incluya el horario y la fecha límite para terminar el proceso. Compartir la agenda con todas las personas participantes. • Explicar a la ciudadanía y electores la importancia de terminar el proceso en el tiempo establecido. • Nombrar a miembros de la ciudadanía o electores para que vigilen que la agenda y el horario se cumpla.
<p>Mujer que hace política Que asistan demasiadas personas y que el evento se salga de control.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planear con el apoyo de líderes locales. • Limitar la convocatoria. • Establecer medidas de contención. • Apoyarse en grupos leales para ayudar a contener el evento.
<p>Mujer que hace política Que los medios capitalicen en los opositores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer relación personal con los tomadores de decisiones en los medios. • Proporcionar información e incluir el valor social de proyectos e iniciativas. • Solicitar a los directivos su opinión o perspectiva, agregar cuando sea factible e informarles que su propuesta se incorporó. • Desarrollar boletines de prensa y entregar en cada evento. • El papel que los medios deciden tener es inevitable.
<p>Ciudadanía y electores Si hablo con franqueza va a haber represalias en mi contra o pensarán que soy desleal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar un clima de tolerancia. • Comunicar la importancia que la ciudadanía y electores expresen sus puntos de vista. • Agradecer las críticas de la ciudadanía y electores; solicitar propuestas y soluciones.

Tabla7. Ejemplos de temores que pueden inhibir la vinculación ciudadana.

Ejemplos de procesos de vinculación con ciudadanía y electores.

EJEMPLOS DE ÉXITO En Procesos De Vinculación Ciudadana Y Con Electores	EJEMPLOS DE FRACASO En procesos de vinculación Ciudadana y con electores
El proceso es genuino; se espera que los resultados del ejercicio participativo o de vinculación influyan en el proyecto, la iniciativa o la perspectiva de la mujer que hace política.	El ejercicio tiene por objeto “vender” el proyecto o la iniciativa, y atraer a los medios. Hay dudas de que las aportaciones de la ciudadanía y electores sean valiosas y no hay interés en ellas.
Se cree que la ciudadanía y electores conocen su realidad mejor que nadie.	Se cree que la sociedad civil está integrada por personas ignorantes o que no entienden.
Asisten personas de diversos sectores. Los y las colaboradoras han recibido capacitación para atender a las personas con necesidades especiales; y se han eliminado barreras.	Asisten las mismas personas de siempre, o del mismo sector. Se cree que las personas con necesidades especiales no asisten por falta de interés.
Se describe el proyecto o la iniciativa; se comunica como van a utilizarse los resultados y de qué manera mantendrán informada a la ciudadanía y electores sobre los avances.	Se describe el proyecto o la iniciativa a manera de discurso.
Se describe el objetivo de la vinculación; se proponen reglas de participación; se comunica la duración del evento; y se presenta la agenda de la reunión.	No se planea que haya participación de la ciudadanía y electores. Cuando ocurre no se valida o se ignora.
El proceso se da a puertas abiertas; se planea tiempo para escuchar a la ciudadanía y electores.	El proceso se da a puertas cerradas. No se hacen planes para que la ciudadanía y electores participen.
Se invita a la ciudadanía y electores a dar sus puntos de vista y se escuchan con un interés genuino.	Cuando la ciudadanía y electores se expresan, se defienden posturas preestablecidas.
Cuando se identifican problemas, se propone a la ciudadanía que elabore una propuesta y entre todos definen la fecha para entregarla.	No se validan los problemas planteados; no se aceptan las propuestas ciudadanas, ni de electores.
No hay coincidencia con algunas personas, pero de cualquier manera se toman notas para analizar el contenido posteriormente.	No hay coincidencia con algunas personas, y se les comunica abiertamente.
Al final de la reunión se tienen nuevas perspectivas, sugerencias; y proyectos e iniciativas más representativas.	Al final de la reunión se está convencida de que la iniciativa como está, es perfecta.

El proceso inspiró confianza. La ciudadanía y electores se van satisfechos, han decidido volver participar y apoyar a la mujer que hace política.	El proceso les dio desconfianza. La ciudadanía y electores se van frustrados, consideran que perdieron el tiempo. Han decidido no apoyar a la mujer que hace política.
---	--

Tabla 8. Ejemplos de resultados en procesos de vinculación.

