



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

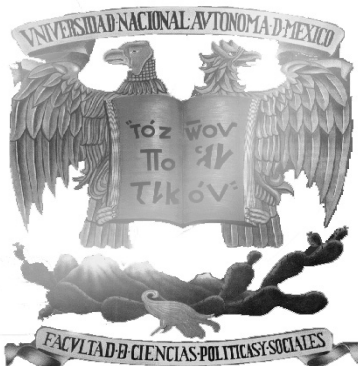
**CAMPAÑA SOCIAL A FAVOR DE LAS MADRES
SOLTERAS EN LA DELEGACIÓN MILPA ALTA
“SOLAS HEMOS PODIDO... CON TU AYUDA
SERÁ MEJOR”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A :
GARCÍA ORTIZ VERÓNICA

ASESORA: ADELA MABARAK CELIS



MÉXICO, D. F.

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

“El agradecimiento es la memoria del corazón”

J. B. Massieu

Gracias A:

- ☺ Dios por permitirme vivir y concluir con un gran sueño de mi vida.
- ☺ Mis padres, Ismael y Guille, por haber confiado en mí.
- ☺ Ramiro, por creer siempre en mí, en que podía hacerlo.
- ☺ Mis amigas, Sandy, Nancy, Bren, Mary, Katy y Lau, por acompañarme y apoyarme en esta, la más grande aventura de conocimiento de mi vida.
- ☺ Mi hermana Rebe por estar siempre conmigo.
- ☺ A la mejor asesora de la facultad, la profesora Adela Mabarak por guiarme y ayudarme a culminar este trabajo.
- ☺ Al profesor Jorge Lumbreras y a la profesora María del Rocío Avendaño por creer en mí y así mismo en el presente trabajo.

A todos Gracias, porque este logro no hubiese sido una realidad sin la colaboración de cada uno de ustedes.

ÍNDICE

| | Pág. |
|---|----------|
| INTRODUCCIÓN. | 5 |
| CAPÍTULO I. LA PERCEPCIÓN SOCIAL. | |
| 1.1 ¿Qué es percibir? | 8 |
| 1.2 La percepción en el ámbito social. | 14 |
| 1.3 Sensibilidad. | 18 |
| 1.4 Sensibilidad en la sociedad. | 23 |
| 1.5 La percepción y sensibilidad a través de la publicidad social..... | 25 |
| CAPÍTULO II. EL ROL DE LA MUJER: LAS MADRES SOLTERAS EN LA SOCIEDAD DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DELEGACIÓN MILPA ALTA. | |
| 2.1 La mujer a través de la historia. | 30 |
| 2.1.2 La mujer en la sociedad mexicana. | 36 |
| 2.1.3 Las mujeres en la actualidad de la ciudad de México..... | 39 |
| 2.2 Importancia de las madres solteras en la ciudad de México | 42 |
| 2.2.2 Importancia en el núcleo familiar. | 45 |
| 2.2.3 Importancia en la sociedad | 47 |
| 2.3 Las madres solteras en la delegación Milpa Alta..... | 48 |
| 2.4 Oportunidades a través de programas sociales en beneficio de las madres solteras, en la delegación Milpa Alta..... | 54 |
| 2.5 Problemas y obstáculos para las madres solteras en la actualidad de la delegación Milpa Alta..... | 61 |
| CAPÍTULO III. PROPUESTA DE CAMPAÑA “SOLAS HEMOS PODIDO... CON TU AYUDA SERÁ MEJOR” | |
| 3. 1 Investigación de mercado..... | 65 |
| 3.1.2 Análisis situacional..... | 67 |

| | |
|--|------------|
| 3.1.3 Segmentación de mercado | 67 |
| 3.1.4 Encuesta..... | 70 |
| 3.1.5 Elección de la muestra..... | 78 |
| 3.1.6 Resultados, gráficas y análisis de la investigación. | 80 |
| 3.1.6.2 Conclusiones de los resultados, gráficas y análisis de la investigación..... | 122 |
| 3.2 Informe o Briefing de campaña..... | 124 |
| 3.3 Estrategia creativa | 132 |
| 3.3.2 Objetivo publicitario. | 133 |
| 3.3.3 Objetivo de comunicación. | 134 |
| 3.3.4 Concepto creativo. | 134 |
| 3.3.5 Racional creativo..... | 135 |
| 3.3.6 Tono de la campaña. | 135 |
| 3.3.7 Comprensión del Consumidor o Consumer Insight..... | 136 |
| 3.3.8 Texto o copy. | 136 |
| 3.4 Estrategia de medios. | 137 |
| 3.4.2 Racional de medios. | 139 |
| 3.4.3 Duración de campaña. | 140 |
| 3.4.4 Tabla general de medios | 141 |
| 3.4.5 Diagrama de flujo o Flow chart..... | 142 |
| 3.5 Ejecuciones..... | 142 |
| 3.6 Presupuesto | 157 |
| | |
| 4. CONCLUSIONES. | 158 |
| | |
| 5. ANEXOS | |
| Anexo 1..... | 163 |
| Anexo 2 | 164 |
| Anexo 3 | 171 |
| Anexo 4 | 185 |
| | |
| 6. BIBLIOGRAFÍA | 187 |

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación, basado en una propuesta de campaña social, trata de mostrar la situación actual de las madres solteras jóvenes dentro de la ciudad de México, en el caso específico de la delegación Milpa Alta y aún más el ver y difundir las oportunidades que tienen para obtener una mejor calidad de vida, tanto para ellas como para sus hijos, así mismo el proponer nuevos apoyos para las mismas de acuerdo a sus necesidades específicas.

En el capítulo I denominado *La percepción social*, se aborda la importancia de la percepción del individuo en la sociedad, pues se trata de identificar el cómo percibe las situaciones que le aquejan cada día, por lo mismo éste capítulo se subdivide en *¿qué es percibir?*, ya que entendiendo el concepto es como se podrá notar y estudiar mejor la visión que pueden tener las personas.

La percepción en el ámbito social, que es otro de los apartados del capítulo, trata más afondo y específicamente de cómo se ven las situaciones por medio del individuo en la sociedad, es decir, cómo por medio de una visión más social es que el humano puede percibir las situaciones diarias.

Otro de los subtítulos para el presente trabajo llamado *sensibilidad*, trata de explicar primeramente el concepto como tal partiendo de los valores que como personas se tienen, para dar también pauta al siguiente subtítulo denominado *sensibilidad en la sociedad*, el cual aborda la parte en que un ser humano se hace conciente y algunos de los problemas que le atañen directa o indirectamente dentro de su sociedad.

Finalmente para este capítulo I, se encuentra el apartado *la percepción y sensibilidad a través de la publicidad social*, el cual trata de reflejar la manera en cómo la publicidad social puede mostrar y así mismo hacer concientizar a la sociedad de los problemas existentes, que en este caso es el de la situación de las jóvenes madres solteras.

Ya para el capítulo II nombrado *El rol de la mujer: las madres solteras en la sociedad de la ciudad de México, delegación Milpa Alta*, aborda precisamente desde la historia de la mujer a través del tiempo hasta la situación actual de ésta siendo madre soltera en la sociedad mexicana y aún más en la delegación de Milpa Alta.

Uno de los primeros puntos *La mujer a través de la historia*, refleja el papel fundamental que ha jugado sin ser reconocido, lo cual da pauta al siguiente punto *La mujer en la sociedad mexicana*, en

donde se especifica que en México ha tenido un rol imprescindible para con la sociedad, mencionando los logros que han alcanzado éstas en nuestro país.

El siguiente punto llamado *Las mujeres en la actualidad de la ciudad de México*, muestra el papel de hoy en día de las mujeres, debido a que con el punto anterior se destaca toda la historia, en este se dan a reflejar los hechos en el presente, lo cual nos guía al subtítulo denominado *Importancia de las madres solteras en la ciudad de México*, el cual trata de dar a conocer el valor real de las mujeres que son madres solteras en la sociedad de la ciudad, y así mismo nos lleva a los siguientes subtemas *Importancia en el núcleo familiar e Importancia en la sociedad*, quienes dejan ver el significado que tienen tanto en el hogar como en la sociedad mexicana.

En el subtítulo para este capítulo, denominado *Las madres solteras en la delegación Milpa Alta*, se deja entrever la situación de la mujer en esta demarcación junto con sus necesidades, que la caracterizan al vivir en un lugar sumamente diferente al resto de la ciudad.

En el penúltimo de los puntos que lleva por título *Oportunidades a través de programas sociales en beneficio de las madres solteras, en la delegación Milpa Alta*, muestra los diversos programas que existen a favor de ellas, o en su defecto la falta de los mismos, y en el último tema para el capítulo denominado *Problemas y obstáculos para las madres solteras en la actualidad de la delegación Milpa Alta*, expone que si bien es cierto las cosas se han flexibilizado para este sector, no lo han sido del todo, debido a la falta de tiempo, a veces de interés o incluso de los múltiples requisitos que deben cubrir para tener algún beneficio.

Finalmente en el último capítulo nombrado *Propuesta de campaña “Solos hemos podido... con tu ayuda será mejor”* se plantea una proposición para la difusión de los diversos programas en beneficio de las madres solteras jóvenes, las cuales necesitan ayuda para obtener una mejor calidad de vida, así mismo se plantea la posibilidad de una apertura de nuevos apoyos que las favorezcan de acuerdo a las necesidades propias de las mismas.

Por lo mismo se hace una *Investigación de mercado*, uno de los puntos en donde se trata de mostrar las necesidades del sector del cual estamos hablando, que contiene los apartados *Análisis situacional* donde se expone la circunstancia de las madres solteras, así mismo la *Segmentación de mercado*, en donde se encuentran las características que posee dicho sector, para después así pasar a las *Encuestas*, ahí se presenta la estructura que tendrán así como las preguntas y sus debidas

justificaciones, además de contener la parte de *Elección de la muestra*, en el que se exponen las técnicas de cómo se eligen a las madres solteras.

También se verán reflejados y analizados los resultados en el apartado denominado *Resultados, gráficas y análisis de la investigación*, en donde se encontrarán las proposiciones de nuevos programas de acuerdo a las derivaciones de las necesidades de dicho sector en la delegación de Milpa Alta, así mismo la reflexión de todos los resultados en la parte de *Conclusiones de los resultados, gráficas y análisis de la investigación*.

Por consiguiente se tendrán todos los datos de campañas y trabajos anteriores respecto a la difusión de los programas en el subtítulo *Informe o Briefing de campaña*, para así después continuar con la *Estrategia Creativa*, en la cual se encuentran el *Objetivo creativo* así como el *Objetivo publicitario*, los cuales forman parte esencial de la estrategia.

Ya en la parte denominada *Concepto creativo y racional creativo*, se mostrará la proposición para el nombre de la campaña así como las justificaciones de dicha propuesta, además del *tono de la campaña, comprensión del consumidor o consumer insight y texto o copy*. En la sección de *Estrategia de medios*, se especifican los medios de comunicación a utilizar, con sus respectivos argumentos, además de contener el *Racional de medios* justificando la utilización de los mismos.

Enseguida se encuentra la parte de *Duración de la campaña, así como la Tabla general de medios y el Diagrama de flujo o Flow chart*, los cuales especifican de manera práctica y eficaz los medios utilizados y la duración de la misma.

Para finalizar con el presente trabajo se mostrarán las propuestas de las diversas ejecuciones en el apartado *Ejecuciones*, así como el presupuesto con detalles, que se plantea para toda la campaña en el subtítulo llamado *Presupuesto*.

Al final del trabajo se mostrarán las *Conclusiones* en el apartado que lleva el mismo nombre, en la sección de *Anexos* se encontrarán las entrevistas así como documentos recopilados para el sustento de la investigación y finalmente en el apartado de *Bibliografía* se mostrarán las distintas fuentes utilizadas para el presente proyecto.

CAPÍTULO I. LA PERCEPCIÓN SOCIAL.

*Somos lo que hablamos, somos el silencio
y somos la presencia de todas las ausencias
que habitan en nuestra memoria...¹*

1.1 ¿Qué es percibir?

Cada uno de los seres humanos suelen tener puntos vista diferentes a los demás acerca de las cosas, lo cual los hace distinguir, de ahí lo relevante de este capítulo, ya que para saber en la mayoría de las ocasiones lo que realmente está sucediendo, es necesario primeramente conocer el proceso por el cual las personas pasan al momento de interactuar y sobre todo de vivir dentro de una sociedad.

Por lo anterior el proceso básico por el cual atraviesa todo ser humano al momento de conocer algo es el denominado *percepción*, esta puede ser entendida y estudiada desde diversos puntos de vista o ramas, por ejemplo la psicología la entiende como “*el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social...*”²

Precisamente a través de este proceso cognitivo es que las personas aprenden a saber qué es lo que les rodea, es decir, estar concientes y reconocer las cosas existentes en torno al espacio físico en el que se encuentran, así como a los demás seres humanos alrededor de ellos.

Además no sólo consta de reconocer, sino de interpretarlo y por ende darle un significado, por lo cual, la definición psicológica puede considerarse acertada en cuanto al proceso mental de los individuos para percibir las cosas o personas que existen y están presentes en determinado espacio, además de que van involucradas sensaciones las cuales permiten tener un criterio propio.

Así mismo algunas personas que se encuentran dentro de la psicología mencionan que “*la ciencia de la percepción trata de entender el acto mismo de percibir, pretende averiguar cómo y porqué*

¹ LUMBRERAS, Castro Jorge A. *Posturas de Conocimiento de la Comunicación*. P. 44

² VARGAS Melgarejo Luz María. *Revista sobre el conocimiento antropológico en Alteridades*. México. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y humanidades. Departamento de Antropología. Año 4. No. 8. P. 48.

aparecen las cosas como aparecen..."³ Lo cual refuerza lo anteriormente mencionado, pues la finalidad es ver qué hay alrededor y entenderlo a su vez para así poder actuar ante determinada situación.

También, dentro de esta ciencia existe una teoría llamada *Gestalt*, la cual tiene como base la *percepción*, ésta se concentra en cómo es que se perciben los acontecimientos y también los objetos, de ahí que la idea principal sea "*el todo es diferente a la suma de las partes...*"⁴.

Al vivir diariamente las personas se pueden dar cuenta de que hay cosas rodeándolas, lo cual les indica estar envueltos por ruidos, es decir, sonidos así como formas. Precisamente la diferencia entre cada persona radica en el cómo sabe que son esas cosas y no otras, además del hecho de poderlas interpretar.

De acuerdo a la vida de cada ser humano es cómo se tendrá una visión ante determinadas situaciones así como de las personas, debido a que la percepción en un momento determinado va a depender de cada individuo ubicado en el instante preciso, pues cada quien le proporciona una forma significativa y dominante distinta.

Se menciona lo anterior sobre la *Gestalt*, ya que es una de las teorías que explican de mejor manera a la *percepción*, incluso hay otras con distintas perspectivas y que sin embargo de igual forma tratan de explicar de un modo diferente este proceso del ser humano, tal es el caso de "*la teoría de la inferencia (estrechamente asociada a la perspectiva empirista), la teoría Gestalt (asociada a la tradición que insistía en las tendencias innatas de la mente) y la teoría del Estímulo (asociada a la tradición que busca correspondencias entre las variables físicas y sensoriales, por lo que a veces se la denomina también enfoque psicofísico)*"⁵

Precisamente en esta última teoría se centra más en la parte del alrededor de las personas, ya que es factor fundamental para el proceso, es como se menciona a continuación: "*sostiene que toda la información necesaria para explicar nuestra percepción se halla presente en el entorno, aguardando a ser captada por el móvil ojo del observador...*"⁶, pues es exactamente lo que se llega a reconocer cuando despierta una persona, lo primero que ve son las cosas que le rodean.

³ ROCK, Irvin. *La Percepción*. P. 5

⁴ SINAY, Sergio, Pablo Blasberg. *Gestalt para principiantes*. P. 5

⁵ ROCK, Irvin, Op. Cit. Pp. 8-11

⁶ *Ibidem*. P. 12

Asimismo la psicología nos muestra otra significación para lo que es la *percepción* y esta es: *“La manera en como el individuo adquiere conocimientos acerca de su medio..., el proceso de extracción de información...”*⁷

Esencialmente, el ser humano tiende a conocer y al mismo tiempo aprender de las cosas que le rodean, desde que se despierta hasta que se duerme, todo el tiempo está recibiendo constantemente información de todas partes, la cual procesa y de acuerdo a ella piensa, trata de entenderla y actúa, pues conforme sabe algo nuevo es cómo se comportará a las diversas situaciones posteriores.

Entonces si la persona conoce lo que le rodea puede identificar, de acuerdo a una serie de datos recibidos como información, a un espacio, es decir, puede percibir tanto las cosas y así también a los demás seres a su alrededor, lo que va a depender es la situación del momento, pues siempre se percibe de distinta forma que otra persona, además obedece en gran medida el espacio y tiempo pues generalmente tienden a ser diferentes, es tal y como lo menciona otro autor:

*“distintas personas pueden percibir de manera diferente las mismas cosas; más aún, la misma persona puede percibir una misma cosa de forma diferente en distintos momentos”*⁸, es como leer un libro en la adolescencia y después volverlo a leer luego de varios años, la reflexión será muy distinta ya que las experiencias y las personas mismas cambian.

La finalidad es responder ante ciertas situaciones con determinadas actitudes y acciones que responden a las reglas establecidas por la sociedad misma, por ejemplo al acercarse una persona y saludar, es decir, el percibir tiene que tener un objetivo o mejor dicho un sentido *“psicólogos de distintas tendencias teóricas coinciden en considerar la percepción del ser humano como un proceso a través del cual se elabora e interpreta la información de los estímulos para organizarla y darle sentido...”*⁹

Igualmente la psicología social nos da un significado sobre la *percepción* el cual es: *“la formación de impresiones sobre otras personas. Todo individuo, cuando contacta por primera vez con otro, trata de obtener información suficiente sobre él con el propósito de conocer qué tipo de persona es, cuáles son sus características, cuáles sus intenciones. De esta manera, podrá comportarse de forma adaptativa a la conducta del otro...”*¹⁰

⁷ H. FORGAS Ronald. *Percepción: proceso básico en el desarrollo cognoscitivo*. P.13.

⁸ GUSKI, Rainer. *La Percepción. Diseño psicológico de la información humana*. P. 21

⁹ DEMBERY, William N. *Psicología de la percepción*. P. 20

¹⁰ *Ibíd.* P. 28.

Lo anterior se puede ver reflejado en cada persona, pues generalmente cada día se tiende a conocer nuevos individuos, lo cual hace que el sujeto forme impresiones, prácticamente de información expuesta por el otro, para poder tratarla de una forma adecuada y conforme a las características que pueda llegar a distinguir.

Por ejemplo, cuando una persona conoce a otra y de acuerdo a las impresiones hechas en los primeros instantes es como se dirigirá, esto es gracias a algún tipo de información transmitida al individuo receptor el cual actúa conforme a la situación y sobre todo ante la persona presente, de ahí que los hechos puedan depender en gran medida al lugar y así realizarse de acuerdo al escenario en su debido momento.

Sin embargo también cabe destacar que cuando se tiene información sobre la otra persona, la primera responderá gracias a situaciones anteriores, es decir, gracias a las experiencias vividas, mejor conocidas como referentes.

Por otro lado, desde el punto de vista antropológico, la *percepción* es “*biocultural porque depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones. También depende de la ordenación, clasificación y elaboración de sistemas de categorías con los que se comparan los estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes preceptuales...Es decir, que mediante referentes aprendidos, se conforman evidencias a partir de las cuales las sensaciones adquieren significado al ser interpretadas e identificadas como las características de las cosas, de acuerdo con las sensaciones de objetivos conocidos con anterioridad...*”¹¹

Si bien la percepción depende de varias cosas, algo que la va a determinar es el espacio tanto geográfico como temporal en el que se encuentra el sujeto, pues las cosas cuando adquieren significado y por lo tanto interpretación es gracias a las distintas características conformadas en cada sociedad, así tanto la educación como la cultura van a hacer diferenciar el referente hecho de acuerdo al tiempo, es decir, bajo un contexto determinado la persona va a percibir de distinta forma conforme a los referentes aprendidos desde la niñez.

Así entonces el proceso biocultural del cual nos habla la antropología para que pueda ser completado debe estar también regido de acuerdo a las conformaciones biológicas de cada ser humano.

¹¹ VARGAS Melgarejo Luz María. *Op. Cit.* Pp. 47.

De igual forma otro punto de vista antropológico nos menciona que la *percepción* “es una consecuencia de la interacción entre un organismo activo y su ambiente de estímulo...”¹²

Lo cual nos muestra que una vez más para tener conciencia de una realidad es necesario un entorno que se pueda llegar a entender de acuerdo a los referentes obtenidos con anterioridad, es decir la suma de información –como no los decía la segunda definición- recopilada con la cual podemos interpretar la cosa o ser humano en sí y poderle dar por lo tanto un significado.

Ahora bien la ecología muestra que “*la base de la percepción son las sensaciones. La percepción de una forma trata de explicarse mediante la suma de los puntos sensibles estimulados, es decir, en términos de las características anatómicas de las superficies sensoriales. La percepción depende de las características del sistema nervioso, tanto genéticas como las producidas por las transformaciones que el sistema haya sufrido como resultado de la experiencia, actitudes, atención, expectativas, comunicación con determinada categoría de experiencias previas, etc.*”¹³

Al parecer tanto la definición ecológica como la antropológica pueden en algún punto converger, ya que para poder percibir es de suma importancia las características de cada persona, debido a que sus rasgos genéticos variarán y de acuerdo a las sensaciones provocadas por éstos es como actuarán, pues como bien lo dice la anterior definición el sistema nervioso entre otros rasgos como experiencias (o bien referentes) definirán la forma en cómo se captará la presencia de las cosas dentro de un determinado contexto.

Como se puede notar las definiciones pueden variar, gracias a que la apreciación así como el enfoque son diversos, esto es conforme al interés que se tenga, las distintas características tendrán relevancia alguna. Sin embargo hay que tomar en cuenta que todos y cada uno de los rasgos conformados por la percepción son válidos pues de alguna forma nos muestran cómo es está.

La comunicación así mismo entiende distintamente a la *percepción*, por lo cual menciona que “*debido a las diferencias en factores cognitivos tales como intereses, creencias, conocimientos previos, actitudes, necesidades y valores, los individuos perciben-interpretan- prácticamente cualquier estímulo complejo de forma distinta (tal como la representación de los medios) a como lo hace la gente con diferentes estructuras cognitivas. La percepción hace referencia a la actividad psicológica*

¹² ARBELÁEZ Albornoz Camilo. *Dentro de Percepción y Cultura*. Banco de la República, Museo del Oro. Boletín No. 36, 1994. Santa Fé de Bogotá- Colombia. P. 46

¹³ *Percepción y cultura. Un enfoque ecológico*. Centro de Investigaciones Superiores del INAH. Pp. 30-31.

mediante la cual los individuos dan un sentido a los estímulos sensoriales que reciben de su entorno...”¹⁴

Así entonces, en la comunicación se cuenta con la percepción de cada individuo para poder ser interpretada a través de los diversos medios, además en esta ciencia las relaciones sociales son fundamentales en el proceso perceptivo ya que influyen al momento de la interpretación, y gracias a estas en el sujeto varían las actitudes así como los conocimientos previos.

Específicamente en la comunicación existe un principio que alude a lo que se ha estado tratando, el cual es el *principio de la percepción selectiva* “*es aquel según el cual la gente de diferentes características psicológicas y orientaciones subculturales, y que además pertenezca a distintas estructuras sociales, no interpretará un determinado contenido de la misma manera...*”¹⁵

Por lo anterior es fundamental el hecho de recalcar que gracias a la cultura en la cual pertenecen ciertos sujetos es como se podrán enviar los mensajes para que puedan ser interpretados en la forma adecuada, pues si no se manejan dentro del contexto perderán el sentido u objetivo al momento de verlos, leerlos o escucharlos.

Por último la filosofía da, de igual forma, una definición acerca de lo que es la *percepción* y ésta es “*concebida como la formulación de juicios sobre la realidad... un proceso parcial, porque el observador no percibe las cosas en las que tienen las sensaciones son variables y lo que se obtiene es sólo un aspecto de los objetos en un momento determinado...*”¹⁶

Finalmente y tal como lo dice el párrafo anterior, cada una de las personas tiende a conocer de distinta forma la realidad, ya que sólo puede ver un fragmento de ella, es decir, únicamente interpreta una parte de lo que está sucediendo, además de todo cada uno de los individuos tiene distintos referentes por lo cual, la percepción variará aún más.

Desde el enfoque psicológico hasta el comunicativo, pasando por el antropológico, ecológico y filosófico, es necesario notar que las definiciones sobre la percepción llevan a saber cómo el ser humano entiende su alrededor y así también al cómo se dirige ante las diversas situaciones diarias, además de ver que precisamente cada una puede y aporta algo para la formación de la definición de

¹⁴ L. DE FLEUR, Melvin, Sandra J. Ball-Rokeach. *Teorías de la comunicación de masas*. P. 259.

¹⁵ *Ibíd.*

¹⁶ VARGAS Melgarejo Luz María. *Op. Cit.* P. 49.

percepción, ya que precisamente esta se encuentra dentro o bajo un contexto social en donde cada sociedad tendrá su propia versión de la realidad, lo cual nos lleva al siguiente punto.

1.2 La percepción en el ámbito social.

Como se pudo apreciar en el punto anterior, la *percepción* es un proceso mental de cada uno de los individuos, el cual funciona para adaptarse y también conlleva diversas características que de acuerdo a las distintas especialidades toman mayor relevancia algunas y otras no tanto, sin embargo, el fin es el mismo, debido a que las personas cumplen con este proceso para poder vivir o sobrevivir diariamente, es decir, tratar de adaptarse conforme a sus posibilidades perceptivas a los espacios, tiempos y a los sujetos mismos.

Para poder entender de alguna forma la *percepción* y el impacto logrado ya dentro de una sociedad, es necesario tocar el tema de la *percepción social*, pues ésta se desarrolla bajo un contexto social el cual la condiciona e influye en las personas, pues gracias a las normas, reglas, etc., que determinan a la misma, dependerán las formas en cómo se dirijan los individuos para con los demás, de ahí que el contexto no sólo influya, sino determine los actos de cada sujeto.

Por lo anterior, la *percepción*, entonces puede llegar a ser una pieza medular en la vida diaria de cada individuo, pues hay una gran relevancia por el hecho de que se vive inmerso en un mundo físico conformado por una sociedad, que generalmente se encuentra en constante cambio, lo cual no se puede alterar y mucho menos parar.

Además algo que también es importante para con la percepción en la sociedad, y como se mencionaba en el punto anterior, es la cuestión de la *cultura*, ya que de acuerdo a ella es cómo tendrán los significados las cosas así mismo los actos de cada una de las personas, es como lo describe uno de los autores (H. Forgas Ronald), al decir que: “*La percepción es el resultado de lo que hemos aprendido a percibir en nuestros grupos culturales...*”¹⁷

Pues así como ven el mundo las personas que rodean a otras, estos significados los transmitirán a las segundas, y así entonces se tendrá una visión más conjunta o similar, es decir, las interpretaciones pueden ser muy de acuerdo a lo que cada cultura piensa.

¹⁷ H. FORGAS Ronald. *Op. Cit.* P. 293.

Por ejemplo un vestido de novia, en occidente se piensa que debe de ir en color blanco debido a la denotación que conlleva, es decir, al significado del mismo color, que en este caso es pureza, sin embargo países como la China la manera en cómo debe de vestir una novia es diferente, ya que esta debe generalmente ir con ropas rojas, pues representa pasión y amor.

Con el ejemplo anterior, se puede notar que la *percepción* en cuanto a los actos, formas de vestir y demás actitudes dependerán totalmente de la cultura, pues los rasgos de conducta adquiridos y caracterizados por los miembros de una sociedad serán tan arraigados a las personas que habitan dentro de un determinado contexto social el cual difícilmente cambiarán aún siendo extranjeros en un país y que finalmente no cumple ni con la mas mínima característica de las cosas conocidas.

También es de suma importancia tomar en cuenta lo que dice uno de los teóricos de la percepción, menciona que hay dos tipos de ella, tanto la física como la social, pues complementa en cierta parte este trabajo, él menciona que *“la percepción tanto puramente física como la social sirven a las personas por ejemplo para predecir la conducta, los pensamientos, sentimientos y reacciones de los demás y así saber cómo se debe relacionar ante ellos...”*¹⁸

Si bien es cierto se necesita conocer a las personas para poder tenerles confianza, también lo es que cuando un individuo se identifica con otro en el mismo instante en que se conocen, lo más lógico es que se traten de lo mejor posible, pues con la información obtenida y sobre todo en lo que se sintió en el momento de interactuar por primera vez es como el otro sujeto actuará y así podrá de alguna forma predecir o saber el comportamiento de quien tiene enfrente.

La percepción física, es decir, cuando se nota algo material que no es un ser vivo, es sumamente diferente a la percepción de personas, pues al darse cuenta un ser de otro parecido, es decir otro sujeto, las formas visuales, de pensamiento y actitudes serán distintas, debido a que el otro individuo también es cambiante, además de tener atributos que no pueden verse, de ahí que sea un poco más complejo.

Al notar que cuando se camina por la calle y se ve a otras personas igualmente caminando, lo primero que se percibe es el movimiento de algo, después se reconoce lo percibido y finalmente se le da una interpretación de acuerdo a lo aprendido y obtenido desde la niñez, el referente.

¹⁸ SÁNCHEZ, Cabaco Antonio, José María Arana Martínez. *Manual de Prácticas de percepción y atención*. P. 166.

Por ejemplo al ver una persona sentada en la calle, con vestimenta que se determina como sucia y con la mano estirada, al menos en occidente, quiere decir que necesita ayuda, es decir, es un individuo encontrado pidiendo limosna, que no cuenta con las mismas condiciones económicas como otros individuos cercanos.

Así con este ejemplo se pueden notar dos cosas, uno; las personas identifican a otras en su espacio físico y dos; la condición económica por el simple hecho de mirarlas, además su ropa y la forma en cómo mira a los sujetos que pasan a un lado suyo se pueden interpretar como la necesidad de que requieren dinero.

Todo lo anterior describe de alguna forma el proceso por el cual se pueden percibir a las personas que piden limosnas muy independientemente del lugar o el individuo mismo.

Lo que las ciencias sociales persiguen, es el notar las condiciones de vida de los seres humanos, desde la forma en cómo piensan, hasta el momento en que se desarrollan dentro de la sociedad. Todas contribuyen y se involucran de alguna manera en el proceso de las personas al momento de interrelacionar con otras.

De ahí que la percepción en la sociedad tenga relevancia alguna, pues por ejemplo, si un individuo compra determinado objeto, ya se puede estudiar el porqué lo compra, es decir, analizar cuáles causas lo llevaron a decidir por ese producto, además el cómo es que compran, la forma de pagar, el estudiar los procesos de intercambio de bienes (lo cual involucra a muchas de las ramas de las ciencias sociales) y por mencionar alguna otra el ver en qué es lo que emplea cierto producto o dicho objeto.

Desde la comunicación hasta el derecho, la administración, etc. tratan de estudiar y así mismo aplicar fundamentos para el mejoramiento de la supervivencia de los individuos en determinadas sociedades, con el fin de talvez un incremento en la calidad y estilo de vida.

Las sociedades son complejas, tal y como lo menciona Luhmann en su obra *Sociedad y sistema*¹⁹, y sólo se pueden entender de dos formas, estudiándolas y conociéndolas, es decir, verlas e interpretarlas desde afuera y la segunda estando dentro de ella. Generalmente se recomienda la segunda, aunque no por esto la primera tiene menos peso o valor, debido a que si se está inmerso

¹⁹ LUHMANN, Niklas. *Sociedad y sistema*. Pp. 16-28

dentro de una se podrá tener una mejor comprensión de la mayoría de los fenómenos ocurridos en los instantes determinados y precisos.

Las situaciones podrán ser mejor comprendidas también, gracias a la cultura así como a los valores que tengan cada una de las personas que integran dicha sociedad, pues éstas podrán ser más susceptibles a entender los problemas así como las diversas situaciones, por los cuales está pasando su país, por ejemplo.

Para poner un tipo de una muestra clara de lo dicho es la situación política de México, los mexicanos pueden percibir la presencia de dos partidos políticos, los cuales abarcan a la mayoría de la población activa, hablando políticamente, pues hay que recordar que no todos tienen o están con algún partido, y además cada uno de estos individuos tienen una definición ya sea por uno o por otro, sin embargo aún estando dentro de un mismo grupo político se tienen diferencias, gracias a que cada quien piensa y por lo mismo actúa diferente, tal cual y como se ha venido manejando en este trabajo.

Además de la percepción obtenida, se forman impresiones para con las personas que prácticamente son públicas o de alguna manera conocidas por ciertos individuos dentro de una sociedad, estas impresiones cada vez más se acrecientan y forman así un criterio en cada uno de los sujetos relacionados para con el tema o situación.

Las impresiones que se forman al conocer en cierta forma a otra persona también se definen como *“proceso por el cual se infieren características psicológicas a partir de la conducta, así como de otros atributos de la persona observada...”*²⁰

Pues cuando se ve a un sujeto y se nota la presencia, es decir, se percibe, también se forma una impresión la cual puede ser positiva, negativa o incierta, ya que a veces no se sabe a ciencia cierta si es bueno o malo, además con las características puede llegar a interpretar el receptor y entonces formar su criterio propio de la persona que se encuentra presente junto con él.

Finalmente la percepción en la sociedad o mejor dicho en el ámbito social es parte medular, pues sin ella no podría haber un criterio por parte de la otra persona y mucho menos una interpretación así como una actuación de las dos para que pudiesen interactuar, además de hacerse conscientes de las diversas situaciones por las cuales está pasando su contexto, que después de todo también implica a las personas inmersas.

²⁰ SÁNCHEZ, Cabaco Antonio, José María Arana Martínez. *Op. Cit.* P. 177.

Así entonces al notar las personas la presencia de otras y sobre todo actuar ante ciertas situaciones, se puede ver que todos los individuos integrantes de ciertas sociedades pueden, ven y actúan de acuerdo a los escenarios con los cuales viven a diario y que con ello lo pueden cambiar o empeorar según las decisiones tomadas por los involucrados.

1.3 Sensibilidad.

Para entender muchos de los problemas así como fenómenos que acontecen en la vida diaria, los seres humanos tienen cierta percepción y ante ella toman algunas actitudes de acuerdo a la *sensibilidad* que lleguen a alcanzar.

Esta *sensibilidad*, al igual que la *percepción*, dependerá de varios factores, así como de los referentes que se han tenido a lo largo de lo que se lleva de vida, en este caso, los factores obedecerán a los valores que se le hayan inculcado al individuo desde la niñez.

Hablando precisamente de valores, hay que tomar en cuenta primeramente el concepto de *valor* como tal.

Por ejemplo, Jesús Omeña nos menciona que *“el concepto de valor hace referencia a concepciones, creencias y principios referidos a formas de conducta y modos de vida deseables, con los que la persona mantiene un intenso vínculo emocional y desde los que guía su pensamiento y orienta su acción...”*²¹

Precisamente los *valores* que posee cada persona harán u orientarán las actitudes que tenga cada quien, además del contexto y situación familiar en la que se encuentra influirán, pues serán igualmente factores para responder con ciertas actitudes ante algún problema o hecho que tenga su vida.

También otra de las cosas que podría determinar las respuestas de los individuos es el tiempo, pues como ya se había mencionado desde el punto uno, el contexto en que vivan las personas así como la época harán en cierta forma pensar al sujeto y actuar por consiguiente.

²¹ RUIZ, Omeña, Jesús Vicente. *Pedagogía de los valores en la Educación Física*. Pp. 13-14.

Entonces las formas de conducta o actitudes que cada quien toma ante ciertas circunstancias dependerán generalmente de principios, como valores o referentes aprendidos desde que una persona tiene uso de razón o conciencia de las cosas.

Así mismo y para complementar Jesús Omeñaca, menciona que dentro de los valores existen dos grupos, *“unos- los valores instrumentales- se refieren a formas de actuar, a modos de conducta; otros- los valores terminales- se centran en estilos de vida...”*²²

Si bien los seres humanos actúan de acuerdo a su propia forma de pensar y sentir, también lo es gracias a todos aquellos valores con los cuales han crecido (valores terminales) y han vivido, además las formas en cómo es que resuelve ciertos problemas o bien responde ante algunas situaciones que se le llegan a presentar (valores instrumentales) es debido a todo el conocimiento que ha adquirido con la experiencia de hechos en el pasado.

Ahora bien *“la idea de valor acompaña siempre a la condición humana en tanto que la persona se concibe como ser racional y como ente cultural y no sólo como organismo biológico...”*²³, lo cual respalda entonces lo dicho de que el contexto, en cuanto a tiempo, influirá en gran manera en las decisiones de cada individuo además de lo que tenga en mente desde la niñez tomará mucho en cuenta para la toma de las soluciones que mejor le parezcan.

Ahora bien, se ha mencionado acerca de los valores, sin embargo algo fundamental son las actitudes y también para poder hablar de ellas hay que saber qué es lo que son.

Así mismo entonces, Jesús Omeñaca nos dice que *“las actitudes hacen referencia a disposiciones estables que se ponen en juego al evaluar pensamientos, sentimientos o acciones y que orientan, de forma coherente, la actuación ante personas, objetos o situaciones...”*²⁴

Entonces las actitudes parecen ser el resultado del proceso mental, lo conocido como la percepción, así mismo lo sentimental, es decir, la sensibilización por la cual cada ser humano ya ha vivido con cargas de valores y experiencias anteriores, por lo mismo la forma de dirigirse es la parte casi final para la resolución de problemas o la forma de estar ante ciertas situaciones.

²² *Ídem.*

²³ *Ídem.*

²⁴ *Ibidem.* P. 15

Además Jesús Omeñaca complementa diciendo “*las actitudes representan realidades que definen el modo de ver el mundo y de actuar en él; participan de forma directa, en las conductas que desarrollan las personas; y constituyen parte esencial de la estructura básica de su comportamiento social...*”²⁵

La realidad depende totalmente de la persona que la está viviendo, ya que cada quien puede verla de distinta forma, sin embargo hay cosas en las que se coincide por el tiempo, es decir, los íconos, así como las figuras y las perspectivas suelen tener un punto en el que concuerdan las personas. De ahí que algunas actitudes sean semejantes a las de otros individuos.

Las actitudes o formas de presentarse ante ciertas situaciones en la vida dependen de factores como valores, éstos a su vez de referentes y percepciones de la vida diaria, sin embargo no hay que pasar por desapercibido el hecho de que también existe una implicación de sentimientos, los cuales determinan también las actitudes, valores y respuestas ante situaciones, hechos o problemas de la vida diaria.

Precisamente este punto trata sobre la *sensibilidad*, esta es generalmente entendida como la parte en que los seres humanos tienen la capacidad propia de los seres vivos de percibir sensaciones y de responder a estímulos o causas además de que están conscientes de las situaciones y por lo tanto hay un sentimiento de querer hacer algo al respecto o sentirse parte de un problema o fenómeno en específico.

Por ejemplo René Descartes, gran teórico de las emociones y pasiones, menciona que la *sensibilidad* “*desempeña un papel digno de respeto y consideración... las emociones, los sentimientos y las pasiones se presentan, a los ojos de Kant, como fuerzas de perturbación, verdaderas enfermedades del alma...*”²⁶

Si bien cuando las personas sienten, se dice que se pueden llegar a hacer a un lado el entendimiento, es decir, lo racional, sin embargo se debe de tomar en cuenta que el ser humano, aun a pesar de ser lo más racional que sea posible, cuenta así mismo con una serie de sentimientos que le harán más vulnerable y consciente o no ante ciertas situaciones.

²⁵ *Ibidem*. P. 16

²⁶ DESCARTES, Rene. *Las pasiones del alma. Y cartas sobre psicología afectiva*. P. 12.

Además también Descartes nos menciona que “*sólo lo racional y lo volitivo se originan en el alma, lo irracional, como el instinto, la emoción y la pasión se engendra en el cuerpo, factor de perfeccionamiento de la afectividad...*”²⁷

Lo cual nos deja entrever, que lo racional va a estar ahí cuando se necesite, sin embargo lo irracional, en este caso los sentimientos, también estará, porque ambas partes se encuentran dentro del ser humano, que a veces salga más a la luz una u otra esto dependerá de la persona en sí, además de lo relacionada que esté para con la situación.

Además la *sensibilidad* está estrechamente relacionada con las emociones en el ser humano, ya que de estas dependerá qué tanto es que llegan a sensibilizarse las personas, esto es gracias a que la *sensibilidad* es una tendencia natural del hombre a sentir emociones y sentimientos, pues inclusive al sensibilizar a un sector se hace un poco más susceptible y concientiza sobre la situación, incluso se puede hasta influir sobre esa parte de la sociedad para que recapacite y perciba el valor o la importancia del problema.

Como se puede ver, definir un sentimiento o mejor dicho a la *sensibilidad* suele ser complicado, tal es el caso que incluso se puede mencionar la *sensibilidad* en las personas pero no qué es exactamente, ya que todo depende de los individuos y los valores con los que cuente.

Sin embargo no sólo se trata de hablar de ella, sino de entenderla, puesto a que cada individuo la tiene, pero no de la misma forma y mucho menos la da a reflejar igual que alguien más.

Al igual que los valores, la percepción y las actitudes, la *sensibilidad* es relativa, es decir, dependerá totalmente de la persona que se esté hablando, de sus procesos cognitivos, biológicos y sentimentales, debido a que ésta no puede medirse en términos tangibles. Sino que sólo se puede presuponer por el contexto cultural y llegar a tener una noción de lo que se trata en determinado momento.

Se puede también tener un aproximado de la *sensibilidad* en determinados grupos o sociedades gracias a los problemas que les repercuten directamente, es decir, lo que ven más cercano a ellos.

Por ejemplo cuando una persona tiene algún familiar con determinada enfermedad, como cáncer, y sabe más o menos de lo que se trata, ésta será más susceptible de notar el problema de dicho

²⁷ *Ibidem* P. 15.

padecimiento en su sociedad, debido a que está involucrado talvez directamente con la problemática. De ahí que puede ser más *sensible* a la situación de las personas que padecen dicha enfermedad.

Entonces si la *sensibilidad* es relativa y depende totalmente del sujeto, las formas en que se manifiesta en grupos puede tener resultados diferentes, debido a que no todos tienen los mismos valores, sin embargo y tomando el ejemplo anterior, si las personas se ven involucradas o dentro del marco de un problema, entonces la *sensibilidad* así como la *percepción* y talvez la *actitud* puedan coincidir en algunos puntos.

Todo dependerá del grupo social en que se encuentre sumergido y sobre todo de la cultura y valores con los cuales ha crecido dicha persona, sin embargo un punto importante para abordar es el de la familia, pues si bien se crece dentro de una sociedad, lo es primero en un núcleo familiar.

Al nacer un niño se encuentra ya dentro de un grupo social llamado *familia*, la cual le infunde valores, actitudes y una canción dice que “religión y hasta equipo de fútbol”, sin embargo lo importante es lo que se lleva consigo aquella persona al momento de interactuar con otras que tienen distintos enfoques de la realidad gracias a la educación.

Precisamente al tratar de sensibilizar a un sector se debe de tomar en cuenta que todas las personas crecen bajo diferentes circunstancias, las cuales les permiten tener o no una visión más acertada sobre una situación en específico.

Al nacer y crecer en un ambiente familiar las emociones así como las actitudes del niño dependerán completamente de lo visto a diario, esto es, de lo aprendido de aquellas personas que lo cuidan, educan y protegen.

Así entonces la *sensibilidad* que pueda llegar a tener ante ciertas situaciones dependerá mucho del contexto en el que se desenvuelve el niño, por lo mismo que los referentes de los cuales ya se había hablado, fungen un papel determinante en el momento en que una persona tiene emociones y por lo mismo *sensibilidad*.

Las personas están inmersas bajo un contexto y sobre todo una cultura en específico, por lo cual al momento de percibir y en este caso de sensibilizar dependerá del tiempo y lugar geográfico en el que se encuentren, de ahí que sea de suma importancia el siguiente punto.

1.4 Sensibilidad en la sociedad.

En el punto anterior se ha visto lo que es la *sensibilidad* y todo lo que conlleva, por lo cual en esta sección precisamente se hablará de las partes que incluyen a la sensibilidad y cómo es que se manifiesta ante una sociedad, sobre todo ya en el marco de la sociedad mexicana.

Ya se ha mencionado el hecho de que la *sensibilidad* es relativa y que no se puede medir por ejemplo con una regla o algún parámetro cuantificable, sin embargo puede llegarse a percibir, detectar y sobre todo a manipular en algunos grupos sociales.

Así como las actitudes dependen de cada ser humano, la sensibilidad también, pero cuando se llega a estudiar además de manifestar dicha característica dentro de un grupo social, se puede entonces enviar mensajes con los cuales podrá identificarse y de ahí tomar una manera de responder ante ellos en una forma tal vez más positiva y responsable.

Pero para poder entender la sensibilidad en una sociedad, primero hay que saber qué es una *sociedad*, para lo cual, podemos decir que se trata de un conjunto de individuos los cuales comparten fines, conductas, cultura, y además se relacionan interactuando entre sí mismos en la vida diaria.

Además en el área de la sensibilización se debe de tener como objetivo la difusión en la sociedad de los temas de desarrollo y cooperación, tratando de generar conciencia crítica y favoreciendo a su misma sociedad.

Así entonces, si la sociedad es un conjunto de personas, al tratar de sensibilizarlas se debe de tomar en cuenta el contexto en el que están viviendo y luego dejarles entrever los problemas que les aquejan a diario pero que pueden solucionar ellos mismos, haciéndolos parte de la respuesta ante aquellas situaciones.

Para que las personas de una sociedad puedan sensibilizarse, también algo importante es que se identifiquen con las situaciones y/o problemas existentes, para lo cual primero hay que estudiar tanto su contexto como el estilo de vida que llevan y así los mensajes emitidos puedan tener efecto ante aquellos individuos.

Ahora bien si ya se adentra más a lo que es la sociedad mexicana, se puede decir que el modo de vida corresponde en gran parte al estereotipo del norteamericano, es decir, comida rápida, consumo de marcas que definen la personalidad y al final sumamente influenciados por los medios de comunicación.

Entonces bajo éstas constantes, se puede notar que finalmente los problemas que más auge tendrán son los de pobreza, falta de conocimiento, baja educación, etc., los cuales se notan hoy en día, ya que México específicamente aún es un país tercermundista el cual contiene a la mayoría de su población en pobreza y analfabetismo.

Si bien es cierto, la población mexicana carece de muchas cosas entre ellas sustento económico así como educación, la sensibilización puede ayudar para concientizar a la población a un mejoramiento de la misma, formando parte ellos mismos de la solución, sin embargo no sólo esos son los problemas que atañen a la sociedad mexicana, por lo cual se es necesario ver el papel que juegan las familias y sobre todo las mujeres para la conformación de un mejor estilo de vida.

Como ya se vio los seres humanos crecen dentro de una familia, la cual le proporciona valores y con ellos puede ver de distintas percepciones las diversas situaciones que se le presentan en el transcurso de los años, sin embargo, hay que tomar en cuenta que la primer persona con la que el niño aprende a socializar es la madre, la cual le proporciona todo el cariño y las armas suficientes para enfrentar la vida cada día desde que nace, por ser quien está con el diariamente.

La sensibilización que puede llegar a desarrollar cada persona con respecto a ciertos temas o asuntos dependerá en gran medida de la madre, la cual le infunde sus valores y visiones de la vida, por lo mismo es de suma importancia el estudiar desde las mamás todo el proceso de sensibilización de las personas dentro de una sociedad.

Finalmente también hay que recalcar el hecho de que la sensibilización parte de la percepción de cada individuo de acuerdo a su propia realidad, para lo cual así mismo se hace necesaria la publicidad social para poder difundir los problemas y las posibles soluciones de los mismos, lo cual nos lleva al siguiente punto.

1.5 La percepción y la sensibilidad a través de la publicidad social.

Ya en los apartados anteriores se ha hablado sobre lo que es la percepción así como la sensibilidad y ambas dentro de una sociedad, sin embargo hace falta mencionar cómo es que éstas se dan dentro de lo que es la publicidad social, lo cual se vera a continuación.

Así como la moda es un reflejo de la forma de vestir y de pensar en un momento determinado en una sociedad en específico, la publicidad lo es también, debido a que en ella se reflejan los fenómenos así como los problemas y todo el acontecer actual, es decir, se ven en ella las personas del medio artístico, la situación económica del país actual e inclusive lo que más resalta son todos aquellos productos que se consumen diariamente como medicamentos, servicios, alimentos, ropa, calzado, etc.

Entonces si la publicidad muestra lo que actualmente se consume, la percepción de las personas va ir orientada hacia las necesidades de hoy en día, así también lo hace la sensibilización, pues como se había especificado en el punto anterior, la sensibilidad depende en gran medida del modo de vida que lleven los seres humanos de cada sociedad, en el caso de México, y sobre todo de la ciudad, las actividades, el ritmo, todo es de prisa, lo cual no permite mucha atención a las cuestiones sociales debido a que no llevan a un beneficio personal del individuo que esta recibiendo los mensajes.

Sin embargo y a pesar del modo de vida que se lleve en la sociedad de la ciudad de México, no todas las personas suelen pasar desapercibidos ciertos problemas que están presentes cada día, y esto es como se explicaba también en el punto anterior, es decir, que dependerá la sensibilidad a la cercanía del problema con la persona, pues si ha tenido algún tipo de experiencia cercana es posible que sea más susceptible a determinados temas.

Si la sensibilidad y la percepción dependen totalmente de las personas, sociedad y época, se puede decir que la publicidad irá orientada de acuerdo a las necesidades presentadas o generadas en el tiempo, sobre todo en el caso de la social, pues hay que recordar que una *sociedad es cambiante*²⁸, esto es porque los individuos también lo son.

²⁸ POPPER, Karl, *La sociedad abierta y sus enemigos*. Pp. 26-30

Todo tipo de publicidad tiene que adaptarse al momento en el que esté actuando, como sería el caso de la ciudad de México con el tema de las madres solteras, esto es gracias a que los fenómenos así como problemas que aquejan a diario son diferentes de acuerdo al tiempo.

La sensibilidad así como la percepción tienen un papel de gran trascendencia dentro de lo que es la *publicidad social*, sin embargo para seguir hablando precisamente sobre este punto se hace necesario una definición de lo que es ésta en sí, por lo cual se recalcará a continuación como es que se ha dado esta en la sociedad mexicana a través del tiempo desde su aparición y por consiguiente su definición.

Da sus primeros inicios por los años 30 del siglo pasado, durante el régimen de Lázaro Cárdenas el cual inauguró el Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAPP), con el fin de que se organizara toda la publicidad y propaganda que se daba en todas las dependencias del gobierno.

Sin embargo no es sino hasta el sexenio de Manuel Ávila Camacho, en los cuarentas, que el Lic. Jaime Torres Bodet (secretario de educación) pidió la colaboración de la Asociación Nacional de Publicistas (ANP) para combatir el analfabetismo, desde entonces es que se empieza a manejar y aparece el concepto de *publicidad social* como tal.

Hay que tomar en cuenta que la publicidad generalmente ha estado presente durante la mayoría de los sucesos importantes en la historia, sin embargo en México sólo se acostumbraba a ver o a escuchar comerciales que promocionaban productos o servicios.²⁹

Tomando todos estos datos que nos dan referencia sobre los antecedentes de la *publicidad social*, se puede decir ahora, gracias a Kotler, que ésta “se utiliza para referirse al diseño, la puesta en práctica y el control de programas que tienen como objetivo, promover una idea o práctica social en una determinada comunidad”, además tiene como objetivo “informar a la población sobre diversos temas para mejorar el bienestar social...”³⁰

En la *Publicidad Social* no sólo se trata de informar a la sociedad sobre la problemática que implica a aquella, sino el hecho de sensibilizarla y así hacerla parte de la solución para que así ésta sea un instrumento adecuado para lograr un cambio, en este caso el resultado, a través de conductas favorables de las personas en beneficio de su entorno.

²⁹ BERNAL, Camacho Carolina. *La publicidad social y el consejo nacional de la publicidad*. Pp. 27-31

³⁰ TREJO, Martínez Patricia. *La publicidad y su función social: una propuesta de contenidos para el área de talleres de primer semestre en el Colegio de Ciencias y Humanidades*. P. 108

Dentro de la *publicidad social* se cuenta con elementos que se notan en la publicidad comercial, que sin embargo se aplican en esta rama pero con un fin diferente, es decir, se toman en cuenta para presentar un producto social la promoción de una idea, la práctica social y el uso de determinado elemento conociendo a los receptores de los mensajes, es decir, a los destinatarios.

Como se puede ver algunos elementos que se aplican para un tipo de publicidad también pueden serlo para otras, sin embargo las finalidades y así mismo los resultados son completamente distintos.

Para la realización de campañas sociales, la persona encargada debe de ver los problemas existentes, elegir y así trabajar en ellos para sus posibles resoluciones, con la mayor objetividad posible para no caer en errores gracias a los prejuicios, es decir, dejar a un lado lo que ha visto y por el contrario tratar el problema desde distintas perspectivas.

Luego de que se haya detectado el problema, también lo que se debe de tomar en cuenta a la hora de los mensajes es primeramente el lenguaje, en este caso directo, objetivo y preciso, así mismo quién, dónde y cómo se difundirá la campaña con el correspondiente problema.

Todo lo anterior con el fin de cambiar las actitudes ante ciertos problemas de las personas, es decir, motivar a los individuos para hacerlos parte de la solución y así entonces sensibilizarlos exponiendo tal cual son las situaciones sin restricciones para hacer consciente a la sociedad que las cosas deben mejorar para un beneficio de su entorno y no sólo de ellos mismos, sino del lugar en donde viven.

Para la *publicidad social*, así como cuando se lanza un producto nuevo al mercado, se tiene que educar a las personas para asumir el rol que les toca hacer dentro de la sociedad en la cual están viviendo.

Con el fin de ampliar un poco más sobre el tema, otra de las definiciones para este tipo de publicidad es la siguiente: *“elaboración, ejecución y control de programas encaminados a influir en la aceptabilidad de las ideas sociales y que requieran de consideraciones sobre la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados buscando incrementar la práctica social en un grupo objetivo...”*³¹

³¹ BERNAL, Camacho Carolina. *Op. Cit.* P. 21

Aquí ya viene el término *aceptar*, el cual permite a las personas expuestas a los mensajes a acceder a las ideas de ponerlas en práctica para mejorar o dar solución a los problemas cotidianos, que si bien no sólo beneficiarán a una persona, sino a todas aquellas que estén en su entorno más próximo.

Moisés Castañeda también menciona algo sobre este tema, él dice que la publicidad social es *“la implantación de ideas en un mercado o grupos no lucrativos para lograr un objetivo de comunicación que ataque algún problema social, con la finalidad de cambiar la actitud o el comportamiento de los individuos de esos grupos sin buscar retribución económica...”*³²

Esta definición cabe resaltarla, porque precisamente toca uno de los temas que caracterizan a la publicidad social, y este es el lucro que persiguen, posiblemente no es uno económico, pero si uno que haga cambiar de actitudes de las personas con el fin de resolver aquello con lo que viven a diario.

También cabe mencionar que a parte del lucro, la publicidad social generalmente es llevada a cabo por una institución de gobierno o privada, es decir, que se implementa gracias a aquellas instituciones, las cuales no buscan la remuneración económica sino atacar el problema social existente a través de las nuevas conductas de las personas que obtienen gracias a las campañas sociales.

Otra definición sobre lo que es la *publicidad social* y que va más de acuerdo con el presente proyecto es de Lenis London, él menciona que hay dos tipos de este tópico; la primera es *“la Publicidad de causas, la cual trata de obtener el reconocimiento y apoyo de alguna causa social, la segunda es la Publicidad de programas, ésta representa un intento de obtener el reconocimiento, apoyo o participación de algún programa particular, más que de alguna causa en general”*³³

Se menciona que es el más adecuado gracias a que el presente trabajo trata de difundir por medio de una campaña de publicidad social los apoyos que benefician a las madres solteras en la ciudad de México, así mismo destacar el esfuerzo de algunas instituciones que trabajan a favor de este sector vulnerable y finalmente tratar de abrir nuevos apoyos.

El papel de la percepción así como la sensibilidad son de suma importancia, esto es porque gracias a ellas es que los receptores pueden llegar a comprender y actuar al mismo tiempo sobre los

³² Ídem.

³³ Ibídem P. 23.

problemas sociales de la vida diaria, pues es precisamente el convencerlos a aceptar, modificar o abandonar determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas en beneficio de las personas a su alrededor así como en beneficio propio.

Finalmente la percepción, sensibilidad, actitudes dentro de una sociedad son variables y cambiantes de acuerdo al tiempo y espacio geográfico en el que se encuentren las personas indicadas, por lo cual estos conceptos suelen ser relativos al momento de hablar de ellos, sin embargo son también los aspectos característicos a lo que es la publicidad social.

Todos estos aspectos mencionados desde un inicio también respondieron a ciertas situaciones del pasado las cuales ayudan a comprenderlo, por lo mismo en el presente proyecto y sobre todo en el siguiente capítulo se verán reflejados a través de la historia de la mujer que es precisamente lo que se tratará a continuación.

CAPÍTULO II. EL ROL DE LA MUJER: LAS MADRES SOLTERAS EN LA SOCIEDAD DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DELEGACIÓN MILPA ALTA.

*La mujer se interpreta así misma
y es interpretada por el hombre en cada sociedad,
en cada época, de una manera o de varias maneras...¹*

2.1 La mujer a través de la historia.

Primeramente es necesario definir lo que se entiende por mujer, dicho termino se usa para indicar diferencias sexuales biológicas, distinciones de género en su papel atribuido culturalmente, o ambas cosas ante los hombres, además la persona quien pertenece a este género tiene muchas ventajas como el de continuar la especie, con la ayuda de un complemento como lo es el sexo masculino. Además de que precisamente ese es su rol² o papel el cual le toca tomar ante la sociedad, es decir, el de seguir reproduciéndose con el fin de continuar con la especie humana.

Así con todas las diferencias sexuales como culturales, tanto mujeres como hombres han compartido la historia y sobre todo la han constituido conforme el paso del tiempo, sin embargo, mucha de la información plasmada dentro de los libros, generalmente menciona los hechos realizados por hombres, lo cual no indica que este bien o mal, sino que simplemente hace exclusión o también omite algunos realizados por aquellas personas quienes igualmente formaron parte del tiempo en determinado momento y/o espacio.

Por lo anterior, se puede decir que la mujer ha sufrido de discriminación por parte de las personas y de la historia misma, esto se debe en gran parte a la cultura y el cómo ha ido evolucionando en cada una de las sociedades existentes, por lo mismo las mujeres no han tenido presencia en los hechos relevantes para la humanidad sino hasta el siglo XX, en donde se empieza a notar de forma relevante la figura de la mujer como algo que tiene mayor significado y además importancia dentro de los grupos en donde las personas tienen contacto.

¹ MARIAS, Julián. *La mujer en el Siglo XX*. P. 16

² *Rol social*: las expectativas acordadas socialmente con respecto a la conducta en determinadas situaciones y según el lugar social que se ocupe. COVARRUBIAS, Paz, et al. *¿Crisis en la familia?*, P. 94 *Rol*: aspecto dinámico de la inserción de una persona en un determinado grupo. El rol es un mecanismo de participación social. DURÁN, Alfonso. *Psicología de la publicidad y de la venta*. Pp. 114

A lo largo de la historia la mujer quedó sujeta a la voluntad del hombre, pero las mujeres lucharon por el reconocimiento, es de ese modo surge la *Teoría Feminista*, la cual es una teoría crítica y activista que actúa en nombre de las mujeres, pues su objetivo trata de producir un mundo mejor para las mujeres y, por lo tanto, para toda la humanidad.

Conjuntamente, las feministas acuñaron el término *género*³ para reivindicar un territorio e insistir en la insuficiencia de los cuerpos teóricos existentes y así explicar la persistente desigualdad entre mujeres y hombres.

Además con el movimiento lo que se trataba de lograr era sobre todo buscar educación y el ingreso a empleos profesionales como maestras, enfermeras, médicas, etc.⁴, esto es gracias a que si bien tenían trabajos no eran adecuadamente remunerados.

Así mismo lo que se pretendía era precisamente desligar las ocupaciones del hogar con la mujer, pues se tenía o se daba por entendido que las labores dentro de la casa eran exclusivamente para el género femenino, lo cual con el paso del tiempo fue modificándose de manera notoria.

Por un lado se reconoce que tenían trabajos, pero no eran tan considerados como los mejor remunerados, en todos los tiempos, culturas y espacios, sin embargo el hecho de que no fuesen las mujeres mencionadas en la historia con funciones relevantes, ya sea por trabajo o en otros aspectos, no quiere decir que no hayan sido parte y sobre todo fundamental en todos los procesos del tiempo.

Si bien es cierto la mujer de hoy en día ha logrado ser escuchada, dar y aportar ideas de personas con el mismo género a su alrededor dentro de su medio, obteniendo poco a poco un lugar por el cual desde hace muchos años se había luchado, también lo es que ha sido parte de la historia y sobre todo del trabajo, talvez no en la medida que en la actualidad tiene, pero si en mayor o menor grado.

Es precisamente tal y como lo dice Simón de Beauvoir *“la mujer ha superado en gran parte la distancia que la separa del hombre por medio del trabajo, el único que puede garantizar una libertad concreta...”*⁵

³ Género es el conjunto de ideas sobre la diferencia sexual que atribuye características femeninas y masculinas a cada sexo, a sus actividades y conductas, y a las esferas de la vida. LAMAS, Marta. *Cuerpo: diferencia sexual y género*, p. 57, “es lo que significa ser hombre o mujer, y cómo define este hecho las oportunidades, las responsabilidades y los modos de conducirse...” Gobierno de la Ciudad de México, *La equidad de género en la administración pública*. Fundamentos teóricos. Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México. P. 39

⁴ RAMOS, Escandón Carmen. *Género e historia*, P. 52

⁵BEAUVOIR, Simón de. *El segundo sexo*. Pp. 4555

Lo anterior ha sido comprobado a lo largo de la historia gracias al arduo trabajo que han desempeñado las mujeres, sin embargo además de las funciones que ha desempeñado, también se ve reflejado en el pensamiento, pues con el paso del tiempo igualmente ha ido cambiando y por lo mismo revolucionando en los diferentes lugares del mundo.

Incluso desde la prehistoria la mujer ha reflejado que tiene la capacidad de trabajar de la misma forma que el hombre, pues ella siempre se ha necesitado en las labores fuera del hogar; desde las recolectoras en la época primitiva, las horticultoras, agricultoras hasta el dedicarse al pastoreo en tiempos posteriores.

Es como lo mencionan las autoras M. Kay y Bárbara V. en *La mujer un enfoque antropológico*, al decir que “*la recolección, la horticultura y la agricultura están consideradas como las tres formas principales de adaptación económica de las culturas anteriores a la era mercantil e industrial...*”⁶, incluso se puede decir que en el caso de la horticultura es la mujer quien la inventa al ver las necesidades con las cuales contaban desde ese entonces.

Con el paso del tiempo, las mujeres siguieron trabajando, no sólo como horticultoras, agricultoras, etc., sino que incluso en la época del neolítico ayudaban a los hombres en la caza de animales además de la recolección⁷, esto es debido a que para ese entonces se sobrevivía de esa forma.

Para el año 600 a 300 a. C., las mujeres aparte de las actividades ya mencionadas, se dedicaban al cuidado y pastoreo nómada, para la época del siglo VI y VII aun cuando los sacerdotes habían privado del derecho al episcopado a las mujeres, éstas contribuyeron en la misma medida que los hombres en la fundación de monasterios⁸.

En los siglos X y XI, el papel de las mujeres ya iba ganando más lugar, es decir, se estaba dando a notar con mayor realce, por ejemplo las féminas nobles presidían los tribunales con sus maridos y dirigían el castillo cuando su esposo estaba en guerra, sin embargo, durante la época gregoriana la iglesia eliminó a las mujeres de las elevadas funciones que desempeñaban y en el siglo XV, las mujeres casadas se les creía incapaces por el hecho de que sus esposos eran los que autorizaban todo respecto a ellas⁹.

⁶ KAY, Martín M. y Bárbara Voorhies. *La mujer un enfoque antropológico*. P. 299

⁷ MICHEL, André. *El Feminismo*. P. 15

⁸ *Ibidem*. Pp. 23-33

⁹ MICHEL, André. *Op. Cit.* P. 37-48

Como se pudo notar es precisamente que antes de todo el proceso de industrialización y mercantilización ya se notaba el esfuerzo de la mujer no solamente en el hogar, sin embargo, donde dio una gran aparición fue durante la Revolución Industrial, pues las autoras M. Kay y Bárbara V., nos muestran que:

*“la revolución industrial planteó uno de los mayores desafíos sociales que ha conocido la historia humana, las técnicas de producción en masa exigieron el reclutamiento de mano de obra en una escala muy superior a todas las anteriores y produjeron como resultado la acumulación de grandes excedentes...”*¹⁰

Además de necesitar un gran número de mano de obra, lo cual significaba el ingreso fácil y práctico de la mujer, el pensamiento estaba cambiando, esto es algo de lo cual nos siguen contando las mismas autoras en su obra sobre la mujer al decir *“la ruptura con los sistemas antiguos de moral y definición de papeles sexuales fue por lo tanto inmediata y pronunciadísima...”*¹¹, es decir, que no sólo era ingresar más ampliamente al mercado laboral, sino además del cambio de pensamiento era también un hecho que les haría las cosas más fáciles a las mujeres desde ese momento.

Algunos de los ejemplos del cambio de sistemas morales son los siguientes: *“las mujeres rusas quedaron libres de la posición secundaria que las restricciones paternas y eclesiásticas les habían impuesto, es decir, podían trabajar (granjas rurales), emigrar a las ciudades, explorar el mundo de la sexualidad, interrumpir embarazos no deseados, ejercer su libertad de elección tanto para la cohabitación como para el matrimonio y abandonar pareja que no deseaban...”*¹²

Ahora bien, después del tiempo de la revolución industrial ya que se había conseguido insertar en el mercado laboral, algunas pelearon por la igualdad de género, pues querían ser escuchadas de la misma forma que el hombre; tenían la razón y nunca tuvieron miedo a realizar actos los cuales, incluso, las llevaran a la muerte por sus ideales, pues si bien era cierto las mujeres trabajaban no tenían voz ni voto y mucho menos un sueldo equitativo o igualitario al del hombre.

Por ejemplo, la autora Kollontai Alexandra, nos menciona que *“Los hombres penetran en sectores tradicionalmente femeninos y las mujeres entran en profesiones masculinas. Esta nueva distribución tiene una sola y misma causa: la mecanización de la producción. Esta conduce a una igualdad de*

¹⁰ KAY, Martín M. y Bárbara Voorhies. *Op. Cit.* P. 332

¹¹ *Ibidem* P. 334

¹² *Idem*

situación entre hombres y mujeres, lo que induce al reconocimiento de la igualdad social de la mujer y del hombre."¹³

No significa que el hombre haga las funciones de la mujer y viceversa, sino a tener los mismos derechos de trabajar en los mismos sectores y con un sueldo igualitario, pues tanto el género masculino así como el femenino tienen las mismas capacidades para realizar los trabajos por muy complicados que se encuentren.

Así mismo la mujer a lo largo de la historia ha jugado un papel de suma importancia, tan es así que las personas existentes hoy en día es gracias al proceso biológico y básico del ser humano, es decir, el reproducirse. Es tal y como lo dice la autora Margaret "*Las mujeres son esenciales e irremplazables. Son fundamentales para la condición humana...*"¹⁴

Como se muestra las mujeres han sido parte de la historia, incluso han desarrollado papeles en todo el tiempo desde la existencia del hombre, además de que con el paso de los años han ocupado cada vez más lugares los cuales sólo eran catalogados o mejor dicho diseñados y ocupados exclusivamente por hombres.

Cabe destacar que las mujeres han tenido mayor auge en el siglo XX, tan es así que consiguieron el derecho al voto, el cual solo tenían los hombres, además de poder emanciparse de alguna forma con el movimiento feminista en los años 60s y 70s en donde lo primordial era el recalcar la importancia y sobre todo diferencia entre hombres y mujeres, quienes finalmente tenían los mismos derechos.

La mujer gracias a los conflictos mundiales es como sobresale al campo laboral, pues como se ha visto siempre ha tenido trabajo a realizar, pues gracias a la primer y segunda Guerra Mundial pueden ocupar los puestos vacantes de los hombres los cuales se encontraban en combate, sin embargo, al termino de aquellos sucesos los dueños de fábricas, quienes contrataron a las mujeres, pretendieron que éstas regresaran a las labores consideradas como propias de ellas, pero a pesar de ello, la gran mayoría de ellas decide no volver sino salir a delante con las habilidades que habían descubierto tener.

Algunos empresarios sacaron provecho de la situación al ver que el trabajo obtenido de as mujeres era de mayor calidad y a un bajo costo, pero con todo y ello los puestos eran reducidos.

¹³ KOLLONTAI, Alexandra. *Mujer, historia y sociedad. Sobre la liberación de la mujer.* P. 16

¹⁴ RANDALL, Margaret. *Las mujeres.* P. 99

Lo anterior no significó que las mujeres se hicieran a un lado para seguir con sus labores, sino por el contrario fueron abriendo poco a poco espacios los cuales ocuparían las nuevas generaciones, lo cual permitió que con el paso de los años las personas del sexo “débil” ocuparan un lugar relevante tanto en el campo laboral así como en la historia en general.

Con lo expuesto en los párrafos anteriores la mujer logra romper con el esquema planteado hasta entonces para este género, haciendo las tareas que eran exclusivamente para los hombres, lo cual pudo reflejar la capacidad de aquellas en las cuales no se había confiado además de sacar a la luz que tanto hombres así como mujeres tienen cabida para cualquier tipo de trabajo.

Así es como se va ganando campo dentro de la sociedad para las mujeres, demostrando día a día la gran capacidad, esfuerzo y sobre todo calidad con la cual realizan su trabajo para un mejor resultado.

Además no sólo se logran ganar espacios en el campo laboral, sino también los beneficios de elegir a las personas que las representan, es decir, el derecho al voto el cual a principios del siglo XX es cuando se obtiene, así mismo por mediados del mismo siglo es en la mayoría de los países ya se tiene implantado este derecho.

Lo cual nos deja pasar al momento en que se empieza con el movimiento feminista a mediados del siglo pasado, el cual reafirma que la presencia de las mujeres y sobre todo su importancia tiene gran relevancia para la sociedad independientemente hablando de cualquier grupo colectivo con rasgos culturales similares.

A partir de todos los cambios, gracias a las luchas, es como la mujer de hoy en día tiene cabida en trabajos que sólo eran para hombres, como los empresarios o inclusive en construcciones.

También debido a los esfuerzos de mujeres en el pasado es como la visión y sobre todo el pensamiento de la sociedad a cambiado, tan es así que una madre soltera no es mal vista sino por el contrario, esto es gracias al esfuerzo de aquellas madres en momentos anteriores bajo la misma situación, las cuales demostraron tener suficientes fuerzas y sobre todo habilidades para salir adelante sin la necesidad de un hombre que las sostuviera económica y sentimentalmente.

Finalmente para este punto, cabe recalcar que las mujeres si bien han estado durante mucho tiempo bajo la sujeción del hombre han logrado superar esto a través del tiempo, todos los cambios fueron

poco a poco, sin embargo gracias al esfuerzo y habilidad de aquellas es como hoy en día todas contamos con derechos al igual que los hombres incluso el de estar dentro de ámbitos los cuales sólo eran ocupados por ellos, tal es el caso de la política.

Ahora bien, al menos en México, los sucesos que afianzaban los nuevos roles de la mujer llegaban con atraso, por ejemplo el derecho al voto encontró lugar en 1953 cuando en Nueva Zelanda fue desde 1893 y en el resto del mundo a partir de 1910; el movimiento feminista tuvo lugar a finales de los 60s principios de los 70s el cual ya había empezado años anteriores.

El hecho de que los avances científicos así como pensamientos hayan llegado a México tarde, no quiere decir que no hubiesen tenido algún resultado, por el contrario se obtuvieron grandes cambios como por ejemplo el abrir espacios en los trabajos para mujeres o el ya no verlas como las esposas abnegadas las cuales su única preocupación era su hogar y sobre todo su esposo, sino ver que podían cumplir y fungir nuevos roles en la sociedad.

Lo anterior se verá con más detenimiento en el siguiente punto, el cual habla sobre la historia de la mujer dentro de la sociedad mexicana, quien también ha tenido cambios de pensamiento y sobre todo de cultura con respecto a los nuevos roles y espacios que ocupan las mujeres hoy en día.

2.1.2 La mujer en la sociedad mexicana.

En México y en la mayor parte del mundo, como se pudo observar en párrafos anteriores, las mujeres han sido desde tiempos inmemorables objetos de discriminación a causa del paso de la sociedad matriarcal a una patriarcal, los hombres comenzaron a atribuirse papeles y roles de extrema importancia ante la familia.

Precisamente la sociedad mexicana es una en donde el hombre es quien toma las decisiones y sobre todo se hace cargo de la familia en general, tan es así que se piensa que es su papel por ser del género masculino.

También a través del tiempo se ha mostrado que la mujer siempre se encuentra a un lado o inclusive atrás de un hombre, esto es porque no tenía el rol de dirigir a personas o la fuerza suficiente para pelear en batallas, sin embargo, el tiempo de igual forma ha dejado ver a la historia no sólo es conformada por hombres sino por mujeres que han sobresalido, esto es mejor reflejado a partir del

siglo XX, en donde se da la revolución y las mujeres forman parte de ella. Las llamadas adelitas quienes eran compañeras incondicionales y sobre todo capaces de luchar a un lado o por su cuenta, todo para ayudar a su compañero.

Así es como la mujer mexicana empieza a incrustarse en los ámbitos que sólo se consideraban para hombres, demostrando capacidad y sobre todo entereza ante los conflictos realmente trascendentes para la historia de México.

Tal y como lo dice la autora Carmen Ramos *“el proceso revolucionario con que se inicia el siglo XX en México transformó vidas, conciencias, actitudes y en el caso de las mujeres esta transformación fue profunda... La participación de la mujer en la revolución es importante, porque si la revolución de 1910 es el origen de la clase media mexicana actual, así como de los hábitos de vida y concepciones políticas que han conformado la vida del país en los últimos años, la presencia de las mujeres en este ámbito es sumamente importante...”*¹⁵

Como bien lo dice la autora, la mujer ha demostrado poder pelear y luchar sin contar con la fuerza que tiene un hombre, pues si bien ellos han demostrado su capacidad en los conflictos, las personas del sexo opuesto también lo han hecho, incluso de una forma tal que ha dejado una gran huella en la historia del país.

Por ejemplo la autora Silvia Marina de igual forma refuerza el gran papel que tuvieron las mujeres en este proceso de revolución al mencionar que *“la participación de las mujeres en la lucha independentista, caracterizada a veces como meramente suplementaria del papel más importante de los hombres, fue mas bien complementaria e igualmente valiosa para el esfuerzo bélico... el principal ejemplo es la “seducción de la tropa”, la más frecuente de las acusaciones por el gobierno español. En este caso no se trata de actos carnales, sino que <seducir> significa tratar de persuadir a los soldados de que desertaran del ejército realista y se unieran a los insurgentes...”*¹⁶

Además de participar en la causa, las mujeres eran astutas y sobre todo creativas al momento de planear ayudar en la situación que se estaba presentando, no solo con la parte de seducción, sino incluso ponían dentro de sus faldas grandes mensajes que comunicaban al ejército insurgente y aún más les ayudaban trayendo dentro de sus canastas muchas de las imprentas con las cuales podían difundir sus ideales.

¹⁵ RAMOS, Escandón Carmen. *Op. Cit.* Pp. 34 y 35

¹⁶ MARINA, Arrom Silvia. *Las mujeres de la ciudad de México 1790-1857.* P. 49

Así entonces las llamadas Adelitas conformaron una parte fundamental en el proceso de revolución, que sin ellas y su ayuda así como su entereza no hubiese sido posible la independencia del país, incluso hasta la actualidad sigue formando parte esencial del proceso de evolución de la nación, es más o menos como lo sigue diciendo la misma autora *“las mujeres en México en el siglo XX pasaron de Adelitas a burócratas y últimamente a maquiladoras...”*¹⁷

Además su situación no sólo constaba en lo social, sino en lo legal, educación y trabajo, ámbitos en los cuales fue insertándose más y más conforme el paso del tiempo, pues aún se consideraba un delito la prostitución, sin embargo el visitar a una prostituta no lo era, otro ejemplo en cuanto a educación, las mujeres tenían derecho a ella, pero no llegaban a la universidad y lo que se les enseñaba eran temas relacionados con el hogar. Finalmente en cuanto a su condición laboral tenían un poco más de libertad siempre y cuando se desarrollaran en trabajos domésticos como de servidumbre, costura, cocina, etc.

Así mismo como se puede observar, también se empieza a mostrar interés conforme al paso del tiempo en temas como la política, al momento de exigir su derecho al voto el cual se obtuvo en 1953, y no conformes con aquello veían que en todo el mundo la situación de roles cambiaba a través del movimiento feminista, por lo cual ésta no se queda atrás y decide igualmente ser parte de este fenómeno.

El movimiento feminista en México se constituyó en los años 70s con mujeres quienes vivían en la zona conurbana de la ciudad, además correspondían a la clase media e incluso en su mayoría eran universitarias, que se preocupaban por la falta de oportunidades para tomar decisiones que resolvieran las necesidades de ellas mismas. Asimismo surge por el agotamiento del modelo de desarrollo estabilizador y por los hechos sucedidos en el año de 1968.

Carmen Ramos, nos dice que ellas conformaban lo denominado como <la ola del feminismo mexicano>, el cual tenía como objetivo desplazar la desigualdad sufrida en busca de la construcción de una nueva y justa equidad entre los géneros, partiendo del entendimiento de que la forma en cómo se pensaba la sexualidad era gracias a las raíces culturales, las cuales se tenían como país¹⁸.

¹⁷ *Ídem.*

¹⁸ RAMOS, Escandón Carmen. *Op. Cit.* P.14

Ya teniendo el voto y sobre todo un cambio tanto en la forma de vestir así como la forma de pensar, la mujer mexicana tiene otros cambios como la inserción dentro de los ámbitos políticos, al postularse para representar a algún sector de la población, tal y como lo dice la autora Anna M. Fernández *“las mujeres en la cámara de diputados ocuparon el 19.4% en 1991, 21.6% en 1994, 20.3% en 1997 y 26.1% en 2001”*¹⁹ lo cual indica que iba cubriendo cada vez más lugares en la sociedad y no sólo el del hogar que se le había atribuido desde la existencia del ser humano.

Las mujeres han demostrado a lo largo del tiempo poder desempeñar funciones igual a los hombres, e inclusive el trabajo tiene mayor calidad en muchas de las ocasiones, esto es gracias a las habilidades y sobre todo cuidado que se tiene al realizar las distintas actividades en el campo laboral.

De igual forma ha demostrado poder hacer las labores dentro de una construcción así como en una oficina, que no sólo su papel es estar en la casa al cuidado del hogar (hijos y esposo), sino también poder ir mas allá sin descuidar esos ámbitos, es decir, incluso puede hacer ambas actividades sabiéndose organizar, tan es así que la mayoría de las mujeres activamente económicas hoy en día tienen familia y se hacen responsables de ambas partes sin descuidar una u otra.

La mujer mexicana ha tenido que enfrentar a una sociedad machista en donde el hombre tiene la primer y última palabra, donde también las decisiones importantes o cualquiera que sea las toman los hombres, en la cual recae la obligación de manutención, a todo esto la mexicana se ha afrontado, y victoriosa hoy en día ha sobresalido siendo actualmente parte medular en la sociedad.

Por lo anterior se debe mencionar la situación específica de una mexicana, la cual no es la misma en un estado y en otro, sino que funge distintas actividades y tiene diversos pensamientos, por lo cual la mujer que vive dentro de la ciudad se encuentra en una situación completamente diferente a las demás a pesar de estar dentro de una misma nación, por lo mismo el siguiente punto habla específicamente de ésta bajo el contexto del Distrito Federal.

2.1.3 Las mujeres en la actualidad de la ciudad de México.

La mujer desde la existencia de las personas ha ocupado un papel trascendental en la historia de la humanidad, conforme ha ido pasando el tiempo, ésta ha mostrado que puede desarrollar diferentes

¹⁹ FERNÁNDEZ, Poncela Anna M. *La política, la sociedad y las mujeres*. P. 38

roles dentro de la sociedad y no solo el de madre y esposa, sino también el de una profesionalista, administradora en los todos aspectos, cocinera, amiga, empresaria, etc.

Sin embargo las labores dentro de una casa, generalmente no tienen alguna retribución económica por lo cual no es reconocida, ese amplio trabajo que la mayoría de las mujeres mexicanas tienden a realizar en la cotidianidad es más bien pagado con cariño o algún sentimiento y no monetariamente.

Hoy en día, las mujeres al contrario de sus antepasadas (como madre o abuela) posponen por un poco más de tiempo o dejan a un lado el matrimonio, ya que las actividades que suelen realizar les ocupan de mucho tiempo, esto es gracias al deseo de poder hacer una carrera dentro de sus empleos, es como lo menciona la autora María Luisa *“el menor número de hijos favorece la integración de la mujer al mundo del trabajo remunerado...”*²⁰

Además no solo juegan distintos roles, sino también satisfacen sus necesidades, es decir, disfrutan de su libertad sexual, gracias a los métodos modernos de control de la natalidad; de independencia económica, poder de decisión, etc.; sin embargo a pesar de las múltiples metas propuestas tienden a tener hijos en determinado momento, por alguna u otra situación, pero ahora ya no forzosamente forman la tradicional familia (mamá, papá e hijo), sino que suelen enfrentar la vida haciéndose responsables de alguna forma de las decisiones que tomaron con anterioridad.

Cabe destacar que por otro lado las mujeres históricamente han sufrido muchos siglos de sometimiento, de abusos, y precisamente en la sociedad mexicana han padecido inclusive de discriminación al no poder contar con los mismos derechos que el hombre.

Esto es debido a que la sociedad mexicana es un grupo colectivo machista el cual tiende a lidiar con su pasado, pues desde tiempos inmemoriales la mujer ha jugado el papel de la esposa abnegada a la cual solo le deben de importar su casa y sus hijos pero ante todo su esposo, inclusive se pensaba que las necesidades de la familia eran lo mismo que las necesidades de la mujer²¹.

La vida en la ciudad de México es ahora, gracias a la época y sobre todo a la industrialización, diferente, esto es debido a la preparación y el cambio de pensamiento el cual ha evolucionado y por lo tanto generado resultados favorables para el desarrollo de la vida de las mujeres.

²⁰ TORRES, María Luisa. *La voluntad de ser*. P. 32

²¹ MARTINEZ, Alicia Inés. *Mujer y sociedad civil*. Políticas en México y Centroamérica. P. 51

Hoy en día la vida se vive a un ritmo sumamente acelerado, debido a que el estilo lo exige, al tratar de realizar diferentes actividades en el día que requieren de mucha atención y sobre todo energía. Así entonces se puede decir que en muchas ocasiones, gracias al estrés, la mujer de hoy se comporta agresivamente al hacer las cosas lo mejor posible en el menor tiempo, además generalmente pretende tomar la iniciativa en lo referente a una relación de pareja.

Los roles así como el tiempo y la moda han cambiado con el paso de los años, lo cual indica que la forma de pensar es aún más abierta, aún a pesar de las costumbres, esto no quiere decir que en todos los lugares de la República Mexicana sean así, sino que como todas las cosas tienen sus excepciones.

Así la mujer debe adaptarse a los cambios y transformaciones que va experimentando el país, porque sino simplemente quedaría fuera de la sociedad en si misma, la actual, la que se está viviendo en estos momentos.

Se debe de adaptar sobre todo por la supervivencia, al estilo de vida, en donde por la mañana tiene que salir a trabajar y por la tarde regresar a cuidar de su familia o viceversa, dejando así aun lado su propia vida de mujer, gracias a las múltiples actividades a desarrollar, es tal y como lo menciona la autora del libro *La Voluntad de ser* al decir que *“los roles de madre-esposa y ama de casa tienden a concentrarse en la mujer, aumentando su carga de trabajo pues en ella se suman además las actividades derivadas del empleo...”*²²

Las mujeres específicamente del Distrito Federal tienen una forma de pensar completamente diferente a las que viven en los estados del país, esto es gracias a las actividades desarrolladas, como trabajar, tener hijos, estudiar, ser amas de casa, profesoras para las personas dependientes de ellas, de ahí que tengan y sobre todo saquen muchas energías con las cuales vivir diariamente.

El cambio de pensamiento así como el estilo de vida en la mexicana citadina está muy marcado desde el deseo de casarse hasta formar una familia, hoy en día se prefiere tener un desarrollo personal más amplio y dejar para después el matrimonio así como los hijos, en está ultima parte en ello también se nota el cambio radical, pues mientras en los 50s se tenían en promedio 6 para los 90s bajo a 3²³, es decir la mitad y si se puede observar en la actualidad la situación también cambió

²² TORRES, María Luisa. *Op. Cit.* P. 32

²³ *Ídem* P. 30

ya que baja, a solamente pensar en uno solo o máximo dos, lo cual indica que la reproducción está más controlada o planificada.

Esto lo demuestran datos del INEGI, en un artículo de la revista CNNExpansión *“De acuerdo al último censo en el 2005 en México existían 39.3 millones de mujeres de 12 años o más, de las cuales 25.4 millones han tenido al menos un hijo...”*²⁴

Por lo anterior se puede decir que el rol de una madre es muy importante para las futuras generaciones que tendrán a su cargo el rumbo del país, esto es gracias a que por su ejemplo aprenderán cómo hacer las cosas, de ahí la importancia fundamental de una mamá.

Pero cabe destacar que no sólo de una madre quien cuenta con un esposo, sino que es doble responsabilidad para la cual no cuenta con uno, esto es una madre soltera quien se ve en la necesidad de trabajar, a la par de madre y padre, dando consejos, mandando y otorgando responsabilidades a cada uno de sus hijos.

Así se puede notar que entonces la mamá y más la del Distrito Federal tiene una gran responsabilidad al vivir apresuradamente y tener que dar las armas adecuadas a sus hijos para existir en la sociedad, por lo mismo en el siguiente punto se abordará más detenidamente este aspecto tan importante de las piezas medulares dentro de un conjunto de personas.

2.2 Importancia de las madres solteras en la ciudad de México.

La importancia de una mujer y sobre todo de una madre es tal que de ella se depende para seguir evolucionando en todos los ámbitos de la existencia humana, desde la medicina, economía, derecho, etc. hasta en el pensamiento influye mucho la educación aprendida a partir del seno familiar.

La madre soltera en la ciudad de México es parte fundamental en el funcionamiento de ésta, en todos los aspectos desde la educación de los hijos hasta en la forma de pensar de las personas en general, esto es gracias a que desde la niñez se infunden los valores que acompañan a cada individuo por el resto de su vida.

²⁴ CAMPOS, Kane Karla. *Alrededor de 25 millones de madres celebran este 10 de mayo*. CNNExpansión 2007.

En el país existe una gran población de este sector, por ejemplo un artículo publicado en uno de los periódicos más importantes menciona que *“cifras proporcionadas por el Consejo Nacional de Población (Conapo) indican que en México de los 25 millones de mujeres que tienen hijos vivos, casi 4.5 millones (la quinta parte) son madres solas. Una de cada cinco mujeres de las generaciones jóvenes -menores de 30 años de edad- inicia su primer embarazo siendo soltera. A su vez, por lo menos la mitad de las mujeres en edad reproductiva en el país educan solas a sus hijos: 11 % por divorcio, 17% por viudez, 12 % por abandono del hombre, y el 60% restante por ser madres solteras...”*²⁵

Como se puede observar las mujeres en su etapa reproductiva son generalmente menores de 30 años, pero además la mayoría son madres solteras, algo que muy pocas veces se llega a reconocer o a veces pasa por desapercibido.

Pero no sólo esta parte de la población femenina es madre soltera y ya, sino que también es el sector que tiene gran presencia en las actividades económicas, pues *“Según datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), las mamás solteras se insertan con mayor frecuencia en el mercado laboral, con una tasa de participación económica del 70.8%. La tasa más alta entre todas las madres de familia...”*²⁶

Además se debe de recordar que las madres solteras o jefas de familia tienen doble trabajo o jornada laboral, pues por una parte se encuentra dentro del hogar con la familia y por otra afuera en los mercados de trabajo, lo cual representa mayor aportación por parte de ésta en todos los sectores, es como lo sigue diciendo el mismo artículo:

*“Por otra parte, las madres que tienen la posibilidades de obtener otro tipo de ingresos, ya sea por manutención o alguna herencia, como las viudas, divorciadas o separadas tienen una participación económica de 44.8% mientras que las casadas que trabajan representan el 37.5%. Lo que significa que todas las mamás que trabajan en México, las madres solteras son las que aportan más a la economía mexicana. Esto es importante si consideramos que 4 de cada 10 madres de 14 años o más forman parte de la población económicamente activa...”*²⁷

²⁵ PÉREZ-Stadelmann Cristina. *Madres solteras desafían estereotipos*. El Universal. Miércoles 30 de agosto de 2006 (ver anexo 1)

²⁶ *Ídem.*

²⁷ *Ibidem.*

Las mamás solteras o jefas de familia que trabajan generalmente son de sectores con un nivel socioeconómico bajo o alto *“en efecto, las jefas de familia son más frecuentes entre los sectores más pobres, donde existe un alto desempleo masculino y también entre los estratos medios muy altos donde la mujer posee niveles altos de educación y trabaja como profesional o en posiciones directivas...”*²⁸

Una madre infunde, pero sobre todas las cosas enseña lo que cree correcto, esto es porque forma parte de sí misma, por lo mismo el niño (a) vive más apegado a la mamá en vez del papá, gracias a que pasa mayor tiempo con ella y por ende la realidad aprendida es debido a la experiencia de la madre, o mejor dicho, a través de los ojos del ser con quien tiene mayor identificación.

Precisamente por el gran cargo que tienen las madres en el ciclo de vida de las personas es que se hace parte indispensable, aún a pesar de los años, pues incluso en las decisiones más importantes son muy tomadas en cuenta.

Por todo lo anterior se hace mayor hincapié en la madre soltera, pues de ella dependen no solo el rol que le toca por ser de su género sino además funge la parte de la autoridad que generalmente tiene el esposo o mejor conocido por los hijos como papá, y por si fuera poco colabora en el sustento económico del hogar al mantenerlo.

De las madres depende el futuro, esto es gracias a la educación y valores que inculcados en cada uno de sus hijos, así es como la sociedad irá cambiando, por lo mismo se debe de tomar en cuenta su papel como parte fundamental al cual se le tiene que ayudar primeramente para que sepan educar con responsabilidad a las futuras generaciones, igualmente el impulsarlas a ver una diferente realidad y así transmitir esa visión a sus hijos.

La responsabilidad de las madres cada vez es mayor debido a los cambios de tiempo y espacio, es decir, a los estilos de vida, por ejemplo en la Ciudad de México se tiene uno en el cual se depende mucho de lo que es una vida rápida en donde generalmente no se le pone mayor atención a las cosas gracias a la saturación de actividades a realizar.

Otra de las cosas por las cuales las mamás del Distrito Federal tienen mayor responsabilidad es porque así como las cosas evolucionan, otras tantas van en decrecimiento, debido a que los valores se dejan a un lado y por lo mismo el respeto o la tolerancia, inclusive la solidaridad hoy en día casi no

²⁸ TORRES, María Luisa. *Op. Cit.* P. 33

se dejan reflejar en las personas, de ahí que si se les infunde primeramente a las precursoras de los valores, se verá con mejores resultados la sociedad.

Es como lo dice la autora Carmen Ramos *“las mujeres son agentes de la transmisión de los valores que se les imponen y de la reproducción del sistema social que así las concibe...”*²⁹

Lo anterior es porque como ya se ha dicho la mamá es el primer contacto con la realidad de cada uno de los individuos, por lo tanto es el factor fundamental para la guía de la moralidad o mejor dicho de los sentimientos así como valores con quien nace y se desarrolla cada persona dentro de un hogar, que generalmente se conoce como familia.

2.2.2 Importancia en el núcleo familiar.

La mamá es tan fundamental en una familia que si ella no estuviera desde un inicio, no podría constituirse un hogar como tal, pues de ella depende la vida de los demás descendientes, sin descartar la función del hombre, aun a pesar de que generalmente se considera o ve a la familia como el vinculo entre dos seres a través de un matrimonio, ésta ha ido cambiando así como los roles, además gracias a ella se crece y se desarrolla el niño.

La importancia de la madre es tanta en las personas que incluso cuando los hijos forman sus propias familias (no es una generalidad) al tener decisiones importantes toman en cuenta la opinión de la mamá ya sea de la esposa o del esposo, esto es gracias al vinculo quien generalmente no se pierde, pues en este proceso hay sentimientos de por medio ligados a las madres con los hijos que aún a pesar de los años siguen intactos y son genuinos.

Sin importar que en el país se tenga un modelo machista a seguir por parte de la sociedad en general, la mamá es la que tiene mayor peso en un hogar o familia, pues de ella depende la existencia, además como ya se ha mencionado, en ella está el primer contacto con la realidad y las personas, por lo cual su papel en cualquier lugar es de vital importancia.

En la familia, la mujer tiene el papel de enseñar a percibir a los demás como seres humanos e incluso en dar conocimiento de lo que esta bien o mal, sin descartar el rol del hombre dentro de la misma cuando está presente, para ambos casos el estar dentro de una sociedad así se hace necesario con

²⁹ RAMOS, Escandón Carmen. *Presencia y transparencia: la mujer en la historia de México*. Pp. 99

el tiempo, es decir, entre más grande sea la persona en cuanto a edad es más lógico e imprescindible *“el medio más importante para lograr la plenitud en la vida, es siendo miembro de y produciendo una familia...”*³⁰

En toda sociedad, la familia es de mayor importancia, porque es la primera y más antigua de las instituciones³¹ en donde los hombres se forman, pues ha estado desde la misma existencia del ser humano, además que en ella está el enseñar a desenvolverse en los distintos grupos sociales afectiva y emocionalmente, es tal y como lo menciona Erich Fromm *“la familia ningún otro aspecto de la vida social está tan profundamente enraizado como este en estratos del sentimiento y de la motivación de que apenas tenemos conciencia en nuestra vida normal”*³²

Pero una de las tendencias, es que esta institución de la que se está hablando está propensa a desaparecer conforme el paso de los años, esto es gracias a varios factores como el estilo de vida o el cambio de pensamiento u otros *“la familia como unidad de producción tiende a desaparecer con la vida urbana y algunas funciones socializadoras se realizan fuera del ámbito de la casa, de modo que los niños y adolescentes así como los adultos que trabajan, pasan mucho tiempo en otros espacios...”*³³

Si se toma en cuenta el estilo de vida llevado dentro de la ciudad, se podrá notar que entonces la familia, o al menos el concepto como tal, se está perdiendo, y dentro de ésta todo lo que conlleva; como los valores, los sentimientos y la seguridad, los cuales se consigue al formar parte de una.

Además con la familia se generan las primeras reglas de convivencia, quienes también están a cargo de las madres, he ahí otra de las razones por las cuales la mujer es parte fundamental en las sociedades y sobre todo en las familias.

Es como lo dice la autora Soledad González *“la familia es instrumento y espacio de normatividad sociocultural...”*³⁴ es como la mamá en la vida del individuo, es decir, es parte esencial e imprescindible de una sociedad y sobre todo de una cultura para que exista.

³⁰ RANDALL, Margaret. *Op. Cit.* P. 101

³¹ FROMM, Erich, Et. Al. *La Familia.* P. 5 *“la familia es la más antigua de las instituciones sociales humanas.”*

³² *Ibíd.* P. 31

³³ TORRES, María Luisa. *Op. Cit.* P. 32

³⁴ GONZÁLEZ, Montes Soledad, et. Al. *Familias y mujeres en México.* P. 25

2.2.3 Importancia en la sociedad.

La sociedad³⁵ se rige por reglas que se imponen para la convivencia, por lo mismo hay todo un compendio de leyes, así entonces la madre pasa a ser la primer persona en la vida de los individuos, la cual enseña valores y normas para pertenecer a una de acuerdo a la cultura³⁶ que se tenga.

Si la madre es el primer contacto con la realidad, como se ha dicho anteriormente, se puede entonces asimilar que es el pilar fundamental en la vida de todos los seres humanos y de la sociedad, pues de ella se depende para crecer, en esto es que radica su importancia.

En la sociedad no solo es la madre quien funge un símbolo de autoridad sino también el padre cuando está presente, lo cual indica que si desde un inicio no se tienen ciertas reglas, ya sea por uno u otro, no se podrá formar parte del grupo colectivo en el que se vive, pues desde la familia es cuando se encuentran los primeros límites y reglas fijados a los individuos, después con el tiempo la escuela, los amigos, profesores, etc., son los encargados de seguir dando aquellas pautas para convivir.

Cabe destacar que en la sociedad las mamás tienen también un papel importante, gracias a que están en muchos aspectos, por ejemplo en las actividades laborales, debido a que contribuyen a los gastos de la familia así como a la administración del hogar y la enseñanza de valores, sentimientos, etc.

Además de ello guían al bienestar y también a lo contrario en algunos casos, pues aún a pesar de que el jefe de familia es quien toma las decisiones, cuando se encuentra presente en la familia, tiene gran peso la opinión de ellas para ejecutar la acción o las disposiciones que se hayan ya tomado o acordado.

La madre en una sociedad es tan fundamental pues cada una de las personas sin importar sexo ni edad tienen una, a la cual generalmente respetan y toman en cuenta, por eso es que se hace necesario primero impactar en educación a ellas para que así puedan transmitir lo aprendido a las futuras generaciones.

³⁵ *Sociedad*: es un número considerable de gente, que se consideran así mismos y son considerados por otros, como una unidad. GOODMAN, Mary Ellen. *El individuo y la cultura, conformismo contra evolución*. Pp. 51

³⁶ *Cultura*: es el conjunto de costumbres practicadas por los miembros de una sociedad. Es la forma particular de vida que es aprendida, compartida y transmitida por los miembros de la sociedad poseedores de esa cultura. *Ibidem*.

Y más aún en una ciudad tan grande que se ve contaminada por delincuencia, drogadicción, etc., las cuales atacan a la sociedad en gran medida como un cáncer que se extiende más y más conforme el paso del tiempo quien al mismo tiempo va acabando con ella, dejando solo ruinas en el camino.

En todas las sociedades, sin importar la cultura, se conforman por familias, las cuales se rigen por ciertas actitudes que se encuentran reguladas por las mismas personas, todo con el fin de una mejor convivencia, por lo tanto si existe desde un inicio una buena formación, se puede tener, en alguna medida, un mejor lugar en donde convivir.

2.3 Las madres solteras en la delegación Milpa Alta.

Milpa Alta es una de las 16 delegaciones del Distrito Federal, la cual está conformada por 12 pueblos:

- Santa Ana Tlacotenco "En la orilla de las jarillas o breñales"
- San Agustín Ohtenco "A la Orilla del Camino"
- San Antonio Tecomitl "En la olla o cántaro de piedra"
- San Bartolomé Xicomulco "En el Hoyo Grande"
- San Francisco Tecoxpa "Sobre piedras amarillas"
- San Jerónimo Miacatlan "Junto o cerca de donde hay cañas o varas de flecha"
- San Juan Tepenahuac "Cerca del Cerro"
- San Lorenzo Tlacoyucan "Lugar verdascoso o lleno de jarilla"
- San Pablo Oztotepec "Encima de la gruta"
- San Pedro Atocpan "Sobre tierra fértil"
- San Salvador Cuauhtenco "Cerca del Bosque"
- Villa Milpa Alta, Anteriormente Malacachtepec, "Lugar rodeado de cerros"

Cada uno de estos pueblos tienen sus nombres con un significado especial, como se muestra en el párrafo anterior, de acuerdo al territorio, así mismo cada uno celebra sus fiestas conforme al día del nombre del "santo patrono" correspondiente. Lo cual lleva a percibir que es aun un lugar donde las tradiciones, así como las costumbres son las que determinan los estilos de vida.

La delegación se ubica al sureste del Distrito Federal y limita con Xochimilco, Tláhuac, Chalco, Estado de Morelos, Tlalpan. Además ocupa una superficie de 288.41 km², de acuerdo al INEGI, y esto es el 19% del total de la ciudad, teniendo así el segundo lugar de todas.

Generalmente en la delegación las actividades a realizar son de índole rural, inclusive en toda ella no se encuentran centros comerciales, ni mucho menos tiendas departamentales o cines, es tal y como se muestra en su biografía: *“toda la demarcación es zona de reserva ecológica, donde el 95.5% corresponde a superficie rural; el 35% a zonas para uso habitacional; el 0.5% a equipamiento urbano y rural y sólo el 0.5% se considera mixta”*³⁷

Además en la demarcación se cuenta con varias festividades, como La feria Nacional del Mole, Feria Nacional Gastronómica del Nopal, Regional y carnavales, asimismo, como ya se mencionó, en cada uno de los pueblos se tienen fiestas específicas, celebrando a sus “santos patronos” los cuales son los que llevan sus respectivos nombres. Incluso se hacen ferias como La de la Barbacoa en San Salvador Cuauhtenco, La Feria de la Nieve en San Antonio Tecomitl, aparte de que en pueblos como San Pablo Oztotepec y San Salvador Cuauhtenco se festeja hasta la llegada del agua a dichas comunidades³⁸.

Como se puede observar, la vida en esta delegación es sumamente distinta a las demás, debido primeramente al espacio territorial, después a las tradiciones que se tienen y luego al desarrollo que en ella se encuentra, es decir, a las formas de trabajo y diversión que se localizan dentro de la misma, aún a pesar de estar dentro de la ciudad de México.

Por lo mismo la cultura que se encuentra es completamente diferente, por ejemplo en las bodas; la familia del novio tiene que organizarse para pedir a la novia, llevando arreglos en canastas desde fruta hasta bebidas a la casa de la prometida, el día de la boda se da un desayuno y comida para todos los invitados, lo primero en la casa de la mujer y lo segundo en la del hombre.

Ahora bien las actividades a realizar son distintas pues en la mayoría de los pueblos se cultiva, por ejemplo el nopal, maíz, verdura, la elaboración del mole (San Pedro), la barbacoa (San Salvador), así como la industria restaurantera y el comercio, algo curioso es que incluso por las calles aun se ven pasar a los pobladores en sus caballos ya sea arriando a su ganado (ovejas, puercos, etc.) o llevando un tractor, es decir, el ambiente que se vive aun es de campesino.

En los pueblos se tiene una autoridad que en otros lugares de la ciudad no existe, el cual es el coordinador, el cual funge como parte de la justicia en cada uno de los pueblos, además de tratar de comunicar a todos con la delegación en sí y dar paz y seguridad.

³⁷ ESPINOZA, Villareal Oscar. *Milpa Alta, monografía*. P. 12

³⁸ *Ibidem*. Pp. 6-8

Así mismo cada uno de los pueblos se distingue por sus iglesias, deportivos, plazas públicas y sus calles, aunque en muchos de los casos se parecen ya que comparten diversas cosas en común como los kioskos, aún éstos se pueden diferenciar por el color y el tamaño, en cuanto a todo lo anterior también se distingue por la forma en cómo están sus fachadas o la dimensión con la que cuenta, sin embargo en festividades o épocas se parecen, esto es por la forma en como son adornados, pues tienen una uniformidad.

Ahora bien ya se habló a grandes rasgos sobre lo que es la delegación, las características que posee, y gracias a dichas particularidades se puede resaltar a la mujer, la cual es diferente, esto es por la cultura y el espacio en el que se desenvuelve.

La mujer milpaltense desde la época de la Revolución ha sobresalido, no solo por respaldar y ser pilar fundamental en su hogar, sino por participar activamente en la lucha armada, pues ésta formó sus propios clubes liberales, así mismo pugnaron por la erradicación del mal gobierno que se tenía a finales del siglo XIX y principios del XX.

Las mujeres aparte de formar clubes, eran enfermeras y contrabandistas de armas antes de que iniciara la revolución Mexicana, esto es de acuerdo a lo expuesto en la tesis del profesor René Vázquez.

Cabe destacar que la delegación Milpa Alta con todos sus pueblos fueron testigos y corazón de lo que en ese momento era el movimiento zapatista, incluso en uno se formó un cuartel, específicamente en San Pablo, donde aún es conservado en buenas condiciones y para recuerdo de lo sucedido.

Pero no sólo las mujeres participaron en lo ya expuesto, sino también como: *“tlacuateras, juntando alimentos y la pastura para el ganado de los guerrilleros zapatistas... participaron con Emiliano Zapata como espías que llevaban información hasta el cuartel... también participaron apoyando a los vecinos a pasarlos a Xochimilco, debido a que se encontraba en zona de paso”*

La actividad de las mujeres en ese entonces, como se puede observar, fue de vital importancia, pues su apoyo era sobre todo ser *tlacuateras*, lo cual quiere decir que trabajaban llevando los alimentos para los combatientes pues ellas *“juntaban las tortillas, frijoles, a veces mataban cerdos para que comieran los zapatistas...”*, cabe destacar que siempre colaboraron con el Ejército Liberador del Sur.

Además su ayuda para el ejército era también proporcionar información sobre la localización de tropas carrancistas, sin embargo, algo que resalta mucho es que igualmente se enfrentaron al ejército federal. Después de todo el movimiento y la revolución la vida cotidiana de la mujer milpaltense cambió, así como su forma de ver la realidad.

El trabajo que realizaban antes de la lucha era estar en sus hogares y de alguna forma apoyar al esposo en el campo, pero después de todos los hechos empezaron a alquilarse como empleadas domésticas, otras elaboraban coques o pan para venderlos en el mercado de Jamaica y en la Merced.

Ahora su estilo de vida también se ha modificado un poco, ya que el trabajo para las mujeres es estar en el cultivo, venderlo, generalmente en el mercado de Villa Milpa Alta; el cual se conoce por ser grande y concentrar la mayor parte de lo que se siembra y produce dentro de la misma delegación, también se encuentran sus oportunidades laborales en el cuidado o mejor dicho en ser responsables de algún negocio o local en cualquiera de los pueblos.

En cuanto a la educación es aún secundaria, pues la formación que aún se les proporciona a las niñas es aprender las labores del hogar para el momento en que se lleguen a casar, sin embargo en gran parte de la población se les incentiva a estudiar hasta un determinado grado.

La educación básica generalmente si se les llega a dar, sin embargo cabe resaltar que aún existe cierto analfabetismo, y en algunos poblados todavía se habla en náhuatl, por lo mismo en las primarias ubicadas dentro de este lugar se enseñe en español y en la lengua que hablan, tal es el caso de Santa Ana.

Al llegar a la edad de la adolescencia, en donde se encuentran generalmente estudiando la secundaria, las mujeres empiezan a tener cambios, debido a la formación que se les dio desde el seno familiar, cada vez se acerca mucho más el momento de formar su propia familia, de ahí que las jovencitas se casen muy chicas, o se “junten”.

El fenómeno de “juntarse” se da mucho por estos poblados, pues es la solución más rápida y sencilla para formar una familia, aunque los matrimonios también los hay, pero como son muy tradicionalistas y complicados generalmente tienden a desaparecer conforme pasan los años. Además cuando se

juntan es porque, en la mayoría de los casos, la chica resulta estar embarazada, de ahí que la educación no sea más allá de la media superior en el mejor de los casos.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los responsables de orientación y control escolar de escuelas de nivel medio superior de la delegación, las mujeres embarazadas generalmente no terminan sus estudios, pues se cree por parte de sus familiares que de ahora en adelante sus responsabilidades, así como toda su vida tiene que cambiar, y eso incluye el dejar los estudios para enfocarse en su hogar.

El grado de deserción escolar en las mujeres milpaltenses a partir de los 15 años en adelante es alarmante, por cada dos chicas embarazadas tal vez sólo una termina sus estudios, porque inclusive los mismos padres llegan a dar de baja a sus hijas, aun a pesar de que los encargados de orientación les proponen soluciones para que no pase eso, pero por las costumbres y formas de ver la vida, así como las creencias hacen caso omiso de las oportunidades, por ejemplo el QBP Honorio Galicia Hortiales, Jefe de control escolar de la vocacional 15 ubicada en la delegación Milpa Alta dijo:

“Comentamos a la gente que no las den de baja, que venga a la escuela hasta que termine el semestre, pero no le afecta que la vean, aquí no hay ninguna discriminación, aquí puedes venir con embarazo hasta el último día, pero ya no regresan, le dí la alternativa que ya no viniera y después se reincorporará, pero es muy difícil que alumnas después del embarazo tienen su bebé y ya estando aquí si les afecta muchísimo, tienen bajo rendimiento”³⁹

Otra de las encargadas, pero ahora del Bachillerés, menciona que si bien las mujeres adolescentes salen embarazadas, se encargan de su responsabilidad, hasta el grado de llevar al bebé a la escuela y atenderlo mientras toman clases.

“He encontrado cosas muy interesantes, porque actualmente los chavos, les digo que yo los admiro porque yo no lo habría hecho en mi vida, porque están trabajando y están estudiando y eso es interesante porque tienen que sacar adelante a sus hijos, y son madres o padres solteros”⁴⁰

³⁹ Entrevista realizada el 11 de diciembre de 2008 en la Vocacional 15 al jefe de control escolar QBP Honorio Galicia Hortiales (ver anexo 2).

⁴⁰ Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 a la psicóloga del Bachillerés 14, María de La Luz Serrano Maldonado (ver anexo 2)

Lo cual refleja que si bien se toman decisiones al respecto de tener o no relaciones sexuales, también se toman en el momento de seguir estudiando o no, y estos son los resultados pues por un momento se llega a empezar, pero es muy poco probable que se siga hasta terminar.

Además se debe de tomar en cuenta que el interés se tiene, pero no las posibilidades de mantener el estudio, pues a veces no se cuenta con el apoyo necesario para seguir adelante ya que se tiene una responsabilidad mayor, sin embargo se puede decir lo siguiente: las madres solteras si poseen las ganas de estudiar en un principio, como lo revela la entrevista realizada a el apoyo del director del Cetis 164, turno vespertino (Instituto Tecnológico en Milpa Alta) Miriam Téllez, pero después por alguna situación terminan dejando la escuela.

“todavía no tenemos estadísticas, con las que te pudiéramos ayudar, si han desertado, pero de hecho una sola chica se acercó directamente a preguntar qué podía hacer, porque estaba embarazada, y entonces no hay problema, pero eso fue en la inscripción vino con su mamá, le dije no había problema que se inscribiera pues aquí no se limita ni nada, vino muy poco tiempo y dejó de venir”⁴¹

Como se puede observar, de parte de las escuelas puede haber accesibilidad, sin embargo no es suficiente y esto se ve reflejado en el desempeño y deserción escolar de aquellas jóvenes milpaltenses que tienen hijos o se encuentran embarazadas.

Si hoy en día las oportunidades de trabajo son menores, sin preparación lo son aun mas, y se vuelve mayormente complicado con familia por quien responder, en los mejores casos cuando se cuenta con el apoyo por parte de la pareja, pero cuando no, es con el de los padres.

En el segundo caso, en el que se cuenta con solo el apoyo de los padres, es aún más difícil para la madre, por las características del estilo de vida llevados y más aún por la carga de tradiciones y valores poseídos, las responsabilidades así como el lugar que asigna la sociedad y las oportunidades son muy demandantes.

Esto es porque el concepto de familia como tal se encuentra todavía muy arraigado al matrimonio o mejor dicho al de una pareja, sin embargo, cada día existen mas mujeres que por distintas situaciones llegan a ser madres solteras y que de alguna u otra forma salen adelante.

⁴¹ Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 al apoyo del director del Cetis 167, Miriam Téllez (ver anexo 2)

El rol que le toca a la madre soltera milpaltense es trabajar en las oportunidades laborales que hay, por ejemplo el cuidar de alguna tienda, en los negocios familiares (cultivos, puestos de comida, etc.), o el salir a otras partes fuera de la delegación para ser contratadas de limpieza, o en tiendas comerciales, etc.

Como se puede observar las posibilidades de trabajo son casi nulas y las escolares también, debido a las creencias, tradiciones y valores, por lo cual se requieren de apoyos los cuales realmente ayuden a crecer económica y profesionalmente a las mamás solteras que viven dentro de esta demarcación, pues el sustento que les brindan los padres es bueno, sin embargo conforme van creciendo los niños las demandas así como las necesidades van cambiando, lo cual requiere de mayores oportunidades de trabajo para la manutención.

Finalmente se puede decir que bajo las perspectivas que se tienen para formar una familia son aún tradicionales (mamá, papá e hijos) esto se menciona porque la visión en el caso de la mamá soltera es aún un poco más difícil, pues habitualmente se le toma como una mujer “loca” o “fácil”.

Sin embargo las situaciones que generalmente no se toman en cuenta es que el papel de los hombres, en este caso quienes fueron pareja de estas mujeres, es mucho más sencillo y cómodo, pues es desligarse completamente de la responsabilidad lo cual no se les hace complicado y por lo mismo no se preocupan.

Así el papel de la madre soltera milpaltense es sumamente difícil al enfrentar la responsabilidad generada por dos y tomada por una, ya que la misma sociedad cierra en algún momento las puertas, con los padres en la educación, con los vecinos y demás pobladores posiblemente las cuestiones laborales, esto gracias a la cultura, creencias y valores que se tienen dentro de la demarcación.

2.4 Oportunidades a través de programas sociales en beneficio de las madres solteras en la delegación Milpa Alta.

Varias instituciones como el gobierno de la ciudad de México o el Federal, han planteado una serie de programas en beneficio de la sociedad capitalina, los cuales contemplan varios sectores: el infantil, juvenil, tercera edad, etc., sin embargo uno de los sectores mayormente vulnerable es de las mujeres, pero no en general, sino aquellas que tienen una enorme responsabilidad, como lo son las madres solteras que a veces solo cuentan con el apoyo de los padres, o en ocasiones solo uno de ellos, para el sustento de sus hijos.

Las madres solteras jóvenes como ya se justificó en puntos anteriores, y más aún las milpaltenses requieren de apoyos para crecer en todos los ámbitos posibles; económico, profesional, social, y como mujeres, por lo cual se hacen necesarios programas que sean totalmente dirigidos a ellas de acuerdo a las necesidades específicas que tienen.

Un antecedente de programas es el impulsado por el entonces Secretario de Desarrollo Social, actual jefe de Gobierno, Marcelo Ebrard, el cual trató de incentivar a madres solteras con cierto grado de marginación, las cuales tuvieron que dejar la escuela a causa del embarazo, otorgando así a sus hijos entre 6 y 15 años una beca por \$700 mensuales, además de útiles escolares, comida, transporte y uniformes.⁴²

Sin embargo, actualmente hay en su mayoría programas para mujeres en general, para los niños, población rural, familias, los cuales podrían ayudar a este sector de alguna forma, pero que no cubren con las necesidades verdaderas y reales para salir adelante junto con sus hijos, o no al menos aislados.

Primeramente los programas dirigidos a mujeres en general son los siguientes:

- Programa de Desarrollo Personal y Colectivo
- Programa de construcción de la cultura ciudadana
- Sistema de Albergue para Mujeres, sus hijos e hijas, que viven en violencia familiar
- Programa de Reinserción social para mujeres egresadas de refugios y albergues
- Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres
- Programa Preferencial para Mujeres
- Programa Atenea⁴³

Cada uno de éstos cuenta con distintos propósitos y ayudas, sin embargo la finalidad es la misma, brindar una mejor calidad de vida en las mujeres de la ciudad, por ejemplo el primero trata de dar apoyo psicológico, el segundo ejercer los derechos de las involucradas dentro del lugar en donde habitan, el tercero para alejarse de la violencia dentro de sus familias, los últimos para mejorar el viaje dentro de los transportes públicos, pero uno de los más importantes es el quinto, el cual trata de insertar a través de programas a las mujeres en los distintos ámbitos laborales dentro de la capital.

⁴² RAMÍREZ, Teresa, et. Al. *Se dará mayor impulso al programa de apoyo a madres solteras: Ebrard.*

⁴³ Ver anexo 3

Ahora bien, también existen otros apoyos que son para niños, los cuales también pueden corresponder al sector de vulnerabilidad del que se está hablando, como lo son las madres solteras, éstos son:

- Programa de Apoyo a Familias Consumidoras de Leche Liconsa
- Servicios de Desayunos Escolares
- Programas de útiles escolares
- Programa de Uniformes Escolares
- Programa “Escuela sana y segura 1, 2, 3”
- Programa “Educación Garantizada”
- Programa “Niñas y niños talento”
- Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica
- Servicio de medicina preventiva
- Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI)
- Servicios de los Centros de Atención Infantil Comunitaria (CAIC)⁴⁴

Como se puede observar, son mayores los apoyos para ellos, debido a que son considerados como un sector vulnerable al depender de alguien, cada uno de los anteriores cuenta con la intención de ayudar en algunos aspectos de la vida cotidiana directamente de los mismos e indirectamente en beneficio de los padres, desde la escuela, alimentación, vestido, seguridad hasta salud.

Los últimos dos de los programas anteriores son importantes para este trabajo, debido a que se pueden ajustar un poco más a las necesidades de las madres solteras, al cuidar de los niños más pequeños, de 45 días de nacidos hasta los 5 años con 11 meses, los cuales son los más frecuentes dentro de las mamás jóvenes, es decir, los niños que el sector de mujeres de 15 a 30 años tienen y los cuales requieren del apoyo.

En cuestión familiar también existen programas, así como de población en general, los cuales tocan de alguna forma a las madres solteras, debido a que se insertan dentro de éstos ámbitos, ellos son los siguientes:

- Programa de despensas para población preescolar, escolar, personas y familias vulnerables
- Programa de Vivienda en Conjunto
- Programa de Mejoramiento de Vivienda
- Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos “CECAPTI”

⁴⁴ Ídem

- Programa de Apoyo a Personas en Situación de Alta Vulnerabilidad⁴⁵

Todos estos beneficios van desde vivienda hasta alimentación como sus nombres lo indican, sin embargo, también son para la inserción en el ámbito laboral, estos se refieren en cuanto a la capacitación para poder desempeñarse en algún trabajo que sea redituable, es decir, que genere sustento económico para las mismas y sus hogares (CECAPTI).

Se debe de tomar en cuenta que el sector del que se está hablando es uno joven, de ahí que programas diseñados para este tipo de población también puedan beneficiar de alguna manera a las mamás solteras, y estos son:

- Programa “Jóvenes en impulso”
- Programa “Prepa Sí”
- Programa de Bachillerato a Distancia
- Servicio de Educación Media Superior
- Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo
- Programa de Empleo Juvenil de verano
- Programa para niños y jóvenes en situación de calle o riesgo⁴⁶

La mayoría de los anteriores, los cinco primeros, son para ayudar sobre todo en cuanto a la educación, para que de una forma u otra se concluyan los estudios de nivel medio superior, el tercero es un programa con el fin de apoyar en la cuestión económica y el último tiene la finalidad de auxiliar a jóvenes con proceso de calle, es decir, que tienden a salirse de sus casas por algún motivo.

Ahora bien si se está tomando en cuenta al sector de madres solteras, quienes forman parte de la población y además son jóvenes, también se debe de resaltar que se está hablando de un caso en específico, el de la delegación Milpa Alta, la cual tiene distintas características, es decir, el estilo de vida va a un ritmo muy diferente por el espacio que les rodean a las personas.

Por eso las necesidades cambian, por lo cual, programas de índole rural también pueden beneficiar a las madres solteras milpaltenses, debido a las distintas formas de producción que se tienen, es decir, los suelos y las actividades a realizar.

⁴⁵ Ídem

⁴⁶ Ídem

Los programas en cuanto a este ámbito son los siguientes:

- Programa de Apoyos con Módulos Comunitarios y familiares para el mejoramiento de traspatios
- Servicio de Promoción de los Servicios Públicos de la Población indígena y pueblos originarios
- Programa de Apoyos a Pueblos, Ejidos, Comunidades y grupos Organizados para el Mejoramiento de Infraestructura, Promoción y Elaboración de proyectos de Turismo Alternativo (Turismo Rural, Ecoturismo y de Aventura)
- Servicio de Salud Reproductiva⁴⁷

De los anteriores la mayoría de apoyos son para la infraestructura de las casas, es decir, para el mejoramiento de las mismas, además de proyectos para turismo, algo en lo cual se puede aprovechar muy bien por la delegación, pues cuenta con varios espacios bosques debido a que son solo cerros, y el último consiste en salud para lugares de difícil acceso, lo cual es el caso de los pueblos que conforman la demarcación, pues para llegar a varios de ellos sólo existe un transporte a determinadas horas.

Finalmente para esta fuente están algunos programas en donde se menciona a la madre soltera, que si bien existen los apoyos, no lo son directamente para las mamás, sino en beneficio de sus hijos, los cuales son:

- Programa de Becas Escolares
- Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE)⁴⁸

De éstos dos últimos se puede decir que el primero beneficia específicamente a los hijos de aquellas jefas de familia, quienes de alguna forma están desprotegidos, lo cual cubre en cierta medida las necesidades de estudios, el segundo es más bien enfocado a las madres adolescentes, educándolas, dependiendo el grado en el que se encuentren, por lo mismo significa un gran avance, porque en la delegación aún hay personas quienes no saben leer ni escribir.

Cada uno de todos los programas anteriormente descritos están a cargo de varias instituciones como el Gobierno Federal, del Distrito Federal, Delegacional, Institutos como; Inmujeres DF, Instituto de la Juventud, DIF, etc. (ver anexo 3), lo cual indica que si bien se preocupan por el bienestar de las

⁴⁷ Ídem

⁴⁸ Ídem

personas es en un ámbito muy general, esto deja entrever que se hace necesario enfocar más los apoyos de acuerdo a las necesidades más próximas de cada uno de los grupos.

Los apoyos anteriores no son todos, sino que existen aún más, por ejemplo, desde el año de 1997 esta el llamado PAIDEA (Programa de Prevención y Atención de Embarazos en Adolescentes), el cual *“tiene como objetivo la prevención de riesgos de exclusión social propiciados por el embarazo no planeado en esa edad, sobre todo para las jóvenes que viven en condiciones de marginación, quienes tienen que enfrentar además un conjunto de consecuencias en la esfera personal, familiar y social...”*⁴⁹

Este programa es uno de los cuales se adecuan mejor a las necesidades de las madres solteras que viven en la delegación de Milpa Alta, por las características con las que cuenta, sin embargo, como se verá más adelante se podrá notar que no está al alcance de las mujeres de dicha población.

Otro de los apoyos por medio de programas son los proporcionados por el DIF, uno específico para embarazo en adolescentes, que de acuerdo a la información proporcionada por la Subdirectora de Capacitación en Infancia y Familia SNDIF, Patricia Gómez existe y se aplica en todos los estados de la República a las madres jóvenes que tengan hasta los 17 años con 11 meses.⁵⁰

Otros programas también existentes y actuales son las Estancias Infantiles que proporciona el gobierno por parte de la Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL) para madres que trabajan y necesitan que cuiden a sus hijos, de acuerdo a la información han sido beneficiadas cerca de 222,128.⁵¹

Igualmente por parte del Gobierno del Distrito Federal junto con la Asamblea Legislativa del DF promovieron una ley que establece el derecho a recibir alimentación a madres solas de escasos recursos dentro de la ciudad, además de contemplar lo alimentario también lo hace en cuanto a la salud de ellas y sus hijos.⁵²

También otro de los apoyos que se encuentran hoy en día es el que proporciona VIFAC, la cual es una institución que ayuda a mujeres embarazadas en desamparo, un recurso que se adecuada

⁴⁹ Información proporcionada por la página oficial del DIF: <http://dif.sip.gob.mx/infanciaadolescencia/?contenido=226>

⁵⁰ Información provista por la Lic. Patricia Gómez, Subdirectora de capacitación en Infancia y familia, SNDIF el día 18 de diciembre de 2008.

⁵¹ Información proporcionada de la página oficial: http://www.df.gob.mx/wb/gdf/programa_de_guarderías_y_estancias_infantiles_para

⁵² Información proporcionada de la página oficial del gobierno del DF: http://www.df.gob.mx/wb/gdf/apoyo_alimentario_a_madres_solas_de_escasos_recurs

perfectamente al sector al cual está dirigida la campaña, que además de ajustarse es totalmente gratuito al igual que los ya antes mencionados y cubre ámbitos de salud, legal y alimentación.⁵³

Sin embargo una cosa son los programas existentes y otra con los que se cuentan en la actualidad, por ejemplo en el DIF de la delegación preguntando por dichos apoyos, la encargada mencionó que no habían tales, sino solamente “becas escolares para vulnerabilidad”, las cuales son para hijos de madres solteras, viudas y divorciadas.

“Profesora Angélica: Mira para madres solteras como tal no, tienen que ser de caracteres de niños con vulnerabilidad de recursos económicos que sus mamás sean viudas, solteras o separadas y que tengan edad escolar, o sea primaria y secundaria, madres solteras de bebés y eso no.

Vero: ¿Y para los casos de la ayuda a aquellos niños que mencionaba, que se necesita?

Profesora Angélica: Si se llaman becas escolares para vulnerabilidad y son para hijos de madres solteras, no importa el promedio y ahí si hay un historial, porque haces una solicitud, la llevas a Zócalo, aquí vienes y se te dice si fue aceptada, se te hace un estudio socioeconómico, o sea no a cualquiera se le da.’⁵⁴

Como se puede observar si hay apoyos son en su mayoría para los hijos de las personas que necesitan mucho de ellos, lo cual no está mal, sino que también se debe de ayudar a las mamás encargadas de la educación de aquellos niños, con la finalidad de tener una mejor calidad de vida, tanto para los pequeños como para ellas.

Ahora bien, cabe destacar que en la actualidad, algunos de los programas que al principio de este título se describieron ya dieron varios resultados, por ejemplo en un folleto que repartió el Gobierno del Distrito Federal menciona lo siguiente:

“-Todos los estudiantes de escuelas del DF, desde preescolar a bachillerato cuentan con el respaldo de un seguro médico.

-Más de 710 mil niñas y niños reciben desayunos escolares diariamente.

-Aumentamos en 15% las becas a hijos e hijas de jefas de familia en condiciones de pobreza y vulnerabilidad. Actualmente apoyamos a 22,775 niñas y niños.

-Mil 200 jóvenes se inscriben al programa de empleo juvenil de verano.

⁵³ Información proporcionada de la página oficial: <http://www.vifac.org/>

⁵⁴ Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 en el DIF de Milpa Alta a la maestra Angélica, encargada de dar información a la población en general (ver anexo 2)

*-Trabajamos para hacer del transporte público un espacio libre de violencia y seguro para mujeres.*⁵⁵

Lo cual refleja de alguna forma el funcionamiento de ciertos programas creados para tener una mejor vida dentro de la ciudad de México, por parte de las distintas instituciones responsables, lo que deja entrever que realmente se está trabajando para resolver problemas existentes dentro de la capital. Lo anterior es gracias a que desde el seno familiar es cuando se crean, por la carga de valores aprendidos dentro de la misma desde el nacimiento, por lo mismo se hacen necesarios apoyos para educar de una mejor forma al futuro del Distrito Federal esto son los niños.

Con todo lo anteriormente descrito se hace necesario planear una mejor estrategia para apoyar a las madres solteras jóvenes con programas completos que cubran con sus necesidades reales y verdaderas, ofreciéndoles así una perspectiva diferente de la vida, porque es verdad que los programas están, pero no hay información sobre ellos y mucho menos es accesible tenerlos.

Precisamente en el siguiente punto se abordará la problemática entorno a los programas que benefician a una parte de la población, pues como se mencionó anteriormente, es distinto crearlos que darlos y así las personas puedan finalmente disfrutar de los mismos.

El objetivo de este punto es sobre todo conocer los apoyos existentes para el público objetivo, pero como se pudo constatar si hay, sin embargo son muy pocos los que están realmente enfocados al sector de las madres solteras, las cuales al igual que los adultos mayores y los niños necesitan ayuda para salir adelante.

Se debe de plantear la posibilidad de formar un programa diseñado exclusivamente para ellas, pero con las verdaderas necesidades que tienen desde el inicio del embarazo, durante y después, pues si bien se protege actualmente mucho a los niños porque lo requieren, también debe ser así a la mamá, debido a que ella es quien se va encargar de infundirle valores a sus hijos.

Por lo mismo la mujer milpaltense necesita de bastante apoyo, debido a las características con las que cuenta, tanto ella como su alrededor, esto es, porque las formas de producción y obtención de recursos para esta región son de manera muy distinta a diferencia de las otras delegaciones, por ejemplo en lo laboral los trabajos son de índole rural, es decir, de cultivo, en cuanto a lo social; no hay centros comerciales, parques de diversión, cines, sino plazas públicas en donde existen juegos para niños.

⁵⁵ Ver Anexo 4

2.5 Problemas y obstáculos para las madres solteras en la actualidad de la delegación Milpa Alta.

Se debe de tomar en cuenta que programas los hay, sin embargo existen a su alrededor varios problemas, desde la difusión, información, organización, instituciones, dependencias, personas encargadas, requisitos y falta de tiempo en las personas que lo necesitan.

Empezando por la difusión se puede decir que no hay una como tal, sino por el contrario para acceder a información y no para obtener los diversos programas, se necesita primero tener el interés, pues es el primer impulso para buscarla, además es de suma importancia, debido a que también se requiere de bastante paciencia porque generalmente el proceso de investigación puede llegar a ser tardado.

Precisamente al hablar de información cabe destacar que no la hay, pues todos los programas anteriormente descritos forman parte de un libro de difícil acceso, por lo cual se puede deducir que si se encuentran reunidos en un texto al cual no se puede acceder, entonces no se conoce.

La organización por parte de las personas encargadas de brindar la información a los individuos se convierte en un obstáculo, pues estas no se actualizan o cuentan con menos que lo necesario para orientar debidamente a la gente quien se acerca para pedir informes, tal es el caso del DIF Milpa Alta, como se mencionó anteriormente, se hizo una investigación dentro de la cual sólo se obtuvo la respuesta de que sólo habían becas para hijos de madres solteras, lo cual refleja lo dicho.

Por parte de las instituciones existen problemas en el sentido de que no capacitan debidamente a su personal para brindar un servicio eficiente para que así las personas puedan disfrutar de los beneficios creados para ellas, esto se menciona porque a partir de un correo y una visita al DIF se nota la falta de comunicación entre las instituciones con su información y sus empleados encargados de dar informes.

Otro de los problemas es el asunto de los requisitos, pues si bien en la información proporcionada en el anexo 3 menciona no se necesitan tantos, al contrario sigue siendo una dificultad, debido a que no se conocen a ciencia cierta los programas y mucho menos dichos requerimientos, además las personas encargadas no explican adecuadamente sino por el contrario hacen ver como si fuera

imposible por tantas cosas que se tienen que hacer, por ejemplo escritos, peticiones, recorridos, visitas a diversas instancias, etc.

Por lo anterior, generalmente el proceso se queda a la mitad o inconcluso, así también habitualmente no se dan dichos apoyos gracias a que no se cumplen con los requisitos, tal y como lo menciona la encargada en la vista al pedir informes *“haces una solicitud, la llevas a Zócalo, aquí vienes y se te dice si fue aceptada, se te hace un estudio socioeconómico, o sea no a cualquiera se le da.”*⁵⁶

Otra de las instituciones quien no cuenta con el personal y la difusión adecuados es la delegación, pues preguntando en las oficinas encargadas de dar información sobre las becas, mencionaron no tener y con las que se cuenta u otorga el gobierno de la ciudad, como las de Prepa Sí, los informes solamente los dan en la escuelas respectivas para poder obtenerlas, así mismo mencionaban que sólo contaban con los requisitos para nivel primaria y secundaria.

“Vero: Buenas tardes.

-Buenas tardes.

Vero: Disculpe, ¿quién me puede dar informes sobre las becas para madres solteras?

-Para madres solteras no tenemos.

Vero: lo que pasa que me dijeron en el Bachilleres que el gobierno da becas y el DIF también, pero ya fui a preguntar y me dijeron que no habían.

-Aquí tampoco hay, nada más para puro estudiante.

Vero: Por ejemplo las becas de Prepa sí, ¿pueden ser para madres solteras estudiantes?

-Las Becas de Prepa Sí, las lleva cada escuela.

Vero: Pero ¿que se requiere para pedir las?

-Necesitas preguntar en tu escuela, ahí te dan todos los requisitos, porque solamente aquí tenemos de primaria y secundaria, pero de bachilleres no, eso se dan en los planteles.

Vero: Esta bien, muchas gracias.

*-De nada”*⁵⁷

Con lo anterior se refleja de alguna manera cómo funcionan las instituciones, organizaciones, empresas al dar algún tipo de apoyo, lo cual no quiere decir que esté muy mal, sino que a veces las

⁵⁶ Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 en el DIF de Milpa Alta a la maestra Angélica, encargada de dar información a la población en general (ver anexo 2)

⁵⁷ Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 en las oficinas de la Delegación Milpa Alta, departamento de becas, por la responsable (ver anexo 2)

cosas deben de flexibilizarse para ser obtenidos los apoyos, y así sean aprovechados para quiénes son creados.

Finalmente otro de los obstáculos que se llegan a presentar para las mamás jóvenes es la falta de tiempo, pues ellas generalmente tienen demasiadas actividades a realizar lo cual resulta lógico que no se puedan acercar a las instancias adecuadas para pedir ciertos beneficios creados para ellas.

Por lo anterior se refuerza aún más la petición de hacer más flexibles los programas para así puedan llegar a toda la población para la cual son creados, y no sólo para algunos, quienes generalmente suelen ser los mismos que aprovechan otros apoyos, de ahí que se haga necesaria una difusión más completa y amplia, con puntos estratégicos en los cuales las madres solteras puedan enterarse de lo sucedido, además de poder acceder a todas las ayudas requeridas.

Por lo mismo en el siguiente capítulo se presentará una propuesta en la cual se trata de dar una solución a través de una campaña de índole social, con el fin de beneficiar a este sector de madres solteras jóvenes del cual se ha estado hablando en todo este apartado.

Además de tratar de dar una solución específicamente a las mujeres que habitan dentro de la delegación de Milpa Alta, que como ya se mencionó anteriormente, cuentan con características diferentes e importantes distintivas de las demás aún dentro de la misma ciudad de México.

La propuesta que se expondrá a continuación esta basada en toda esta investigación, desde el proceso básico de percepción y sensibilización mostrado a lo largo del capítulo I, además de cómo ha ido evolucionando la mujer a lo largo de la historia de México, reflejado en el capítulo II, culminando así con una proposición, la cual tiene como objetivo solamente el que las madres solteras milpaltenses obtengan aquellos beneficios creados para ellas y así mismo el formar nuevas propuestas que respondan a las necesidades específicas del sector estudiado a lo largo de todo este trabajo.

CAPÍTULO III. PROPUESTA DE CAMPAÑA “SOLAS HEMOS PODIDO... CON TU AYUDA SERÁ MEJOR”

*Ser mujer es una experiencia de vida,
pero vivirla desde una perspectiva propia
y no desde una perspectiva impuesta
es una posibilidad y un desafío (Valdés, 1985)¹*

3. 1 Investigación de mercado.

Las campañas de publicidad social así como las comerciales necesitan de una planeación estratégica la cual obtenga resultados eficaces y relacionados con los objetivos planteados desde el inicio del trabajo o proyecto, de ahí que previamente en los capítulos I y II se haya esbozado el marco de referencia sobre el tema en particular de las madres solteras jóvenes en la delegación Milpa Alta.

Por lo anterior en éste capítulo se presentará la propuesta de campaña social “Solas hemos podido... con tu ayuda será mejor”, desde la investigación de mercado, encuesta, análisis y resultados de la misma, así como el informe o briefing, racional y concepto creativo, hasta las ejecuciones con su debido presupuesto.

Para esta campaña se abordará primeramente lo que es la Investigación de Mercado, con la finalidad de que se tenga una forma adecuada y estructurada sobre la campaña, siendo ésta la base de la propuesta.

La Investigación de Mercado es *“la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia...”*²

Además el objetivo fundamental de la investigación de mercado es proporcionar alguna información útil para la identificación así como la solución de los diversos problemas de lo estudiado, para poder tomar decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso, en este caso ver qué estilo de vida llevan las madres solteras milpaltenses, y de acuerdo a ello estudiar más a fondo los programas que pueden ayudarlas conforme a sus necesidades.

¹ TORRES, María Luisa. *Op. Cit.* P. 66

² MAHOLTRA K. Nares. *Investigación de mercados, un enfoque aplicado.*

Gracias a la investigación de mercado se pueden obtener beneficios tales como:

- Determinar las características del público objetivo.
- Proporcionar la información necesaria y real expresada en términos más precisos para resolver los problemas suscitados³

Para esta investigación primeramente se deben identificar bien los objetivos estos son:

❖ *Objetivos generales:*

- Dar a conocer los distintos programas sociales en beneficio de las madres solteras de la delegación Milpa Alta que proporciona el gobierno del Distrito Federal y otras instituciones, así como dar propuestas para la apertura de nuevos apoyos que les beneficien al mismo sector del cual se está hablando.

❖ *Objetivos particulares:*

- Expresar y reconocer el esfuerzo de las madres solteras jóvenes milpaltenses al salir adelante con una familia sin el apoyo de una pareja.
- Mostrar a las madres solteras que tienen apoyos y que pueden hacer uso de ellos.
- Exponer a las madres solteras jóvenes los distintos programas sociales que proporciona el gobierno del DF y otras instituciones, en beneficio de ellas, a través de una campaña social que les permita estar más de cerca con este tipo de apoyos.
- Difundir los programas, por medio de la campaña social, a todos los pueblos de la delegación Milpa Alta de la ciudad de México y puntos clave de cada uno de ellos para que así la mayor parte de la población de madres solteras pueda enterarse de los programas existentes a favor de ellas.
- Estimular a madres solteras a hacer uso de aquellos apoyos que les benefician a tener una mejor calidad de vida, tanto para ellas como para sus hijos.

³ LAGUNA, Luna Claudia. *Propuesta de campaña de publicidad social para prevención de trastornos alimenticios "No adelgaces tu vida"*. P. 117

- Proponer nuevos programas que beneficien a la mayor parte del sector de madres solteras, de acuerdo a sus necesidades.

3.1.2 Análisis situacional.

De acuerdo con lo visto en el anterior capítulo, las mujeres han sido parte esencial de la historia, desde la existencia del ser humano hasta nuestros días, además hoy en día siguen teniendo un lugar especial dentro de la sociedad.

Así también las mujeres milpaltenses forman parte del avance de la delegación y sobre todo en la sociedad desde la familia o mejor conocido como el hogar, gracias a las características con las que cuenta tienen un lugar de vital importancia para el mejoramiento, pues ellas en gran parte son las que colaboran en el sustento de sus casas.

Aún más las mujeres madres solteras tienen la gran responsabilidad de llevar el sustento a sus hogares por la situación en la que se encuentran, al no contar con el apoyo de los padres de sus hijos, sin embargo en muchos de los casos pueden solamente tener el soporte de los padres, que es con quienes generalmente viven.

3.1.3 Segmentación de mercado.

En esta parte se escoge al mercado o público meta⁴ al cual se dirigirá la campaña de publicidad social, que así mismo pretende impactar y beneficiar de acuerdo a las necesidades específicas.

Se parte de un principio, el de estudiar y satisfacer a todos y cada uno de los miembros de un universo, por lo que se debe hacer grupos con características así como necesidades comunes para poder estudiarlos, consiste en pocas palabras en dividir un mercado heterogéneo en grupo con al menos una característica homogénea, que en este caso es de ser madres solteras, lo cual va definiendo al universo de mujeres jóvenes.

⁴ Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, aquel grupo de personas que cumple con todas las características del segmento de mercado... FERNÁNDEZ, Valiñaz Ricardo. *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. Un enfoque latinoamericano*. P. 51

En la segmentación de mercado hay variables, éstas son: demográficas, geográficas y psicográficas, por lo cual las características con las que cuenta esta parte del segmento son las siguientes:

Demográficas:

- Edad: 15 a 30 años
- Sexo: Femenino
- Escolaridad: Secundaria y Nivel medio superior.
- Ocupación: amas de casa y empleadas.
- Ingresos: Menores a \$4000.00
- Gustos: parques y plazas públicos.
- Estado civil: solteras
- Tamaño de familia: 1 o 2 hijos, padre y madre (5 miembros)

Geográficas:

- Unidad geográfica o Ubicación: Delegación Milpa Alta con sus 12 pueblos.
- Condiciones geográficas: la mayoría del suelo es de cultivo y sus alrededores son montañas y cerros.
- Raza: existen etnias o mejor conocidos como pueblos originarios en los cuales se habla la lengua náhuatl.
- Tipo de población: tradicional y que se rige por sus costumbres así como sus creencias.

Psicográficas:

- Valores: respeto, amabilidad, responsabilidad, sujeción.
- Actitudes: responsabilidad ante las consecuencias de sus actos.
- Personalidad: una muy reservada en donde los problemas familiares se resuelven solamente dentro del hogar y con la misma familia.
- Cultura: llena de tradiciones y costumbres así como creencias que guían el estilo de vida de las personas.
- Ciclo de vida familiar: tradicional en donde la familia tiene que ser conformada por papá, mamá e hijos, y con un máximo de 3 hijos en promedio.
- Estilo de vida: tranquila y llena de festejos debido a las tradiciones religiosas y costumbres en comida, vestido y trabajo.

Por todo lo anterior se diseñó la siguiente encuesta, la cual tiene como objetivo detectar problemas o dificultades de las madres solteras jóvenes en la delegación de Milpa Alta, con el fin de dar una mejor

difusión y también un mejor funcionamiento en cuanto a recursos de apoyos que benefician a esta parte de la población.

Las características que comparten las mujeres milpaltenses, por el lugar en donde se habita y las formas de producción que se tienen son las siguientes:

- Pertenecen a un nivel D, D+ y C, por las actividades laborales y de lugar en las que se encuentran.
- Tienen gran influencia de tradiciones por el estilo de vida y creencias que se tienen al ser pueblos en donde viven.

De acuerdo a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A. C. (AMAI) los niveles socioeconómicos D, D+ y C, tienen las siguientes características:

| Nivel C | Nivel D+ | Nivel D |
|---|--|---|
| *Tiene ingresos o nivel de vida medio. *Nivel educativo es: preparatoria y secundaria. *Ocupaciones: pequeños comerciantes, empleados, vendedores, maestros de escuelas y obreros calificados. *Casas a veces propias, pero mayormente rentadas. *Cuentan con automóvil, teléfono, televisión, horno de microondas. *Poseen tarjetas de crédito nacionales e internacionales. *Pasatiempos: ir al cine, parques públicos y eventos musicales. | *Nivel de vida ligeramente por debajo del medio. *Nivel educativo: secundaria y primaria. *Ocupaciones: taxistas, comerciantes ambulantes o fijos, mensajeros, cobradores, obreros. *Casas propias o rentadas, viviendas de interés social, automóvil propio, transporte público, teléfono, televisión. *Servicios bancarios escasos (tarjetas de crédito, débito y ahorros). *Pasatiempos: Asisten a espectáculos organizados por la delegación y gobierno y parques públicos. | *Nivel de vida austero y bajos ingresos. *Nivel educativo: primaria (en la mayoría de los casos completa) *Ocupaciones: obreros, empleados de mantenimiento, empleados de mostrador, chóferes públicos, maquilladores, comerciantes. *Los inmuebles son propios o rentados. *Transporte público, televisión y a veces teléfono. *Ningún servicio bancario. *Pasatiempos: parques públicos y esporádicamente parques de diversiones. |

Cuadro realizado con base en las características de la página de la AMAI: <http://www.amai.org/NSE>

Con base en la descripción de los niveles socioeconómicos expuestos anteriormente se puede decir que son a los que pertenecen la mayoría de la población en Milpa Alta, esto es por las actividades que realizan, por ejemplo son empleados, comerciantes (frutas, verduras, es decir, lo cultivado),

chóferes, también por el nivel de educación, pues la mayoría va desde la primaria completa e incompleta hasta el nivel medio superior.

Así también la población milpaltense generalmente se divierte en las plazas y parques públicos con los que cuenta cada uno de los pueblos, pues en esta parte de la ciudad no hay cines, supermercados, tiendas departamentales, tiendas de autoservicio, lo cual refleja que la diversión en el tiempo libre es solamente en espacios públicos dentro de la delegación.

3.1.4 Encuesta.

Con base en los objetivos que se plantearon en la parte anterior de la investigación de mercado se decidió aplicar la siguiente encuesta, además se presentará con sus respectivas justificaciones de cada una de las partes que la integran.

La finalidad de la encuesta es conocer primeramente a las madres solteras jóvenes en la delegación Milpa Alta, sus necesidades, opiniones y si cuentan o conocen los apoyos diseñados para ellas que tienen como objetivo brindar una mejor calidad de vida tanto para las mamás como para sus hijos, y también obtener algunas características del nivel socioeconómico al que pertenecen.

Dentro de esta encuesta hay tanto preguntas cerradas como abiertas además de opción múltiple que complementan la información necesaria para analizar cada uno de los objetivos planteados.

Las preguntas abiertas o de respuesta libre *“permiten que el informante responda en sus propios términos, sin violentar sus puntos de vista...”*⁵, por lo mismo, como uno de los puntos es conocer las necesidades de las madres solteras, es necesario preguntar por sus percepciones así como las insuficiencias que tienen en la actualidad.

Para la investigación se necesitan datos específicos los cuales se pueden obtener a través de preguntas cerradas, las cuales tienen el objetivo de que la encuestada conteste concretamente, y así tener una mejor respuesta a analizar y finalmente la encuesta también cuenta con preguntas de opción múltiple, las cuales permiten a las encuestadas elegir entre más opciones de acuerdo a sus criterios.

⁵ DURÁN, Pich Alfonso. Op. Cit. P. 223

ENCUESTA
Cuestionario Cuantitativo
Madres Solteras Jóvenes en Milpa Alta

No. De Cuestionario: _____

Encuestador: _____

Fecha: _____

Lugar: _____

Pueblo: _____

Se deberá marcar con una X el número de la respuesta correspondiente a cada pregunta.

Para la realización de la encuesta se deberán considerar los siguientes aspectos:

- Ⓜ El encuestado debe cumplir con los parámetros fijados en las preguntas filtro (sexo, edad, hijos, delegación y estado civil).

En caso de que no cumpla con los requerimientos necesarios se dará la cancelación de la misma.

- **Encuestador:** Hola buenos días/tardes estoy realizando una encuesta sobre temas interesantes y quisiera pedirle unos minutos de su tiempo.

En esta primer parte se ponen los datos para un mejor control y orden de la investigación, ya que es importante ubicar en qué pueblo (de los 12 que conforman a la delegación) se está aplicando, así como los lugares concurridos (escuelas, mercados, plazas, calle, etc.) en los cuales se encuentra el público meta.

También se ponen las instrucciones para el encuestador al momento de realizarla, esto es con la finalidad de que se tenga una buena aplicación así como un mejor registro para la obtención de los resultados que arrojen las mismas.

***Preguntas Filtro.**

Marque con una X la respuesta.

1. Edad

1_____

- a) 15 a 20 años _____ **(si es menor, cancelar la encuesta)**

b) 21 a 25 años _____

c) 26 a 30 años _____ **(si es mayor, cancelar la encuesta)**

2. ¿Tiene hijos? 2 _____

a) Si _____

b) No _____ **(en caso de que la respuesta sea negativa, cancelar la encuesta)**

3. ¿De que edad? 3 _____

a) Meses _____

b) 1 a 3 años _____

c) 4 a 6 años _____

d) 6 a 12 años _____ **(si es mayor, cancelar la encuesta)**

4. ¿Cuál es su estado civil? 4 _____

a) Soltera _____

b) Casada **(contestar la pregunta 4.1)** _____

c) Divorciada _____

d) Viuda _____

e) Otro (especificar) _____ **(contestar la pregunta 4.1)**

4.1 ¿Recibe apoyo por parte de su esposo o pareja para la manutención de su(s) hijo(s)?

a) Si _____ 4.1 _____

b) No _____ **(contestar la pregunta 4.2)**

4.2 ¿Es usted madre soltera? 4.2 _____

a) Si _____

b) No _____ **(en caso de que la respuesta sea negativa, cancelar la encuesta)**

Las preguntas filtro tienen el objetivo de descartar a aquellas mujeres que no cumplan con las características que tiene el público meta al cual se dirige la campaña, por eso estas primeras cuatro determinarán si se continúa o no con el cuestionario.

Además entre paréntesis se encuentran las indicaciones para que el encuestador deseche o no correctamente y continúe con las preguntas siguientes.

***Programas y Apoyos**

5. ¿Conoce los apoyos o programas que ofrece el Gobierno Federal, el del Distrito Federal, Inmujeres, DIF, Delegación? 5 _____

a) Si _____ **(contestar la pregunta 5.1)**

b) No _____ (**pasar a la pregunta 6**)

5.1 ¿Cómo cuál? _____

6. ¿Cuenta con el apoyo de alguna institución? (**si la respuesta es No pasar a la pregunta 8**)

6 _____

a) Si _____ (**contestar la pregunta 6.1**)

b) No _____ (**pasar a la pregunta 7**)

6.1 ¿Con cuál? _____

7. ¿Cree que el apoyo que recibe le ayuda?

7 _____

a) Si _____ (**contestar la pregunta 7.1**)

b) No _____ (**pasar a la pregunta 8**)

7.1 ¿Cuánto?

7.1 _____

a) Mucho _____

b) Poco _____

c) Nada _____

8. ¿Cree que deberían abrirse nuevos programas para ayudar a las madres jóvenes que son solteras?

8 _____

a) Si _____ (**contestar la pregunta 8.1**)

b) No _____

8.1 ¿Cómo cuáles? _____

Ya ubicadas a las madres solteras jóvenes, se pretende saber si ellas tienen conocimiento de los programas que las ayudan, y no sólo eso, sino también estar al tanto si cuentan con ellos, esto es con la finalidad de mostrar que si bien hay recursos para ellas, al menos en la delegación no están bajando como es debido, gracias a la falta de información y a todo lo planteado en el capítulo anterior en su último punto.

Estas preguntas también tienen el objetivo de saber cuáles programas les gustaría tener para mejorar sus vidas, además de conocer lo que piensan de acuerdo a las necesidades de cada una de las encuestadas.

***Alimentación y necesidades**

9. Señale con una X las veces que consuma cada uno de los alimentos indicados:

| Alimento | Diario | 2 o 3 veces por semana | Cada semana | Cada quincena | Cada mes | Nunca |
|--------------------|--------|------------------------|-------------|---------------|----------|-------|
| a. Leche | | | | | | |
| b. Huevo | | | | | | |
| c. Tortilla | | | | | | |
| d. Verdura | | | | | | |
| e. Fruta | | | | | | |
| f. Cereales | | | | | | |
| g. Pan | | | | | | |
| h. Pollo | | | | | | |
| i. Carne de Res | | | | | | |
| j. Carne de Puerco | | | | | | |
| k. Pescado | | | | | | |
| l. Refresco | | | | | | |

10. De los productos anteriores ¿porqué consume más _____ (llenar de acuerdo a lo contestado)? _____

11. De los productos anteriores ¿porqué consume menos _____ (llenar de acuerdo a lo contestado)? _____

Con el cuadro y las preguntas 10 y 11 se pretende conocer la cultura gastronómica que tienen las mujeres milpaltenses y de acuerdo a ello ver qué tipo de nutrición les están dando a sus hijos, para así plantear una mejor alimentación en los niños que son el futuro de la sociedad.

12. La escuela a la que asiste su(s) hijo(s) es... 12_____

a) Pública _____

b) Privada _____

13. ¿Su(s) hijo(s) cuenta con beca o algún apoyo para seguir estudiando? 13_____

a) Si _____ (responder la pregunta 13.1)

b) No _____ (pasar a la pregunta 14)

13.1 ¿Con cuál? _____

En estas tres preguntas se pretende saber las condiciones con las que cuentan los hijos de las madres solteras para seguir estudiando, pues también existen apoyos para ellos y que sin embargo tampoco están bajando como es debido.

14. ¿Cuenta con seguro de gastos médicos? 14_____

a) Si _____

b) No _____ (**Pasar a la pregunta 15**)

14.1 ¿Con cual? 14.1_____

a) IMSS _____

b) ISSSTE _____

c) Seguro Popular _____

d) Centro de Salud _____

14.2 ¿Le dan las medicinas? 14.2 _____

a) Si _____ (**Pasar a la pregunta 17**)

b) No _____ (**contestar la pregunta 16**)

15. ¿Cuánto gasta generalmente en un médico u hospital particular? (sin contar medicamentos) 15_____

a) De \$200 a \$500 _____

b) De \$600 a \$1000 _____

c) Más de \$1000 _____

16. ¿Cuánto gasta generalmente en medicamento? 16_____

a) De \$200 a \$500 _____

b) De \$600 a \$1000 _____

c) Más de \$1000 _____

En esta sección lo que se pretende es conocer las condiciones en las que se encuentran las madres solteras así como sus hijos en materia de salud, cuando se enferman, acuden al médico y compran medicinas, a cuánto asciende el gasto o si tienen algún seguro médico que las proteja en este aspecto tan vital del ser humano.

****Estudios y ocupación**

17. ¿Cuál fue su nivel máximo de estudios? 17_____

- a) Ninguno _____
- b) Primaria incompleta _____
- c) Primaria completa _____
- d) Secundaria incompleta _____
- e) Secundaria completa _____
- f) Carrera comercial _____
- g) Carrera técnica _____
- h) Preparatoria o vocacional incompleta _____
- i) Preparatoria o vocacional completa _____
- j) Licenciatura incompleta _____
- k) Licenciatura completa _____
- l) Diplomado o maestría _____
- m) Doctorado _____

18. ¿Tiene algún oficio? 18_____

- a) Si ____ (**contestar la pregunta 18.1**)
- b) No ____ (**Pasar a la pregunta 19**)

18.1 ¿Cuál? _____

19. ¿Cuál es su ocupación? 19_____

- a) Ama de casa _____
- b) Comerciante _____
- c) Profesionista _____
- d) Estudiante _____
- e) Otro (especifique) _____

19.1 ¿Si tuviera la oportunidad de terminar sus estudios, por medio de una beca o el cuidado de su(s) hijo(s) en una guardería o escuela, lo haría? 19.1 _____

- a) Si _____
- b) No _____

19.2 ¿Porqué? _____

Para esta parte de la encuesta lo pretendido es descubrir el nivel de educación con el que cuentan las madres solteras, pues dependiendo de su preparación son las oportunidades de trabajo y así el nivel de vida que pueden tener tanto ellas como sus hijos.

Además se puede conocer el deseo de seguir estudiando para mejorar sus situaciones, pues si bien es cierto que trabajan de acuerdo a sus posibilidades, también pretenden elevar un poco más sus ingresos para darles una vida superior a las personas que dependen de ellas.

***Nivel Socioeconómico**

20. ¿A cuánto asciende el gasto mensual de su familia? 20_____

- a) De \$2000 a \$4000 _____
- b) De \$5000 a \$6000 _____
- c) Más de \$6000 _____

21. Su casa es.... 21_____

- a) Propia _____
- b) Rentada _____
- c) Otro (especificar) _____

22. Su casa es de... 22_____

- a) Concreto _____
- b) Tierra _____
- c) Tabique _____
- d) Otro (especificar) _____

23. Su techo es de.... 23_____

- a) Lámina _____
- b) Concreto _____
- c) Otro (especificar) _____

24. ¿Cuántos focos tiene en total en su casa? 24_____

- a) De 1 a 5 _____
- b) De 6 a 10 _____
- c) De 11 a 15 _____

d) Más de 16 _____

25. ¿Cuál es el total de piezas y/o habitaciones cuenta en su hogar?, sin incluir baños, pasillos, etc.

25_____

a) Uno ____

b) Dos _____

c) Tres _____

d) Cuatro _____

e) Más _____

26. En su hogar ¿Cuenta con calentador de agua o boiler?

26_____

a) Si _____

b) No _____

27. Cuenta en su hogar con aparatos electrónicos como:

27_____

a) Lavadora _____

b) Microondas _____

c) DVD _____

En esta última parte de la encuesta, el objetivo es conocer el nivel socioeconómico perteneciente las encuestadas así como las características de sus hogares, para que de acuerdo a la información dada se les pueda ayudar, con los respectivos programas, los cuales como se mostraron anteriormente existen, solo que hay algunos problemas para poder contar con ellos.

Además para determinar el tipo de necesidades con las que cuentan en sus respectivas casas, en cuanto a infraestructura, ya que gracias a las condiciones de ésta es como se les puede garantizar elevar un poco su nivel de vida.

3.1.5 Elección de la muestra.

Para obtener la información, es necesario primeramente saber a quién encuestar, después de determinado el segmento de la población de acuerdo al total de éste, se va a elegir a una parte para aplicar la encuesta.

Precisamente esta parte elegida se llama *Elección de la Muestra*, la cual es una sección que representa al total de la población de la cual se está hablando, una muestra es una porción de algo, que en este caso se trata de las madres quienes comparten las características de : juventud y soltería.

De acuerdo a Maholtra K. Nares en su libro *Investigación de mercados, un enfoque aplicado* existen dos tipos de técnicas de muestreo: *probabilísticas y no probabilísticas*; en este último se selecciona al segmento por casualidad, mientras que en el primero se basa en el juicio personal del investigador, éste puede decidir arbitraria o conscientemente sobre qué elemento incluir la muestra.⁶

Para esta investigación se utilizó la primer opción, *muestreo probabilístico*, pues al aplicar las encuestas se seleccionaron los lugares en donde era probable encontrar al segmento, por ejemplo en las entradas de los niños en los kinder y primarias, así como en los mercados, lo cual hace consciente sobre qué parte de la población dirigirse, además de que también fue arbitraria, gracias a la elección hecha.

También es importante tomar en cuenta las características que debe tener la muestra elegida, de acuerdo al autor Alfonso Durán ésta “*debe poseer al menos dos condiciones fundamentales: 1. Representatividad. Es decir, debe ser un universo en miniatura. En teoría lo que resulte de la muestra debe coincidir exactamente con lo que resultaría si se hubiese consultado sin error a todo el universo. 2. La confianza. La muestra debe garantizar la representatividad respecto del universo, y esta confianza debe garantizar que en el caso de repetir la investigación con la misma muestra u otra representativa, los resultados serían los mismos...*”⁷

Fundamentalmente al tomar en cuenta dichas disposiciones es como se eligió a una muestra que cumple con éstas dos características mencionadas, más adelante en su obra, el mismo autor da una clasificación o tipos de muestras, que también se retomaron en cierta medida.

Por ejemplo se tomó parte del *muestreo por estima* de la forma por *Cuota*, la cual establece una cantidad que se seleccionó para investigarla, también se utilizó una porción del *muestreo polietápico*; el cual es una forma simple del azar, pero del cual se van eligiendo posteriormente submuestras.⁸

⁶ MAHOLTRA, K. Nares.

⁷ DURÁN, Alfonso. *Op. Cit.* P. 225

⁸ *Ibidem.* Pp. 225-229

Lo anterior quiere decir que se tomó en cuenta concientemente los lugares para aplicar las encuestas, de acuerdo a las estimaciones del encuestador, estableciendo una porción del total de un universo al azar y así sólo terminando de hacer dichas encuestas a aquellas mujeres que cumplieran con todas las características requeridas.

Con todo lo expuesto en este punto se mostrarán a continuación los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a 200 mujeres, de las cuales solamente 40 son las que cumplieron con los requerimientos completos (ser madres solteras), en la delegación Milpa Alta.

3.1.6 Resultados, gráficas y análisis de la investigación.

Total de Cuestionarios: 200

Encuestador: Verónica García Ortiz

Fecha: 8-12 de Diciembre de 2008

Lugar: Delegación Milpa Alta

Pueblos:

- Santa Ana Tlacotenco "En la orilla de las jarillas o breñales" 15
- San Agustín Ohtenco "A la Orilla del Camino" 10
- San Antonio Tecomitl "En la olla o cántaro de piedra" 20
- San Bartolomé Xicomulco "En el Hoyo Grande" 20
- San Francisco Tecoxpa "Sobre piedras amarillas" 10
- San Jerónimo Miacatlan "Junto o cerca de donde hay cañas o varas de flecha" 10
- San Juan Tepenahuac "Cerca del Cerro" 10
- San Lorenzo Tlacoyucan "Lugar verdascoso o lleno de jarilla" 10
- San Pablo Oztotepec "Encima de la gruta" 20
- San Pedro Atocpan "Sobre tierra fértil" 25
- San Salvador Cuauhtenco "Cerca del Bosque" 25
- Villa Milpa Alta, Anteriormente Malacachtepec, "Lugar rodeado de cerros" 25



De acuerdo a la proporción, es decir, al tamaño de cada uno de los pueblos que conforman la delegación Milpa Alta es como se aplicaron los cuestionarios. Por ejemplo en Villa Milpa Alta, San Salvador y San Pedro, se hicieron más debido a que cuentan con mayor población y afluencia de mujeres, además son los lugares con mejor accesibilidad para llegar a las escuelas, plazas, etc., por el tipo de transporte.

En seguida se encuentran San Antonio Tecomitl, San Pablo, San Bartolomé y Santa Ana en donde se aplicaron 20 encuestas, debido a que son éstos los siguientes tanto en población como en accesibilidad, quedando así los demás, pues son poblaciones que están lejos del centro de la delegación y a las orillas de la misma, tal y como lo muestra el siguiente mapa:

***Preguntas Filtro.**

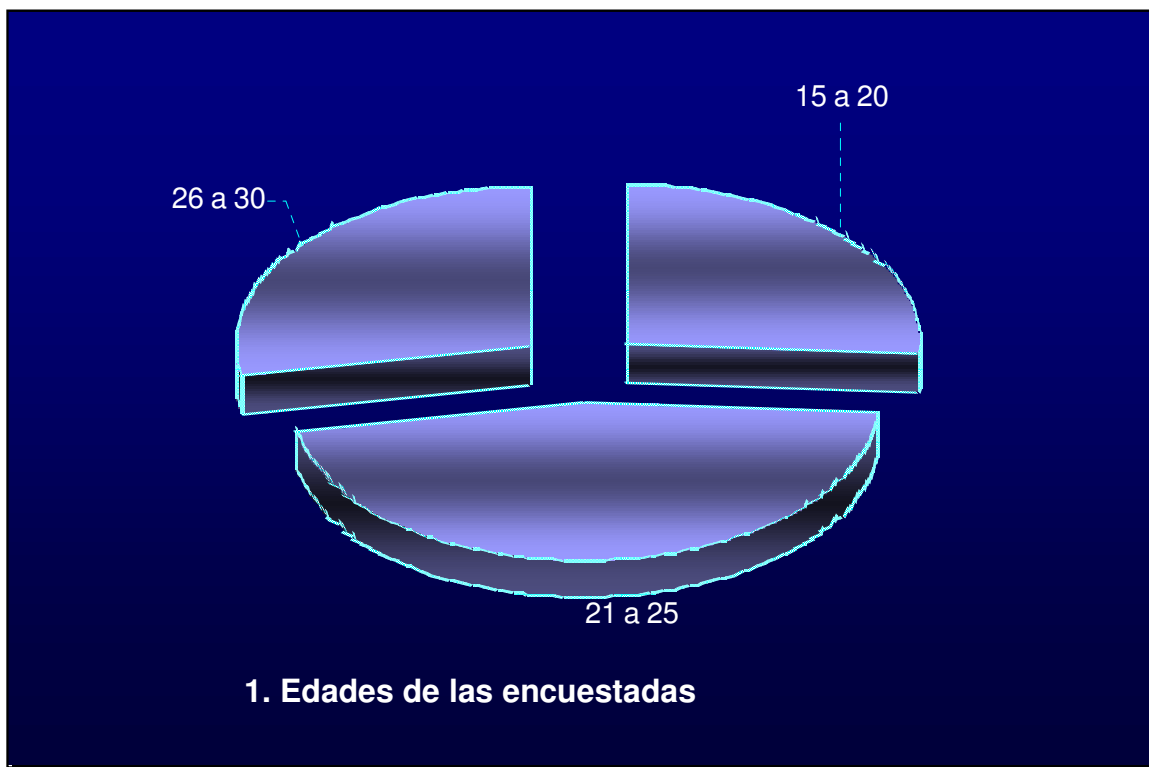
1. Edad

1 200

a) 15 a 20 años 52 (si es menor, cancelar la encuesta)

b) 21 a 25 años 92

c) 26 a 30 años 56 (si es mayor, cancelar la encuesta)



Como se ha explicado anteriormente se aplicaron 200 encuestas con preguntas filtro, las cuales pretenden conseguir sólo la información del público meta al cual se dirige la campaña, de ahí que si la mujer a la cual se le preguntó no cumplía con las características, en este caso de la edad se le cancelaba automáticamente la investigación de acuerdo a las indicaciones para el entrevistador.

Esta gráfica muestra cuántas mujeres cumplían con el rango de edades, es decir, de 200 encuestas aplicadas al mismo número de personas a ninguna se le tuvo que cancelar, ya que la muestra seleccionada procuraba ser joven al momento de preguntar por parte de la encuestadora, de ahí que las 200 mujeres investigadas al menos llegaron a la siguiente pregunta.

2. ¿Tiene hijos?

2 200

- a) Si 188
b) No 12 (en caso de que la respuesta sea negativa,
Cancelar la encuesta)



Ahora bien esta gráfica muestra que las mujeres entrevistadas, es decir, a las cuales se les aplicó la encuesta, ya sea en los kinder, primaria, calle y mercados, no todas eran madres, sino de las 200 sólo 12 no tenían hijos, eran tías, primas o hermanas de los niños que llevaban a su lado, porque otro de los rasgos de la elección fue el hecho que llevaran un niño junto a ellas para ir detectando poco a poco al público objetivo.

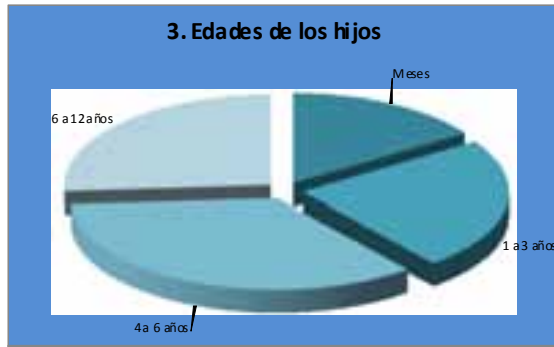
Esto demuestra que en esta parte del territorio de la ciudad de México aún las mujeres son las únicas encargadas de llevar a los niños a la escuela o consigo si salen algún lado, esto es gracias a las características de educación infundidas desde pequeñas, por ejemplo los valores y costumbres transmitidos de generación a generación y más en lugares tan tradicionalistas como lo son los pueblos que conforman a la delegación.

3. ¿De que edad?

3 188

- a) Meses 54
b) 1 a 3 años 81
c) 4 a 6 años 120
d) 6 a 12 años 90 (si es mayor, cancelar la encuesta)

Total: 345



Otra de las especificaciones con las cuales debían de contar las mujeres jóvenes madres es que sus hijos entraran dentro del rango de edades, el cual en este caso es de meses hasta 12 años, por lo mismo si eran mayores los niños se desechaba la encuesta, esto es porque si eran mayores ellos las mujeres podrían serlo también, además si los niños eran más grandes podrían estar cursando la secundaria, lo cual en muchos casos tienen menor grado de vulnerabilidad y de ahí que sean menos las oportunidades de programas los cuales les apoyen.

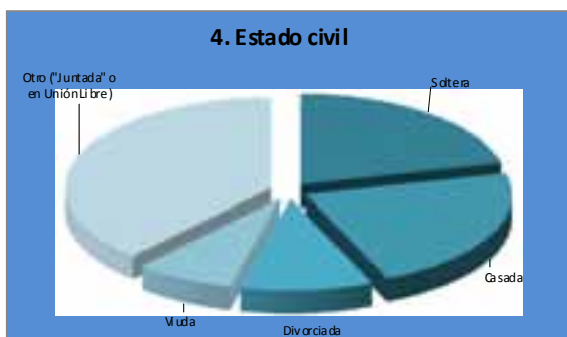
Por lo dicho en el párrafo anterior, la gráfica permite ver que las edades entre las cuales oscilan los hijos de las mujeres entrevistadas, la mayoría están entre los 4 y 6 años, es decir en la etapa en donde asisten al kinder, lo cual muestra la proporción en cuanto a la edad de los hijos así como el de las madres.

Por lo mismo se puede mencionar que el público objetivo al cual se dirige la campaña tiene pequeños de edades en donde se tienen mayores necesidades escolares y familiares porque dependen totalmente del responsable del hogar, que en este caso es la mamá, además comprueba lo dicho en el capítulo anterior, en el cual se mencionaba que en la actualidad las mujeres tienden a tener solamente de uno a dos hijos, pues en total son 345 niños divididos entre las 188 mujeres encuestadas da un resultado de 1.8 niños por cada una de ellas.

4. ¿Cuál es su estado civil?

4 188

- a) Soltera 41
- b) Casada (**contestar la pregunta 4.1**) 43
- c) Divorciada 20
- d) Viuda 10
- e) Otro (especificar) 74 Unión libre o juntada (**contestar la pregunta 4.1**)



Después de averiguar si es madre, su edad y la de sus respectivos hijos, se necesitaba saber de la encuestada cuál era su estado civil, esto es con la finalidad de continuar o no con la encuesta, para que de ahí se indagaran las especificaciones de sus necesidades, las cuales son el eje para la campaña que se está proponiendo.

La mayoría resultó ser “juntada” o mejor dicho, esta en unión libre con su pareja, lo cual hace interesante el hecho de que de las 74 mujeres quienes respondieron a esta pregunta un 90% decía que se encontraba “juntada”, palabra que las define por estar viviendo con un hombre pero sin casarse.

Ahora bien, esta pregunta era necesaria por el hecho de que las mujeres quienes respondieran al inciso **a** eran el sector al cual se estaba buscando para realizarle todas las preguntas de la encuesta y así descartar a las demás, pues son las que se encuentran en mayor situación de vulnerabilidad al no

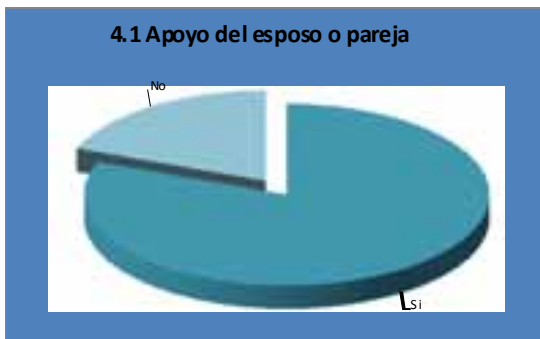
contar con una pensión, caso contrario son de las divorciadas, viudas o casadas y en unión al disponer del apoyo de sus respectivas parejas.

4.1 ¿Recibe apoyo por parte de su esposo o pareja para la manutención de su(s) hijo(s)?

a) Si 152

4.1 188

b) No 36 (contestar la pregunta 4.2)



La gráfica anterior deja ver el apoyo con el cuentan las mujeres entrevistadas, es decir, que las casadas o en unión libre así como algunas solteras tienen el sostén de un hombre que trabaja por ellas y sus hijos, mientras un 40% de ellas no lo tienen, lo cual demuestra la necesidad de obtener una ayuda por algún lado fuera del hogar para salir adelante con sus respectivas familias.

Además en la gráfica se calcula con base a 188 mujeres las cuales hasta aquí contestaron, ya que las 12 restantes no eran madres, sin embargo muestra de la misma forma que existe una gran necesidad para sacar adelante a una familia por esta razón las mamás salen de sus hogares a trabajar pues se encuentran un poco más presionadas por ser el sostén de sus casas.

4.2 ¿Es usted madre soltera?

4.2 188

a) Si 41

b) No 147 (en caso de que la respuesta sea negativa, cancelar la encuesta)



Esta pregunta se hizo con la finalidad de que las madres jóvenes ratificaran su estado civil y así continuar con la encuesta sin errores, todo esto con el propósito de obtener la información necesaria para la investigación, es decir, tener datos reales de mujeres que se encuentran en esta situación y viven a diario con necesidades específicas con sus respectivas familias al estar constituidas de distinta forma a las tradicionales.

En esta última parte de las *preguntas filtro* era indispensable que las mujeres madres solteras contestaran, pues de acuerdo a la información pedida en las partes posteriores de la encuesta es como se consolidaría la propuesta de la campaña.

Como se puede observar una cuarta parte del total de las encuestadas son el público objetivo, es decir, de 10 mujeres encuestadas por lo menos 2 son madres solteras, lo que indica un segmento de la población la cual se encuentra en un estado de vulnerabilidad al no contar con un sostén de ayuda, o en algunos casos sólo con el apoyo de los familiares, sin embargo eso no es suficiente, por lo mismo salen a trabajar jornadas laborales extensas con poco sueldo para sacar adelante sus hogares.

***Programas y Apoyos**

5. ¿Conoce los apoyos o programas que ofrece el Gobierno Federal, el del Distrito Federal, Inmujeres, DIF, Delegación?

5 41

a) Si 5 (contestar la pregunta 5.1)

b) No 36 (pasar a la pregunta 6)

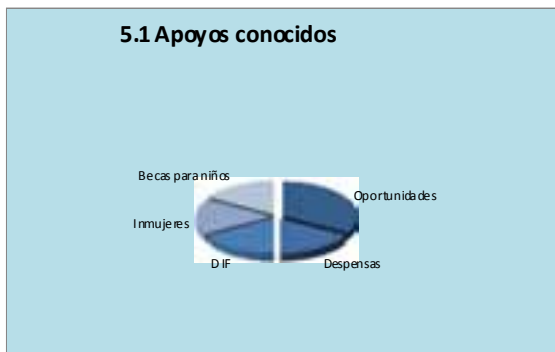


La anterior gráfica muestra que el 80% de las entrevistadas no conocen los apoyos existentes para ellas, incluso ni los dirigidos para las mujeres en general sin ninguna situación en particular, lo cual refleja la necesidad de mayor difusión para que lleguen a la mayoría de la población y sean realmente utilizados para la finalidad con la cual fueron creados.

A partir de ésta pregunta y gráfica se manejarán solamente los resultados de las madres solteras jóvenes en Milpa Alta, aquellas que ya han sido seleccionadas a través de las preguntas filtro y que por su situación pudieron contestar de acuerdo a la experiencia de cada una de ellas en la vida diaria.

5.1 ¿Cómo cuál?

Becas para niños, despensas, oportunidades, DIF, Inmujeres



De las 41 mujeres que son el público objetivo de la campaña solamente respondieron afirmativamente a la pregunta 5, las cuales mencionaron conocer los programas que les benefician a ellas en particular, especialmente porque son los más conocidos, entre esos están las despensas, oportunidades, DIF, Inmujeres y becas para niños.

Entre los programas más conocidos, y por lo mostrado en la gráfica, es el de Oportunidades, pues es el más mencionado, le sigue el de las becas para niños, y la razón de este es porque los hijos de las madres solteras que estudian, pueden a través de una convocatoria en la escuela o directamente del profesor acceder a ella, los demás son mencionados porque de acuerdo a las respuestas expuestas los han escuchado alguna vez por la calle o de alguna persona.

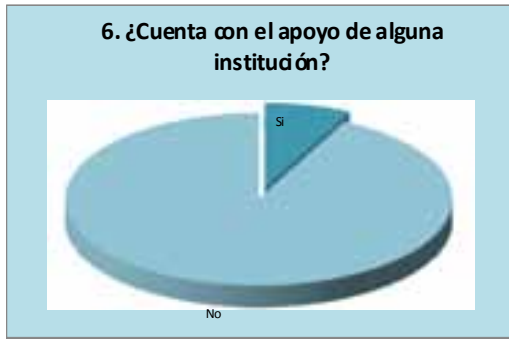
Sin embargo el hecho de conocer un programa no quiere decir específicamente contar con el, sino solamente tienen conciencia de ello, pues en la gráfica siguiente se podrá ver que si bien es cierto las madres solteras han escuchado sobre los programas, también lo es que no pueden acceder a ellos, por varios factores, los cuales se mostraron en uno de los puntos del capítulo II,

6. ¿Cuenta con el apoyo de alguna institución? (si la respuesta es No pasar a la pregunta 8)

6 41

a) Si 3 (contestar la pregunta 6.1)

b) No 38 (pasar a la pregunta 7)



Como se puede observar, de las 5 mujeres que contestaron conocer los programas no todas cuentan con ellos, pues aún a pesar de no saber bien sobre los apoyos, las 41 madres solteras mencionaron o dejaron entrever que solo un 5% o menos son las beneficiarias de alguna ayuda para salir adelante.

Lo anterior refleja que si bien los programas existen, no están siendo favorecidas las personas quienes verdaderamente lo necesitan, debido a la falta de información acerca de los mismos y por las instancias que son encargadas.

6.1 ¿Con cuál?

Oportunidades (1) e Inmujeres (2)



De las mujeres quienes contestaron *Si* contar con el apoyo por parte de alguna institución (3), dos de ellas tienen el de oportunidades, mientras que una solamente ha sido beneficiada por Inmujeres, lo cual refleja la falta de difusión en cuanto a programas de ayuda para las mujeres con vulnerabilidad, es decir, madres que son el sustento de sus hogares y no cuentan con soporte de alguna pareja, sino solo con el de los padres.

Así mismo la gráfica muestra el porcentaje de las personas quienes son beneficiadas, pues de un universo de casi 116 mil habitantes (115 895) donde las mujeres son el 51% del total siendo así 58 882⁹ mil, solamente 3 de 41 mujeres quienes representan a todas en la delegación cuentan con ayuda, sin embargo no únicamente ellas tienen necesidad, sino todas las que realmente son responsables de sus propios hogares.

7. ¿Cree que el apoyo que recibe le ayuda?

7 3

- a) Si 2 (contestar la pregunta 7.1)
- b) No 1 (pasar a la pregunta 8)



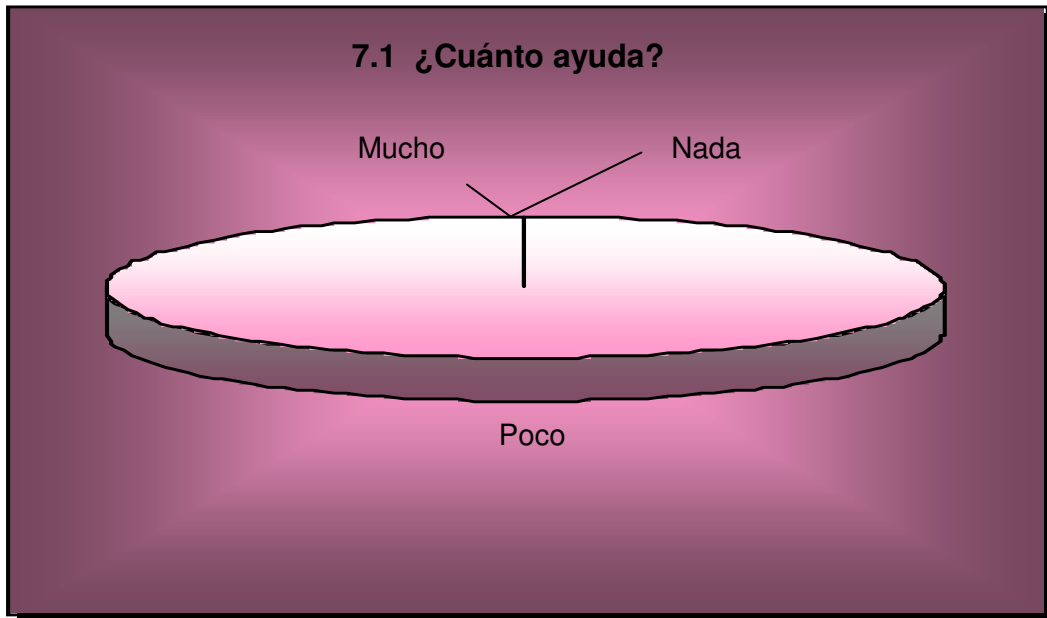
Como se puede apreciar de las mujeres quienes respondieron recibir el apoyo, dos creen que de alguna forma les sirve dicho programa y una no, lo cual refleja que los programas, al menos los provistos, pueden solucionar en cierta medida las necesidades, esto también da a entender lo siguiente: si se les apoya con programas más adecuados a ellas, podrían mejorar sus situaciones respectivas con una mejor calidad de vida.

⁹ Resultados definitivos del II censo de población y vivienda 2005 para el distrito federal. INEGI.

7.1 ¿Cuánto?

7.1 2

- a) Mucho _____
- b) Poco 2
- c) Nada _____

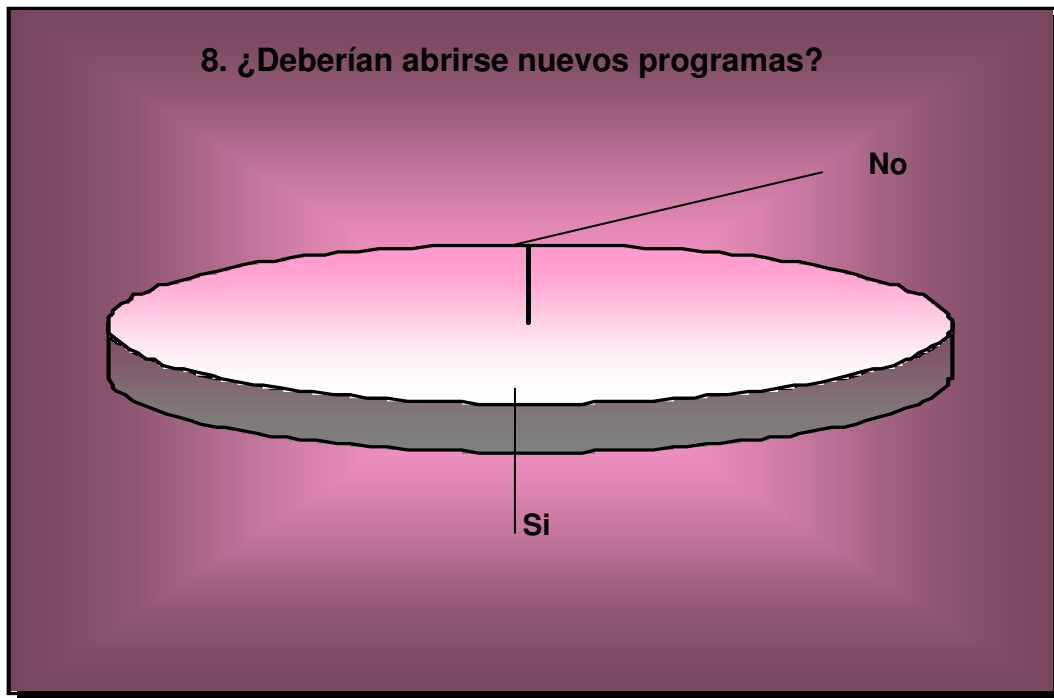


Ahora bien de las mujeres quienes respondieron tener el apoyo y a las cuales les sirve de alguna manera, también reconocieron que es en realidad Poca la ayuda obtenida, pues de acuerdo a su situación y necesidades, los programas deberían ir más enfocados a las insuficiencias que ellas tienen en la vida diaria.

8. ¿Cree que deberían abrirse nuevos programas para ayudar a las madres jóvenes que son solteras?

8 41

- a) Si 41 (contestar la pregunta 8.1)
- b) No _____



Todas las madres solteras jóvenes encuestadas respondieron afirmativamente a la pregunta, lo cual refleja que en general necesitan de algún tipo de ayuda mediante programas y así poder salir adelante con un sostén.

Además con los resultados de esta pregunta responden también a la falta de difusión e información de los programas existentes, porque como ya se vio en puntos anteriores, apoyos los hay, sin embargo información no.

8.1 ¿Cómo cuáles?

Guarderías o estancias infantiles gratuitas con un horario más prolongado 35

Trabajos (de medio tiempo) 38

Cursos donde enseñen algún oficio 30

Microempresas o cooperativas para empleos 10

Cursos donde enseñen y se puedan llevar a los niños 25

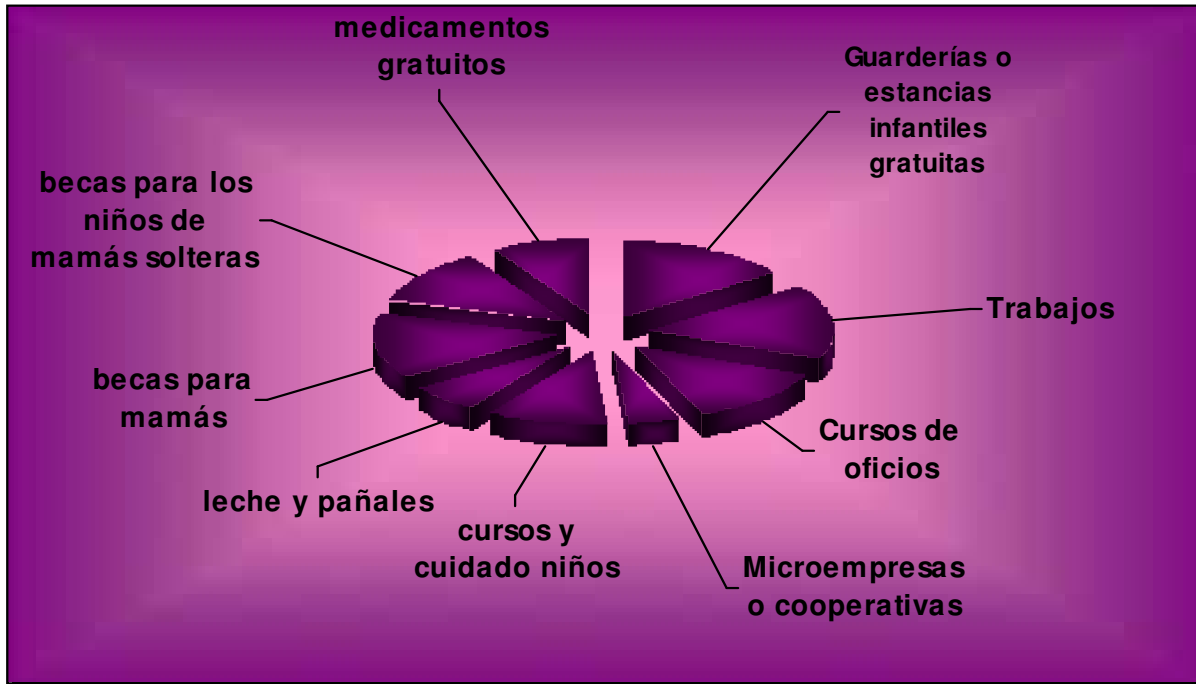
Ayuda en leche y pañales 15

Becas para mamás solteras 32

Becas para los niños de mamás solteras 28

Medicamentos gratuitos 20

Programas propuestos de acuerdo a las necesidades de las madres solteras



Esta gráfica muestra las peticiones de las madres solteras, conforme a la experiencia diaria que les da al ser las responsables de sus hogares.

Es de suma importancia las respuestas provistas por las mamás, pues de ellas depende la propuesta de la campaña, porque si bien es cierto que hay apoyos y éstos ayudan a las mujeres, las madres solteras tienen necesidades específicas, en este caso de becas tanto para ellas como para sus hijos, además de medicamentos gratuitos en las instancias correspondientes, por ejemplo en los centros de salud, pero no solo que sean gratuitos sino también se puedan encontrar en el hospital o clínica.

Algo relevante para esta campaña es la necesidad de capacitación para encontrar un mejor empleo, lo cual refleja el interés de dar todo a sus hogares por medio de un trabajo con una buena remuneración que sería posible a través de preparaciones de acuerdo al espacio, en este caso la delegación, por ejemplo cursos de costuras o para producir algún producto.

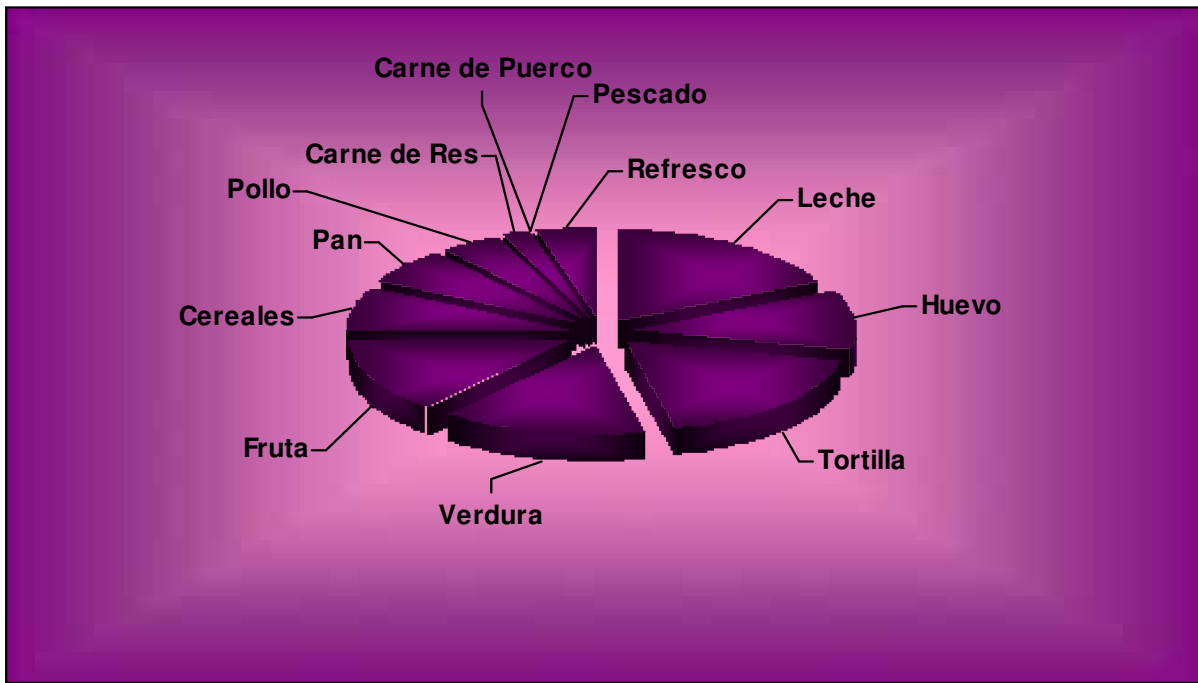
También es importante debido a que surgen, por parte de las madres solteras, las iniciativas de trabajar y no sólo recibir ayudas económicas por medio de cualquier tipo de becas, lo cual tampoco quiere decir que no las necesiten.

***Alimentación y necesidades**

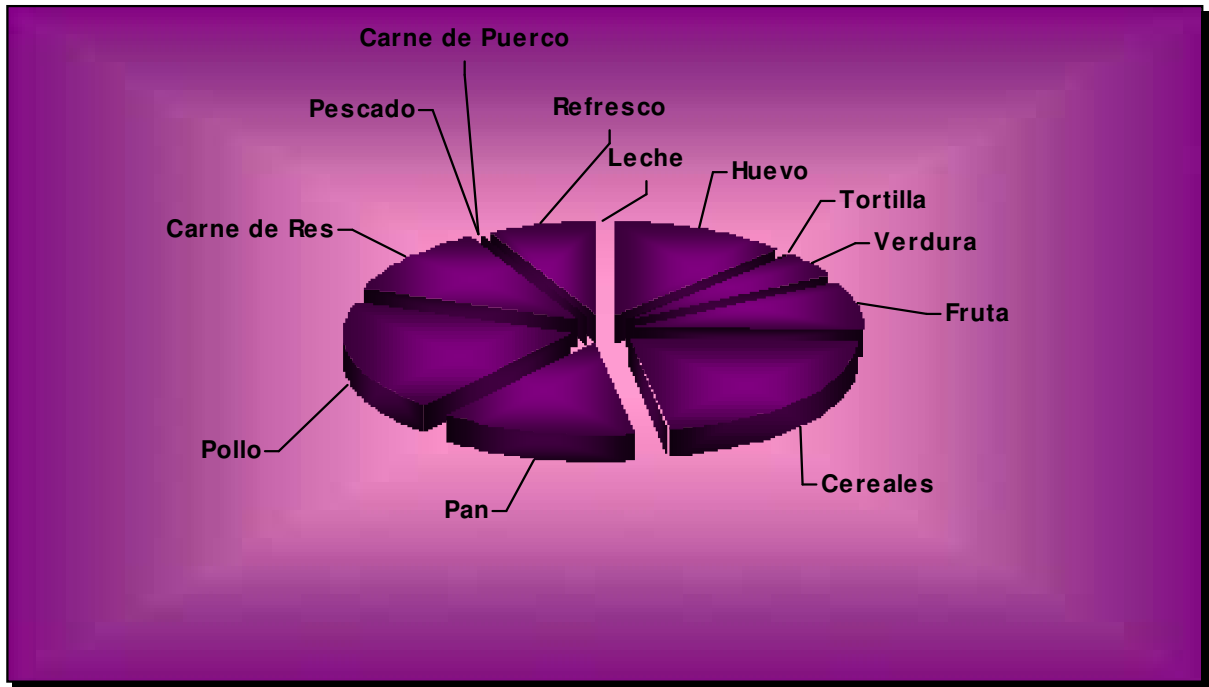
9. Señale con una X las veces que consuma cada uno de los alimentos indicados:

| Alimento | Diario | 2 o 3 veces por semana | Cada semana | Cada quincena | Cada mes | Nunca |
|--------------------|--------|------------------------|-------------|---------------|----------|-------|
| a. Leche | 41 | | | | | |
| b. Huevo | 25 | 16 | | | | |
| c. Tortilla | 41 | | | | | |
| d. Verdura | 35 | 6 | | | | |
| e. Fruta | 30 | 11 | | | | |
| f. Cereales | 19 | 28 | 3 | | | 1 |
| g. Pan | 15 | 18 | 8 | | | |
| h. Pollo | 10 | 25 | 6 | | | |
| i. Carne de Res | 5 | 15 | 10 | 8 | 3 | |
| j. Carne de Puerco | | | 25 | 10 | 4 | 2 |
| k. Pescado | | | 5 | 10 | 15 | 11 |
| l. Refresco | 10 | 10 | 10 | 5 | | 6 |

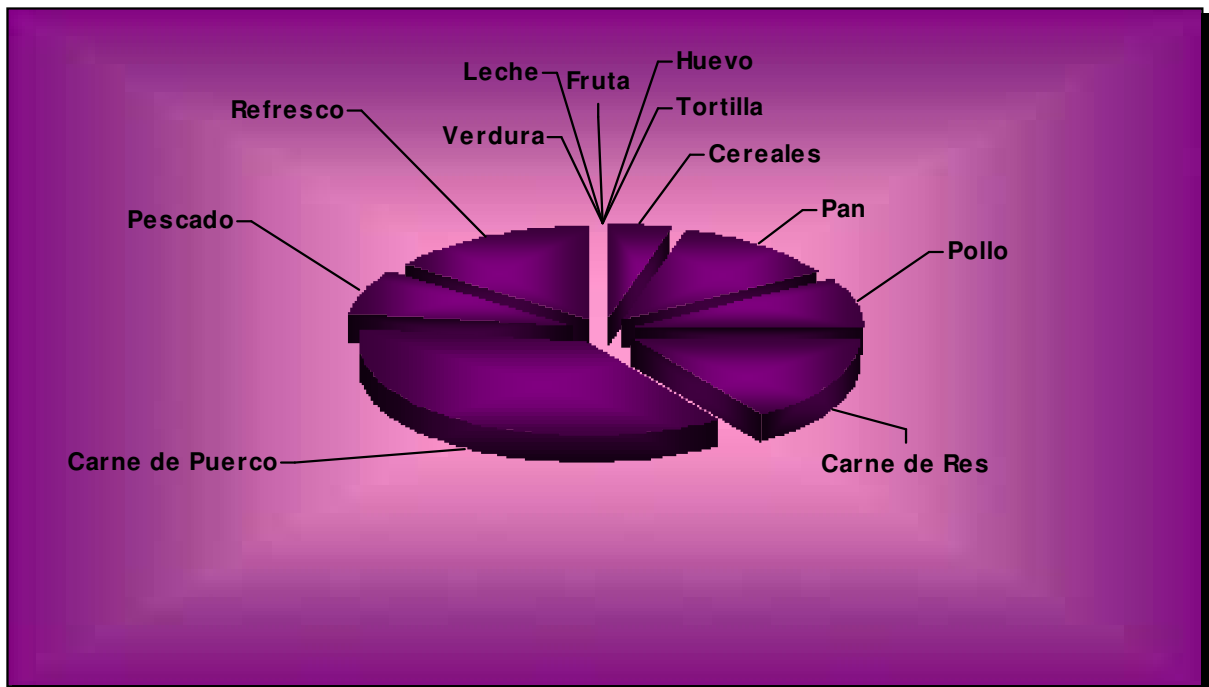
Diario



2 o 3 veces por semana



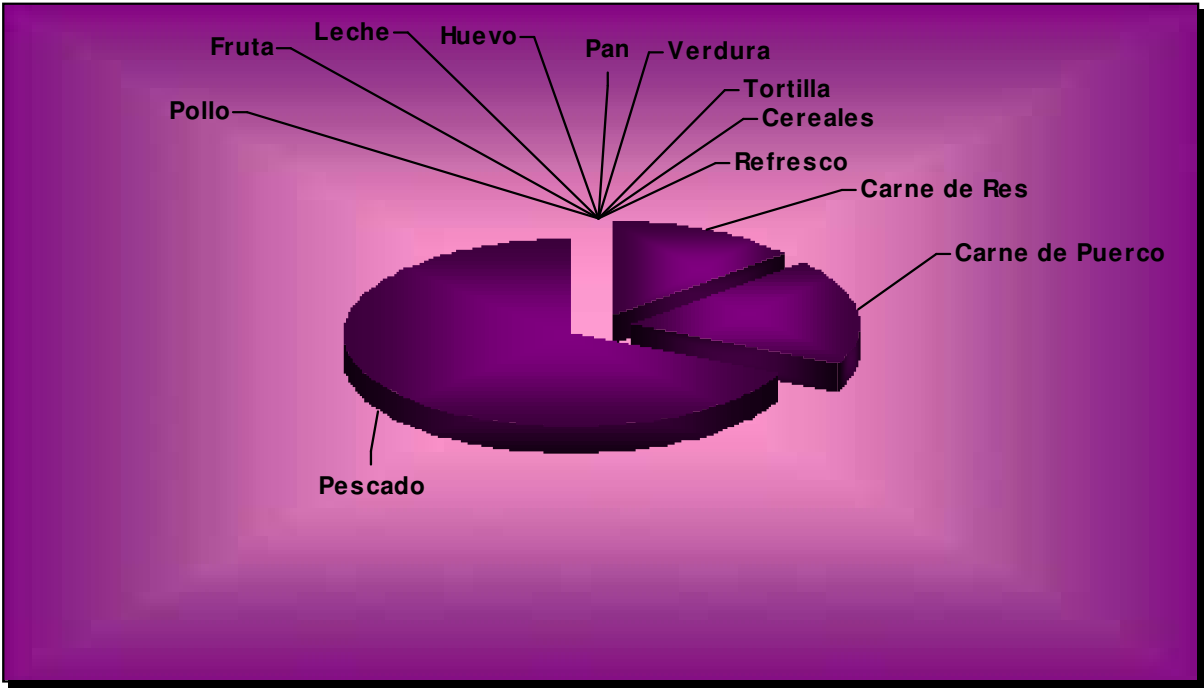
Cada semana



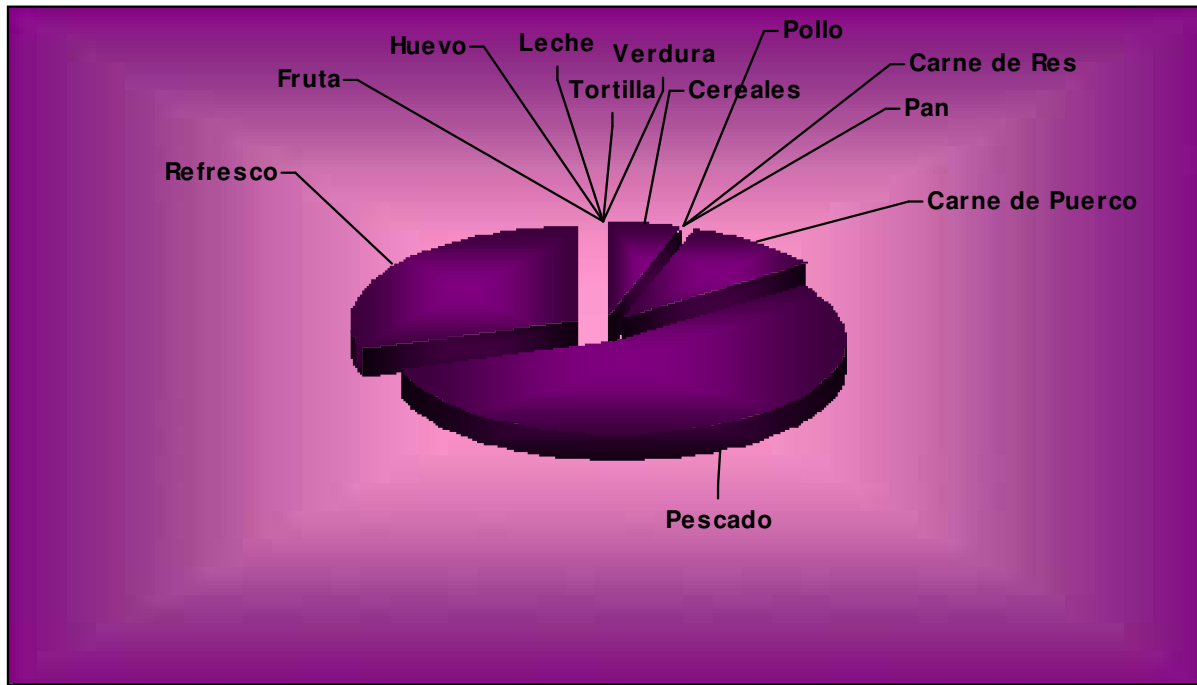
Cada quincena



Cada Mes



Nunca



Para esta sección se podrá reflejar la cultura alimenticia que tienen las madres solteras en la delegación, esto es con la finalidad de descubrir un poco sobre las necesidades y cómo están alimentados los niños y hogares en general.

Como se puede observar en las gráficas se muestra que la base de la alimentación es la leche, las tortillas y la verdura, debido a los integrantes del hogar, los cuales son en este caso niños, éstos alimentos se consumen diariamente por el bien de los mismos.

Cabe destacar que en esta zona de la ciudad de México aún las tortillas consumidas son hechas a mano desde el proceso primario, es decir, desde el cultivo del maíz hasta el paso final, el hacerlas en un comal y finalmente comerlas, por lo mismo en cada uno de los pueblos aún se pueden encontrar molinos de nixtamal que son utilizados por las mujeres al ir a moler su maíz ya procesado para tener la masa.

Por las características que presenta la delegación ésta es muy distinta, y más aún en el estilo de la comida, pues no se encuentran lugares como centros comerciales y mucho menos establecimientos

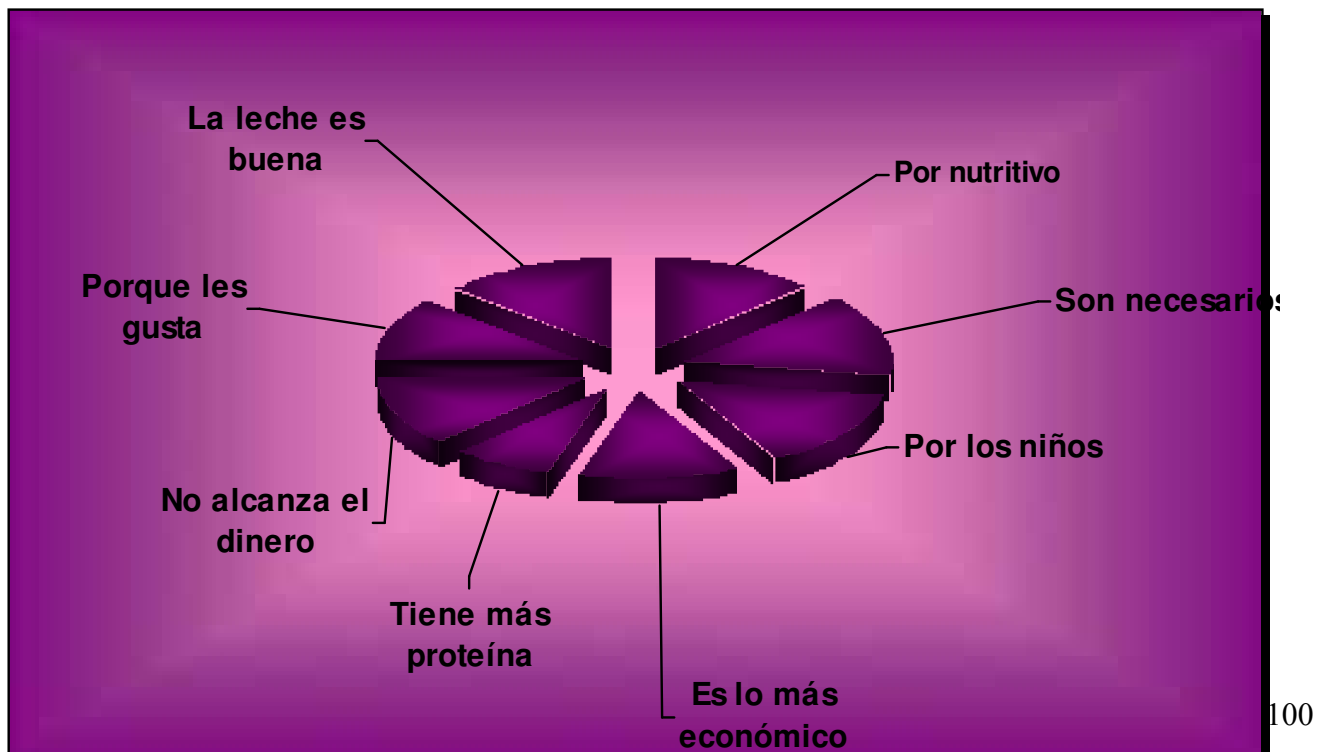
de comida rápida, lo que hay es por ejemplo el mercado en Villa Milpa Alta, en donde se venden todo tipo de comida, desde tacos, tortas hasta comida corrida, incluso también hay mujeres vendiendo tortillas hechas a mano, lo cual no quiere decir que tampoco haya tortillerías, por el contrario, éstas también existen, sin embargo lo preferido es la tortilla cultivada y elaborada.

Así mismo se puede notar la alimentación que no se tiene, esta es la de no comer carne de puerco, pescado y refresco, debido a los integrantes de la familia y sobre todo al ingreso, el cual no alcanza para dichos alimentos, o incluso en algunos casos por razones de salud como se vera a continuación en la siguientes graficas.

10. De los productos anteriores ¿porqué consume más Leche, tortilla, verdura (llenar de acuerdo a lo contestado)?

- Por nutritivo 30
- Son necesarios 35
- Por los niños 35
- Es lo más económico 30
- Tiene más proteína 18
- No alcanza el dinero 29
- Porque les gusta a los niños 28
- La leche es buena para los niños 32

10. Razones de la alimentación



Aquí se encuentran las razones por las cuales las mamás solteras consumen diariamente productos como leche, tortilla y verduras, motivos que son de suma importancia para el desarrollo físico e intelectual de los niños.

Con esta gráfica se muestran las opiniones emitidas por cada una de las 41 madres que llegaron a responder todas las preguntas, además se debe resaltar que por lo menos cada quien respondió con 5 o 6 respuestas, lo cual se refleja en la tabla.

De las respuestas más sobresalientes es que los productos como la leche, tortilla y verdura son necesarios para la alimentación de los niños específicamente, además de mencionar que la primera es buena y benéfica para los mismos, incluso nutritiva en la mayoría de los casos.

Sin embargo existen también otras de las razones por las cuales consumen aquellos productos, y estas saltan a la luz al ser mencionadas, por ejemplo que son lo más económico y sobre todo porque no alcanza el dinero con el que cuentan en sus respectivas familias para la alimentación diaria.

Por lo mismo, es necesario el implementar que programas como el de la leche Liconsa tenga un poco más de cobertura para este sector ya que es de vital importancia en el sustento de la familia, así como el de despensas o medicamentos gratuitos, todos con la finalidad de apoyar a aquellas mujeres quienes son la base de sus familias.

11. De los productos anteriores ¿porqué consume menos pescado, refresco y carne de puerco (llenar de acuerdo a lo contestado)?

Porque hacen daño a los niños 26

No alcanza 32

Son caros 29

No les gusta a los niños 16

Provocan alergias 2

No están a la mano 27

Por los precios 31

11. Razones de alimentación



Ahora bien, si en la anterior gráfica se muestran las razones por las cuales se consumen aquellos productos, aquí se notan las justificaciones porque no comen cierto tipo de alimentos, por ejemplo el pescado, la carne de puerco y el refresco.

Una de las razones más preponderantes es el hecho de los precios, es decir, el dinero con el que cuentan no les es suficiente para mantener ese tipo de alimentación, además en varias ocasiones causan o dan como resultado alergias, tal es el caso del pescado.

Esta razón es muy resaltante para la pregunta, pues varias así mismo contestaron que no alcanza su economía para comprarlos y aún más otra de las razones mas sobresalientes y va muy de la mano con las anteriores es la respuesta de que son caros.

Como se puede ver las razones no son más que el reflejo del nivel de vida y sobre todo el nivel socioeconómico perteneciente de cada una de las encuestadas. Finalmente cabe mencionar que de las 41 madres encuestadas, cada una de ellas por lo menos emitió 4 opiniones o razones sobre este tópico, lo cual explica las cifras puestas en la parte de arriba.

12. La escuela a la que asiste su(s) hijo(s) es...

12 41

a) Pública 32

b) Privada 8 (tienen meses o son menores de 4 años y no estudian)



En esta parte de las encuestas también lo que se pretende es saber en qué condiciones estudian los hijos de las madres solteras, para ver cómo están funcionando los programas destinados a ellos en general y si por lo menos algunos de los apoyos los disfrutaban los niños de mamás solteras.

Por lo que se puede observar a través de la gráfica la mayoría de los niños, un 80% de ellos asisten a la escuela, sobre todo pública y el 20 restante no, esto responde no al nivel de analfabetismo, pues se debe de reconocer la preocupación por la educación de los hijos, sino a la edad. Por ejemplo las mamás quienes respondieron que sus hijos no asisten a la escuela es porque son menores de 4 años y no están en la edad de entrar al kinder.

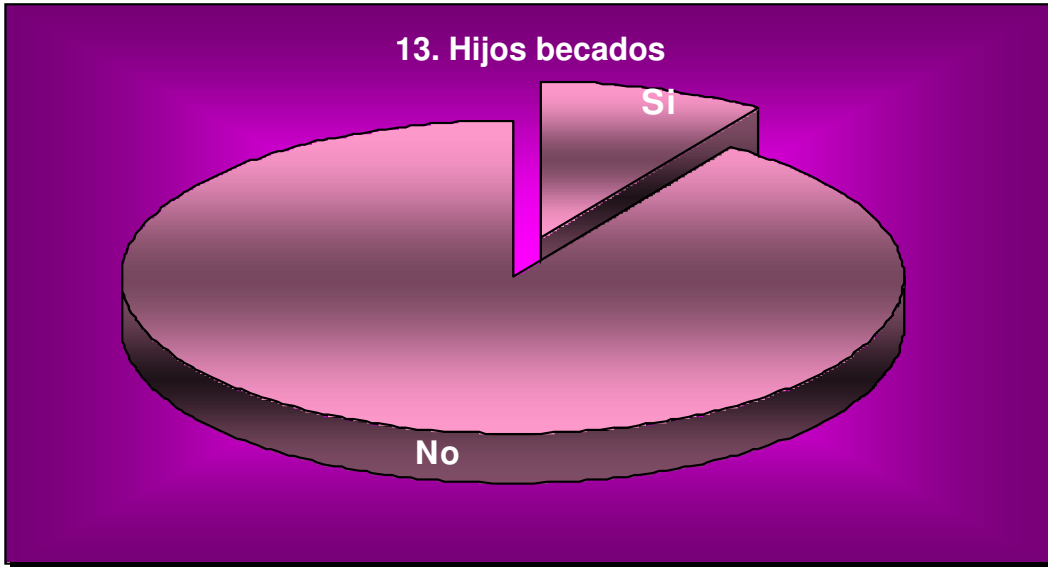
Además también cabe destacar que del 80% de los cuales asisten a la escuela, todos van a una pública pues el sector encuestado pertenece a un nivel socioeconómico de D, D+ y C, lo que significa no contar con las posibilidades de mandar a sus hijos a una particular, esto refleja la necesidad de abrir centros en los cuales se eduquen a niños sin costo mientras las mamás aprenden algún oficio para encontrar un trabajo.

13. ¿Su(s) hijo(s) cuenta con beca o algún apoyo para seguir estudiando?

13 32

a) Si 3 (responder la pregunta 13.1)

b) No 29 (pasar a la pregunta 14)



Otra de las preguntas para saber el estado educacional en los niños milpaltenses es si cuentan o no con becas para seguir estudiando, o mejor dicho para mantener de alguna forma sus estudios.

Por lo cual solamente menos del 10% respondió *si*, sin embargo no sabían a ciencia cierta cómo se llama el programa, pues tienen conocimiento de los mismos por parte de la escuela o el profesor, de ahí que solo 3 de 32 niños cuenten con una beca para seguir estudiando. Se cuenta sobre 32, porque ese es el número de mamás solteras quienes respondieron sobre la pregunta si sus hijos se encuentran estudiando.

13.1 ¿Con cuál?

Por ti y por tu futuro 1

La que proporciona la escuela 2



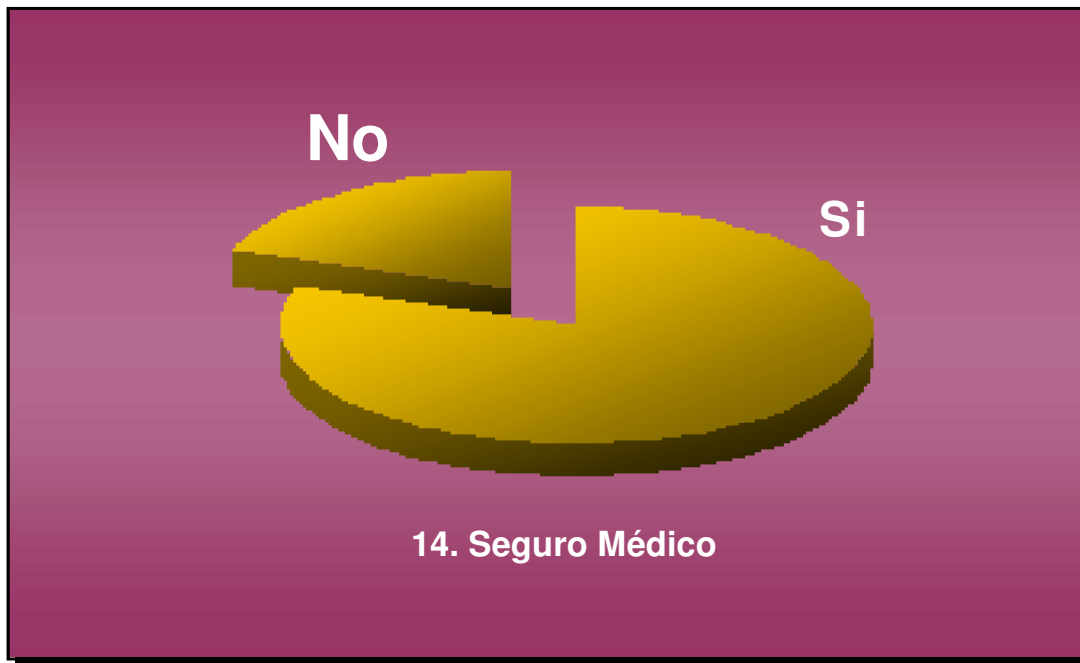
Ahora de los tres niños beneficiados por una beca, de acuerdo a los datos y a la gráfica dos de ellos tienen la proporcionada por la escuela, de la cual no se sabe el nombre, pues la mamá no lo conoce, mientras que sólo una madre contestó “Por ti y por tu futuro”, debido a que así se llama la ayuda dada a su hijo para continuar en la escuela y no dejarla. Lo cual también refleja la falta de conocimiento en cuanto a programas para niños en general, así como sus nombres.

14. ¿Cuenta con seguro de gastos médicos?

14 41

a) Si 33

b) No 8 (**Pasar a la pregunta 15**)



Esta parte, después de la educativa y alimenticia, muestra las necesidades reales de las madres solteras a nivel de salud, ya que las preguntas tienen el tópico de enfermedades así como medicamentos.

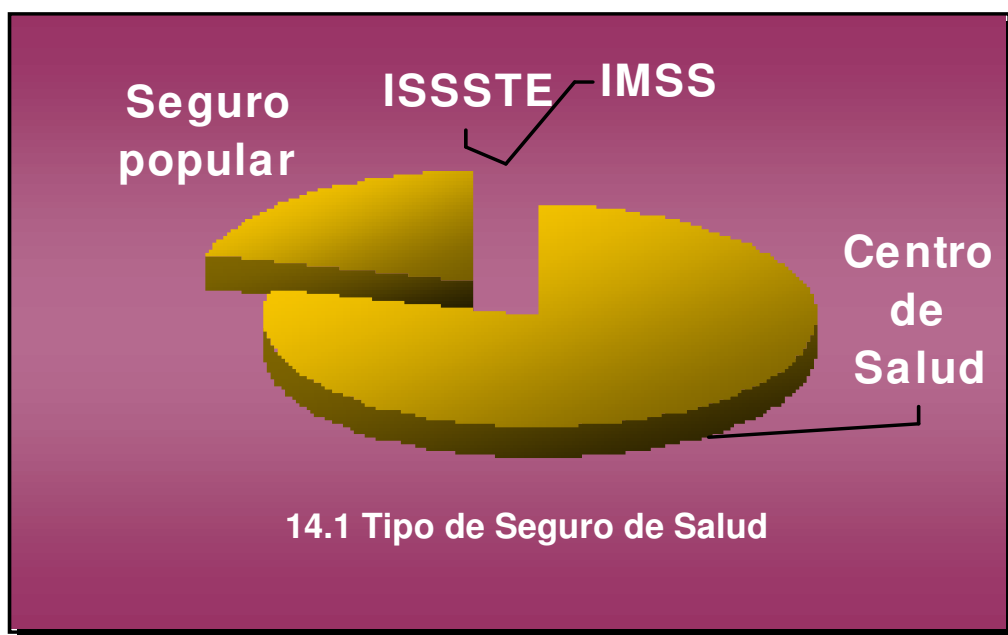
De las 41 encuestadas respondieron que si cuentan con seguro de gastos médicos, esto da un 75% del total, entendiendo así que tienen derecho a ir a los Centros de Salud, lo cual refleja para ellas dicho seguro, asimismo con ello se puede acceder a los demás lugares especializados para atenderse médicamente por parte del gobierno, por ejemplo una mujer al encontrarse embarazada puede acceder a una hoja de gratuidad en dichos centros y luego ir a un hospital para ser atendida con todo lo respectivo.

De esta manera se nota la necesidad de contar con un servicio de salud eficiente tanto para ellas como para sus hijos, los cuales requieren de ellas para sobrevivir hasta que puedan valerse por sí mismos, de hecho no sólo se quiere ayudar a los niños sino también a las madres quienes son las que llevan la mayor carga en la familia al tener que trabajar tanto dentro como fuera del hogar.

14.1 ¿Con cual?

14.1 33

- a) IMSS _____
- b) ISSSTE _____
- c) Seguro Popular 7
- d) Centro de Salud 26



Como se mencionó anteriormente, las madres entendían por seguro de gastos médicos, en la mayoría de casos, a los distintos Centros de Salud que se encuentran en los diversos pueblos, de ahí que más del 70% haya contestado para esta opción, como una solución cuando tienen necesidad de ir al médico ya sean ellas o sus hijos, pues los demás servicios como el IMSS o el ISSSTE no tienen acceso debido a los padres de los niños, esto es porque no cuentan con ellos en sus trabajos o no los tienen registrados.

14.2 ¿Le dan las medicinas?

14.2 33

- a) Si 30 (**Pasar a la pregunta 17**) Cuando hay y a veces.
- b) No 3 (**contestar la pregunta 16**)

14.2 Dotación de medicinas

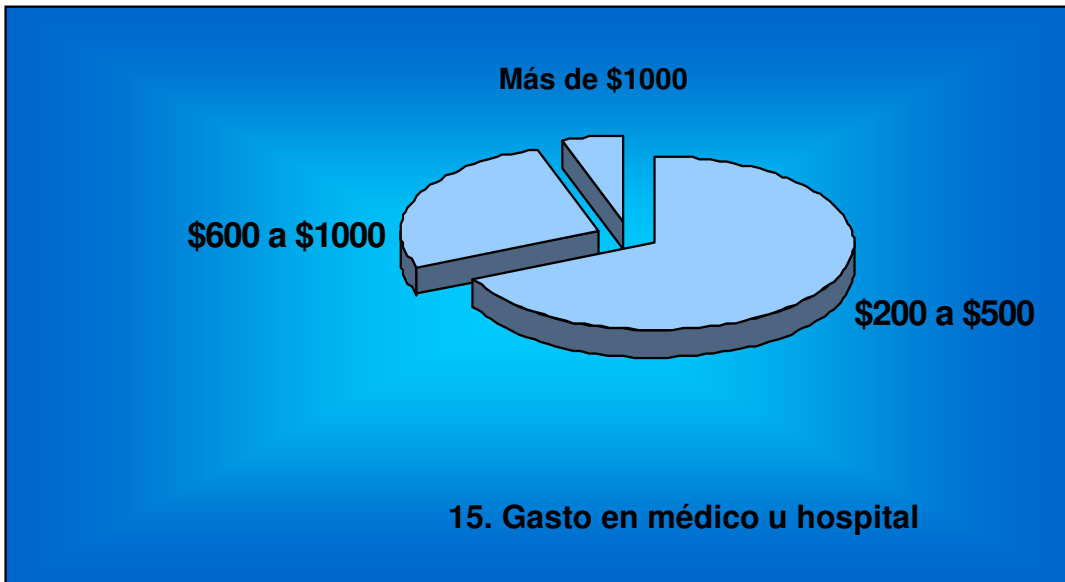


Las respuestas para esta parte son de suma importancia, porque se refleja el servicio y la calidad de los mismos por parte de los gobiernos, al ser éstos los encargados de los centros de Salud, los medicamentos que deben de dar gratuitamente en su mayoría los proporcionan, siempre y cuando éstos estén en cada uno de los centros, pues las respuestas de las madres dan a notar que en varias de las ocasiones no les facilitan las medicinas gracias a que no hay, lo cual tiende a ser entonces un gasto más al ser necesarios en momentos de enfermedad.

15. ¿Cuánto gasta generalmente en un médico u hospital particular? (sin contar medicamentos)

15 41

- a) De \$200 a \$500 28
- b) De \$600 a \$1000 11
- c) Más de \$1000 2



15. Gasto en médico u hospital

Cuando no se cuentan con seguro de gastos médicos o no se puede ir a los centros de salud debido a la falta de tiempo o a la urgencia presentada, las mamás llevan a los niños a un médico particular, en donde generalmente hay uno o dos dentro de cada uno de los pueblos, es así como hacen gastos fuertes gracias a la necesidad mostrada en ese momento, de ahí la pregunta hecha, además de las 41 mujeres encuestadas respondieron 29 el inciso a; de 200 a 500 pesos son lo que regularmente pagan a los doctores, esta cifra representa gran valor y esfuerzo por el hecho de no contar con un trabajo bien remunerado o con la ayuda limitada de los familiares que apoyan a dicha madre.

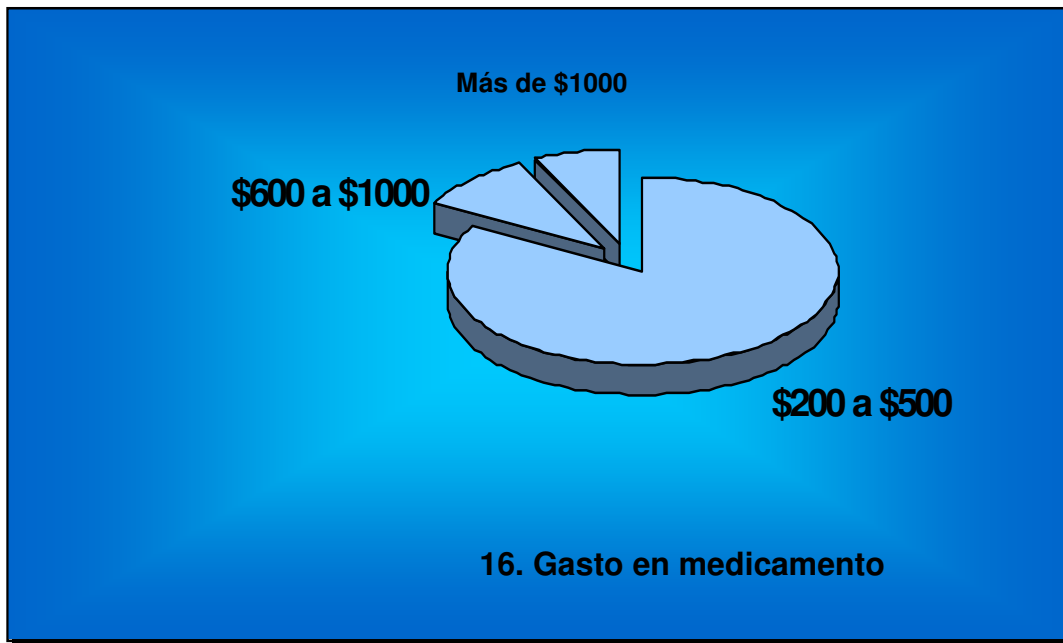
16. ¿Cuánto gasta generalmente en medicamento?

16 41

a) De \$200 a \$500 34

b) De \$600 a \$1000 4

c) Más de \$1000 3



Al asistir a un médico particular o ir a algún lugar de servicios gratuitos, generalmente recetan medicamento el cual a veces se proporciona en los centros públicos, pero cuando no hay o se asiste a uno particular las medicinas deben ser compradas y el dinero también sale de la bolsa de la mamá o de la familia que la apoya, pero en varias de las ocasiones no es suficiente porque se recurre a pedir prestado para solucionar la situación.

Por lo anterior se hace necesario primeramente dotar de una buena cantidad de medicamentos a los servicios públicos de salud, todo dependiendo de la totalidad de personas que reciben así como de las enfermedades más frecuentes de cada una de las poblaciones, además si no es posible asistir a los servicios públicos también el facilitar de alguna manera dichas medicinas ya que son necesarias e indispensables para cada situación presentada.

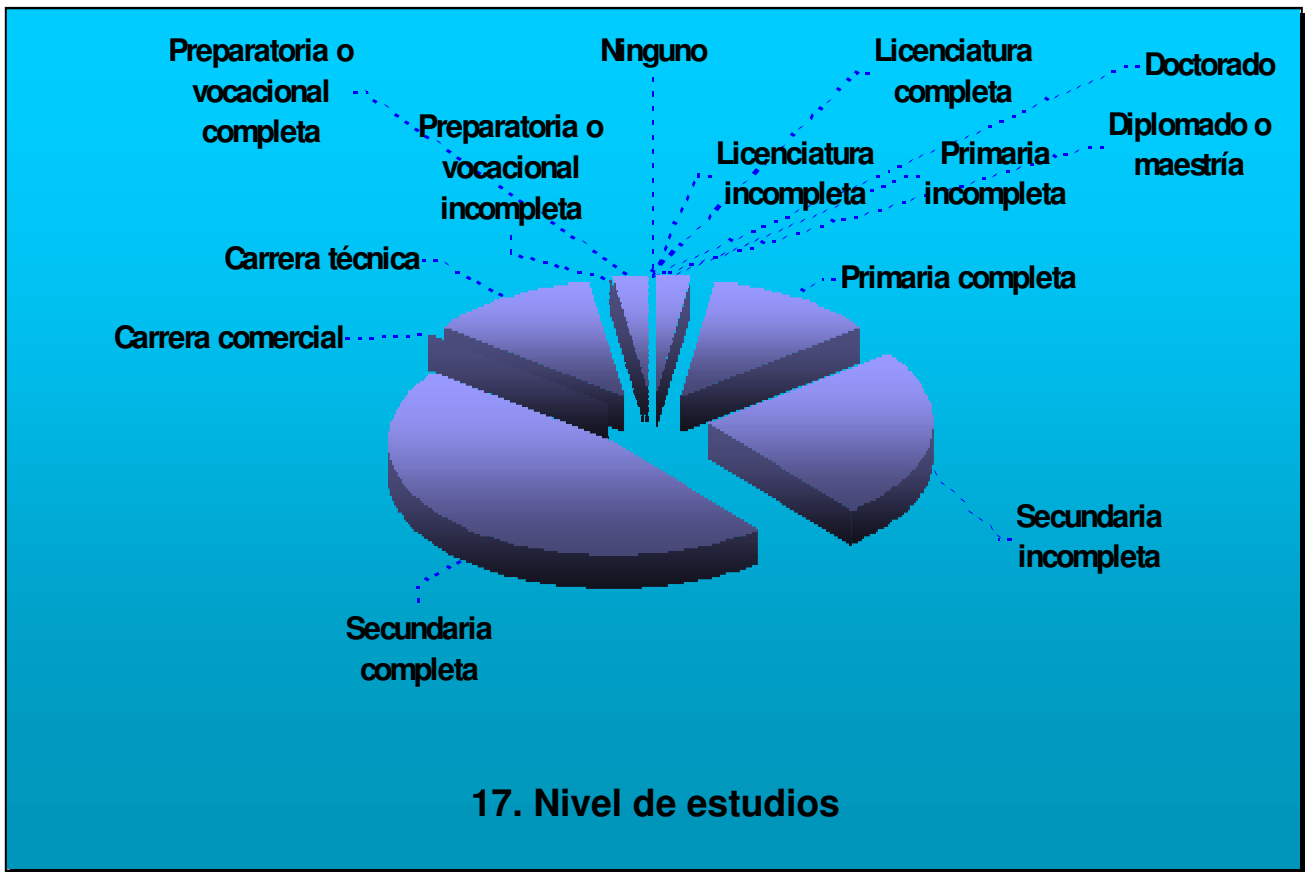
Lo expuesto en estos párrafos refleja precisamente algunas de las necesidades de las madres solteras, y con lo mostrado en la gráfica en donde se refleja el hecho de que la mayoría de las encuestadas cuando hacen algún gasto en lo referente a la salud, éste puede ser elevado al no contar con una estabilidad económica para ellas así como para sus hijos.

****Estudios y ocupación**

17. ¿Cuál fue su nivel máximo de estudios?

17 41

- a) Ninguno _____
- b) Primaria incompleta 1
- c) Primaria completa 5
- d) Secundaria incompleta 10
- e) Secundaria completa 19
- f) Carrera comercial _____
- g) Carrera técnica 5
- h) Preparatoria o vocacional incompleta _____
- i) Preparatoria o vocacional completa 1
- j) Licenciatura incompleta _____
- k) Licenciatura completa _____
- l) Diplomado o maestría _____
- m) Doctorado _____



Con esta pregunta se puede reflejar que la mayoría de las mujeres a las que se encuestaron, y por la zona, tienen por lo menos la secundaria completa o incompleta, lo cual muestra un grado mínimo de analfabetismo, aún siendo una zona rural donde todavía en algunos pueblos se habla la lengua náhuatl.

Esta gráfica también muestra la necesidad de brindar cursos de capacitación de varios oficios con los cuales las madres solteras puedan salir adelante con sus hogares, pues con la preparación que tienen la mayoría si trabaja es de limpieza o cuidando de negocios; papelería, tienda de abarrotes, farmacia, etc., por lo cual se hace indispensable proporcionar de alguna forma las herramientas necesarias para la subsistencia de las mamás así como de sus hijos.

18. ¿Tiene algún oficio?

18 41

a) Si 11 (contestar la pregunta 18.1)

b) No 30 (Pasar a la pregunta 19)



Además del nivel educativo también se preguntó por si tenían algún oficio que les sirviera para un mejor empleo, pues respondieron en su mayoría que no, lo cual refleja la necesidad de capacitar a las madres solteras con ciertas actividades para mejorar un poco más el nivel de vida de ellas así como el de sus hijos.

El no contar con una educación más elevada así como un oficio el cual desempeñar, las madres solteras milpaltenses se ven más limitadas al pedir empleo, pues no cuentan con conocimientos especializados o técnicos que les puedan servir al encontrar una oferta de trabajo, por ello se necesita dotarlas de proyectos en los cuales se involucren directamente y así puedan aprender.

18.1 ¿Cuál?

Tejer 3

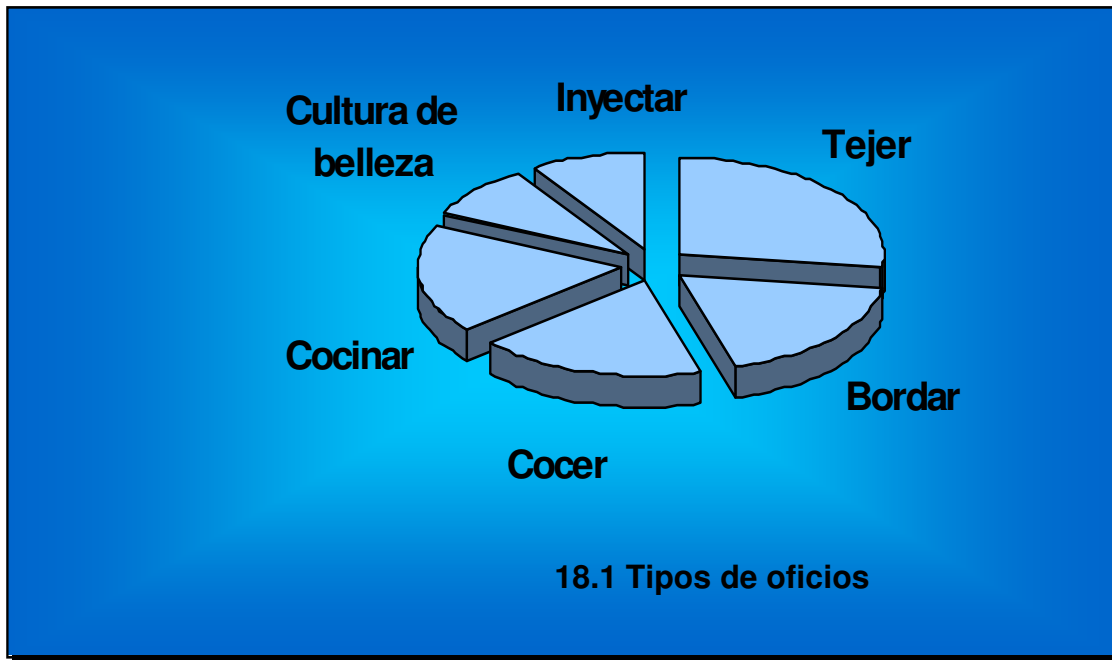
Bordar 2

Cocer 2

Cocinar 2

Cultura de belleza 1

Inyectar 1



No todas las madres solteras contestaron el no tener un oficio, sino que hubo algunas que si contaban con uno, por ejemplo y como se muestra en la gráfica varias saben tejer, cocinar, cocer o bordar, a ellas se les hace un poco más accesible conseguir de alguna forma entradas económicas para sus respectivos hogares al poder vender lo que hacen.

Es importante el apoyo no sólo por parte del gobierno, porque generalmente se piensa que debe de solucionar al 100% todos los problemas existentes en las sociedades, sin embargo es un trabajo en conjunto, por ejemplo las mamás que saben de algún oficio pueden organizarse y con algún apoyo formar grupos en donde les enseñen a las que no tienen conocimiento alguno en cuanto a la costura, bordado, cocinar, etc., y así ayudarse así mismas compartiendo sus habilidades y obteniendo ayuda económica.

19. ¿Cuál es su ocupación?

19 41

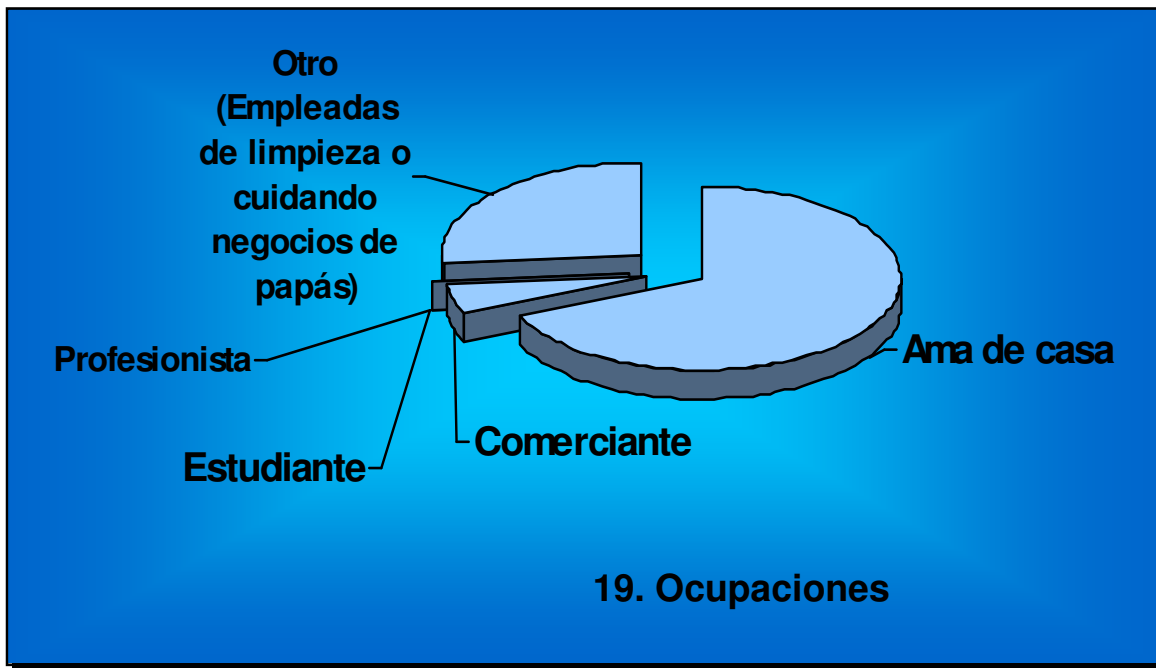
a) Ama de casa 39

b) Comerciante 3

c) Profesionista _____

d) Estudiante _____

e) Otro (especifique) 15 Empleadas de algún negocio, de limpieza y cuidan el negocio de sus padres.



Las madres que se encuentran solteras tienen que salir a la calle en busca del sustento económico de sus familias, por lo cual aparte de ser amas de casa tienen algún oficio o trabajan en lugares donde se les brinda la oportunidad de ganar dinero para así sostener a sus hogares.

La anterior gráfica muestra que en su mayoría son amas de casa, sin embargo también tienen empleos, por lo mismo varias de las encuestadas contestaron que se dedican al hogar y a la vez trabajan de limpieza o cuidan de negocios.

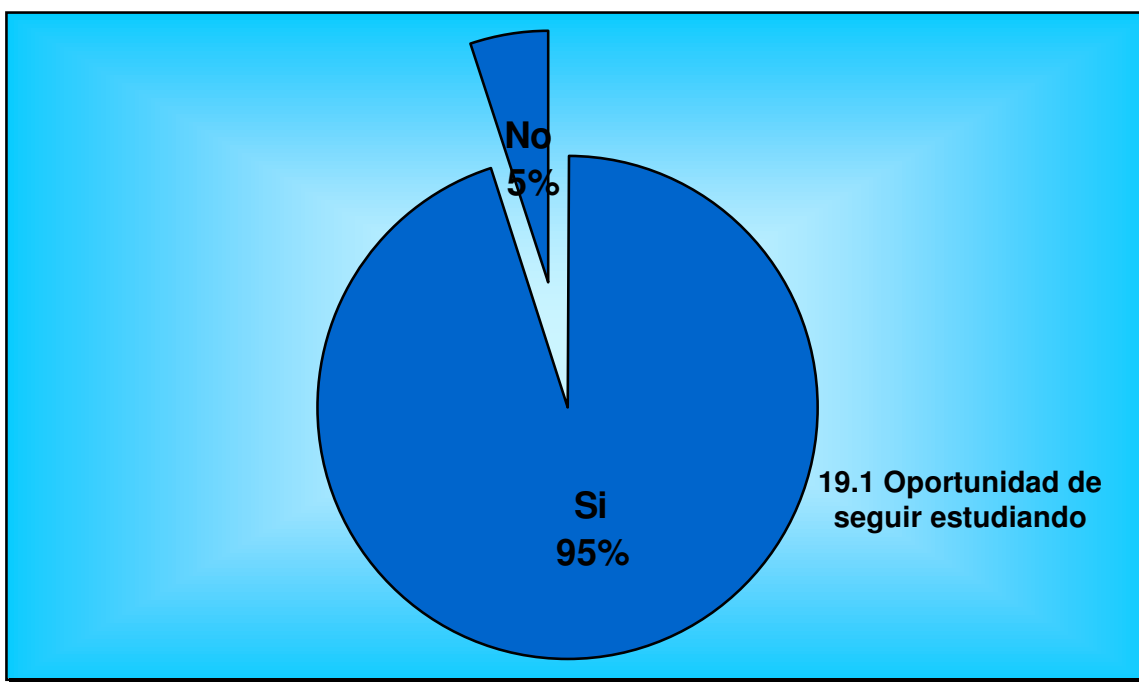
Entonces aquí se muestra otra de las razones por las cuales se debe capacitar a este sector vulnerable que necesita de mucha ayuda al encontrarse en situaciones difíciles de afrontar y más cuando se es joven.

19.1 ¿Si tuviera la oportunidad de terminar sus estudios, por medio de una beca o el cuidado de su(s) hijo(s) en una guardería o escuela, lo haría?

19.1 41

a) Si 39

b) No 2



Si bien es cierto que en gráficas anteriores se mostraba el nivel de educación de las madres solteras en la delegación Milpa Alta, también lo es el hecho de que no se encuentran en un nivel de analfabetismo, sin embargo con el conocimiento adquirido con su formación hasta el nivel de secundaria no es suficiente, pues hoy en día los trabajos requieren de mayor destreza en algún ámbito, lo cual refleja la necesidad de seguirse preparando.

Por lo anterior se les preguntó a las encuestadas si tuvieran la oportunidad de seguir estudiando si lo harían, de ahí la anterior gráfica, la cual muestra que un 95% de las madres respondieron afirmativamente, pues comprenden la situación actual en cuanto a preparación para la obtención de un mejor trabajo.

Por eso sería también importante el hecho de responder ante cierta disposición y ganas por parte de este sector al querer seguir estudiando, de acuerdo a ello planificar una serie de becas con las cuales apoyar en este sentido al grupo de mujeres que así lo necesiten.

19.2 ¿Porqué?

Para mejorar 17

Se prepara uno más 6

Para salir adelante 20

Es importante saber más 5

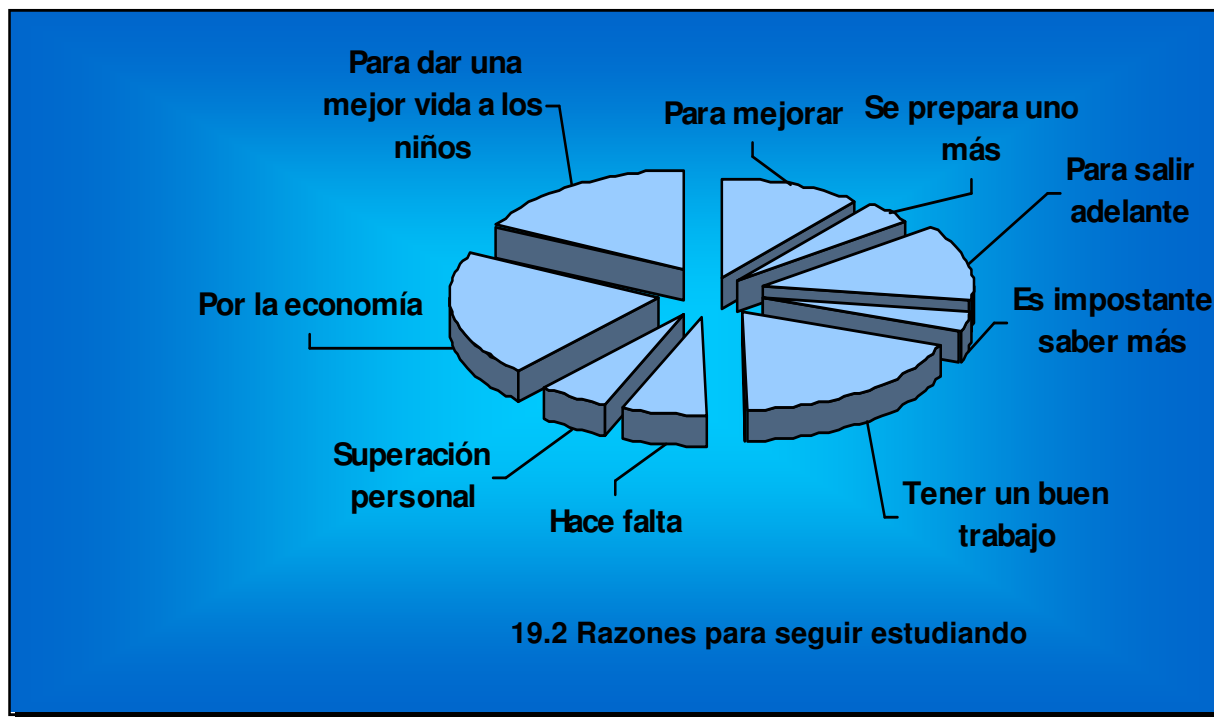
Tener un buen trabajo 30

Hace falta 10

Superación personal 9

Por la economía 32

Para dar una mejor vida y lo necesario a los hijos 28



Además de tener las ganas de seguir estudiando, se deben de conocer las razones, por lo mismo esta gráfica representa las justificaciones planteadas por las interesadas, por ejemplo lo que salta a la luz es la respuesta: *Para darle lo mejor a los hijos*, razón preponderante para la mayoría de las encuestadas, porque no solamente piensan en sí mismas sino también por aquellas personas que dependen de ellas.

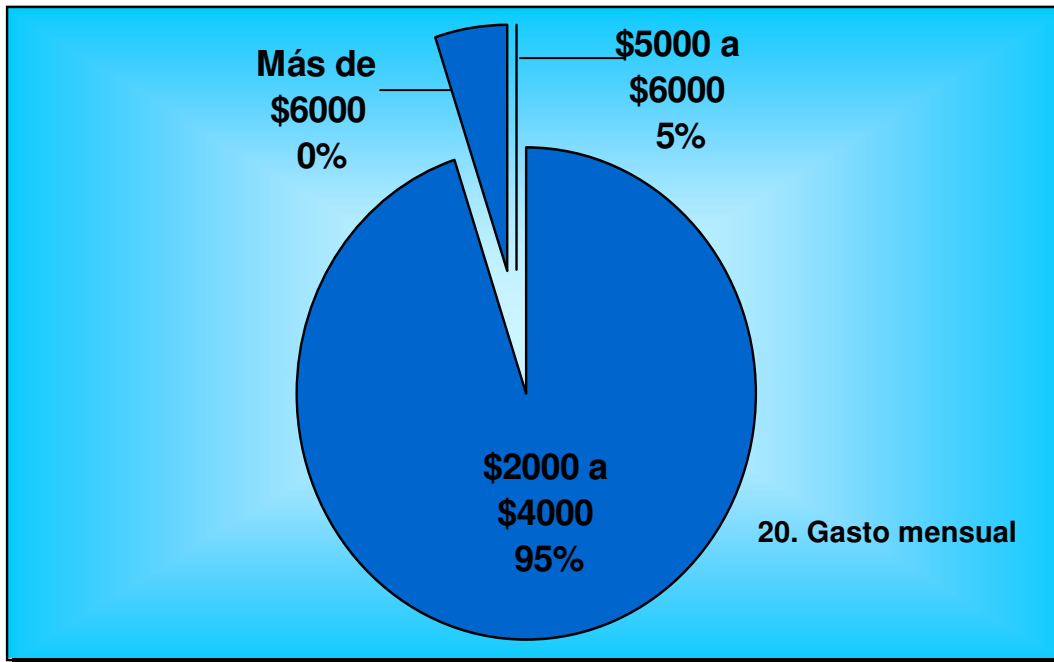
Por la economía, es otra de las respuestas mayormente concurrida, que va de la mano con la anterior, esto es debido a los cambios en cuanto a precios en todos los alimentos y cosas de necesidades básicas, que requieren ser comprados, por lo mismo las ganas de tener o encontrar de alguna forma un trabajo para proporcionar a los dependientes y así misma una mejor vida teniendo por lo menos lo necesario.

***Nivel Socioeconómico**

20. ¿A cuánto asciende el gasto mensual de su familia?

20 41

- a) De \$2000 a \$4000 39
- b) De \$5000 a \$6000 2
- c) Más de \$6000 _____



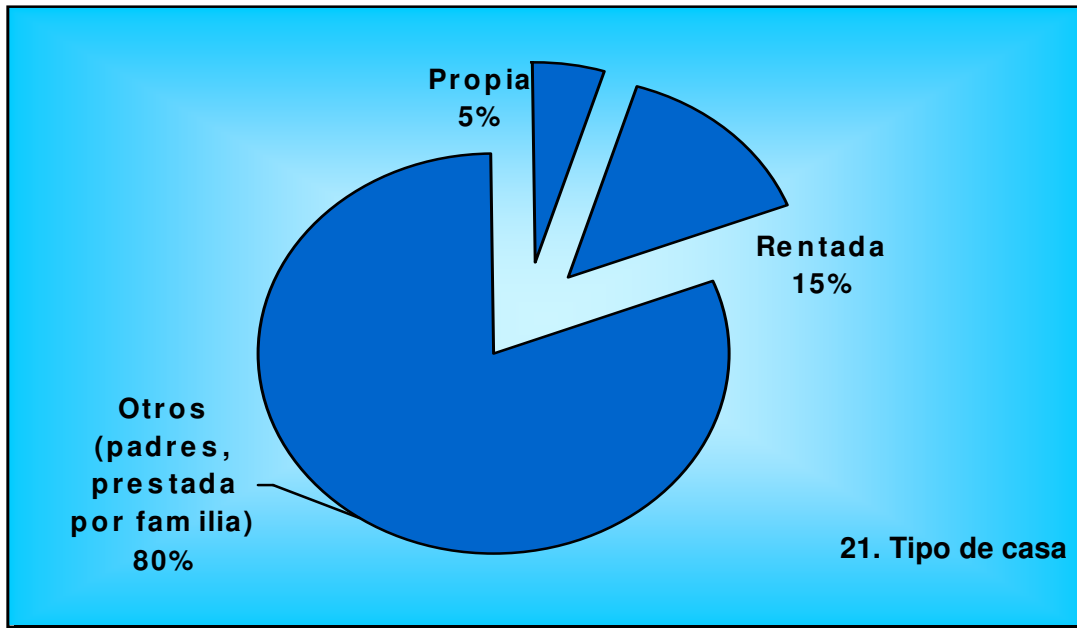
Para esta sección todas las preguntas así como las gráficas tienen el propósito de descubrir y así clasificar el nivel socioeconómico al cual pertenecen las madres solteras jóvenes de la delegación de Milpa Alta.

Para la pregunta sobre el gasto mensual, la gráfica muestra que más de un 90% de ellas ganan o en sus familias hay ingresos de 2000 a 4000 pesos mensualmente, lo cual refleja que gastan y viven con lo necesario, es decir sin compras más allá de lo básico para sobrevivir diariamente ellas con sus hijos.

21. Su casa es....

21 41

- a) Propia 2
- b) Rentada 6
- c) Otro (especificar) 33 (padres 80%, prestada por familiares o amigos 20%)



El hecho de tener una casa propia, rentada o vivir con los padres también puede identificar el nivel socioeconómico perteneciente de alguna persona, por lo mismo se le preguntó a las madres solteras si la casa en donde viven es propia o no, a lo cual la mayoría contestó la opción de otro, en donde se nota que esa se refiere al estar viviendo con los padres pues no cuentan con un lugar para establecerse fuera del hogar de los mismos.

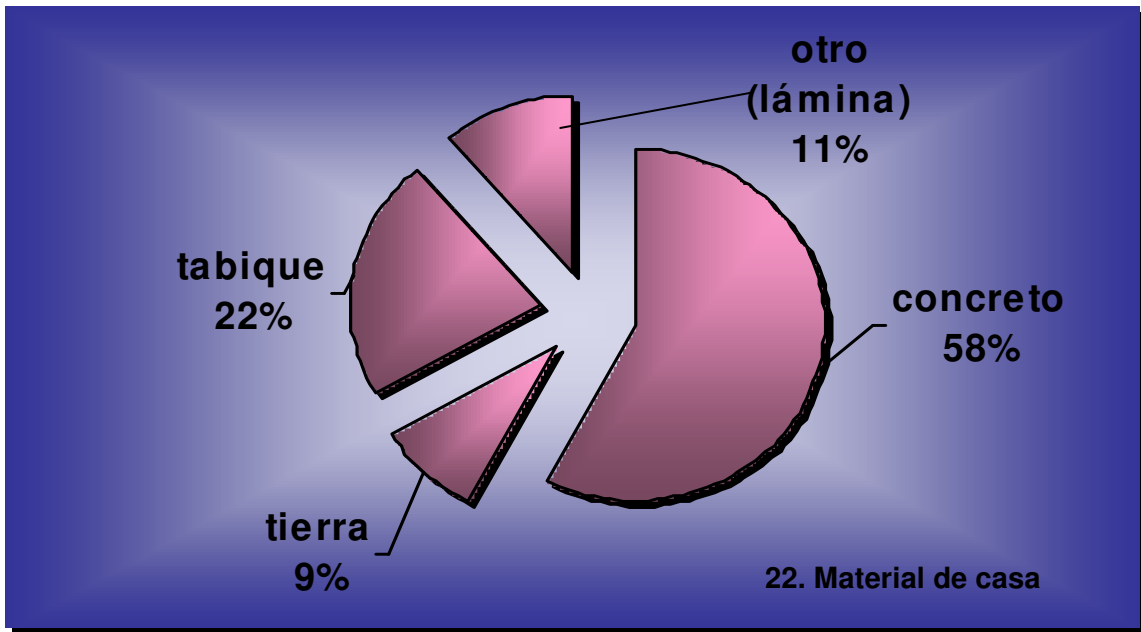
También otro de los fenómenos existentes en esta zona es que si bien no viven con los padres dependen de alguna forma de ellos, por lo mismo mencionan que sus casas son prestadas por parte de uno de los miembros de sus familias pues no son su propiedad pero tampoco tienen la obligación de pagar un renta por estar ahí.

La minoría de ellas rentan y aún menos son las que cuentan con casas propias, las cuales han sido donadas por los padres o el legado dejado por los padres de los hijos que tuvieron con ellos.

22. Su casa es de...

22 41

- a) Concreto 26
- b) Tierra 4
- c) Tabique 10
- d) Otro (especificar) 5 Lámina



El material con el que está construida la casa en donde viven las madres solteras también tiene relevancia, pues de ello depende asimismo el nivel en el que se encuentran, en este caso la mayoría de las encuestadas cuentan con un hogar de concreto el cual las aleja de niveles como E donde existe pobreza extrema.

Cabe resaltar que por la zona en la que se está haciendo el presente proyecto cuentan con características de suelo distintas a las demás delegaciones, pues la mayoría de los pueblos están a las faldas de cerros y rodeadas de sembradíos donde todavía se cultivan una grama de verduras o comida por ejemplo el nopal.

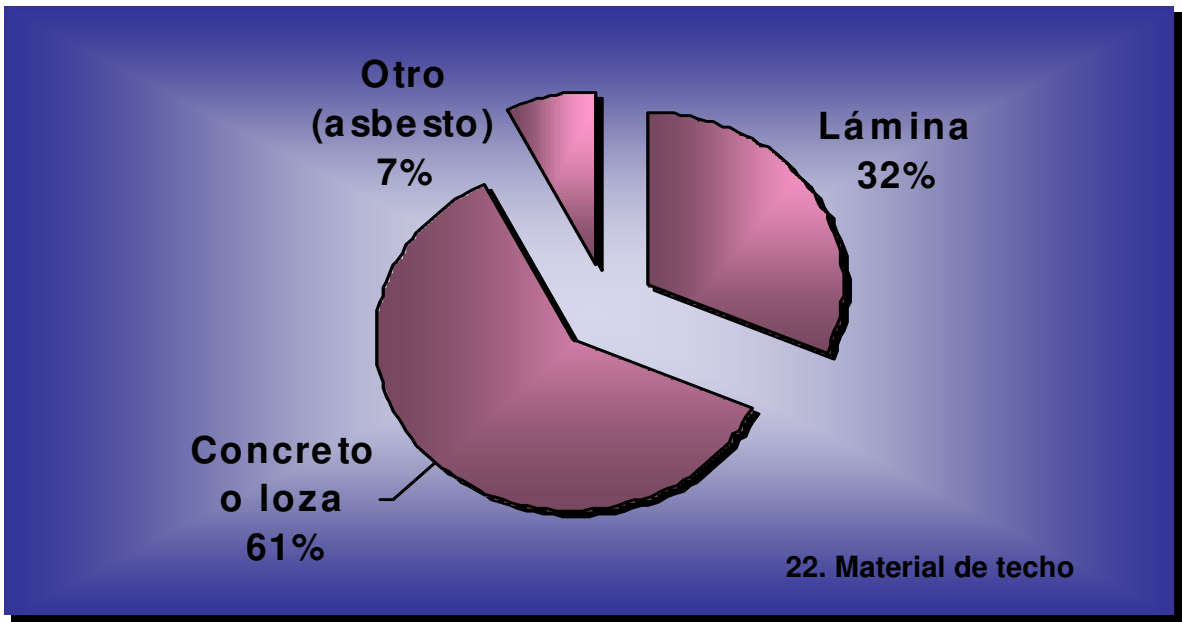
Aunque por las demás respuestas se puede notar que existen zonas en donde las casas están construidas por láminas, lo cual refleja que aquellas madres solteras pertenecen a un nivel D.

Por las características de la mayoría de las encuestadas se nota que están dentro de los niveles C, D+ y D, además cuentan con rasgos específicos como la educación, que no es mayor a preparatoria o en su mayoría a secundaria, como se mostró anteriormente, y donde sus diversiones constan de salir a los parques públicos o espectáculos organizados por parte de la delegación.

23. Su techo es de....

23_41

- a) Lámina 13
- b) Concreto ó loza 25
- c) Otro (especificar) 3 asbesto

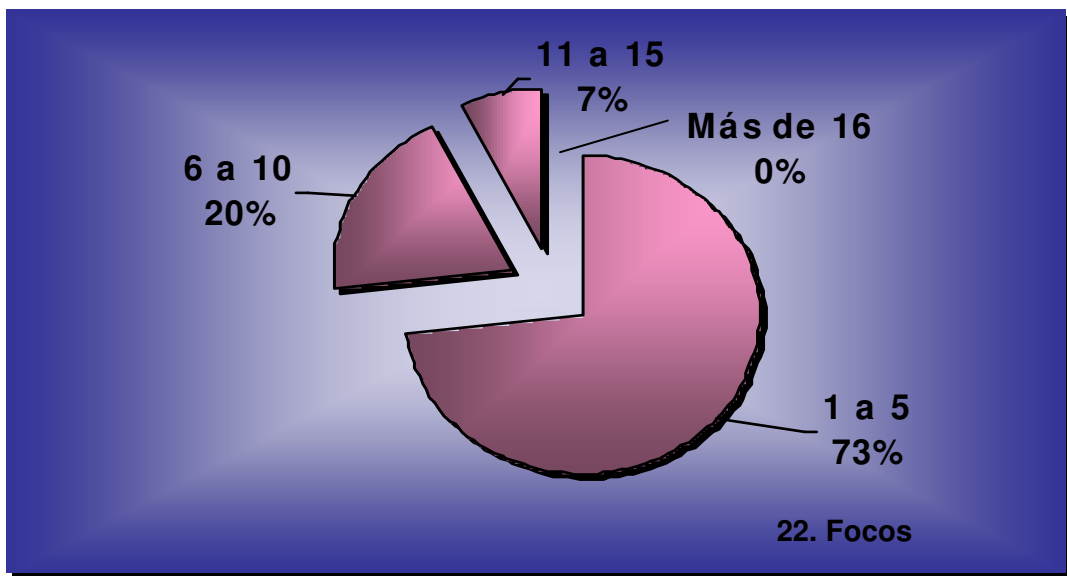


El techo también dice mucho primero de la casa y segundo del nivel donde se colocan las madres solteras de esta parte de la ciudad de México, como en la anterior pregunta la mayoría de las casas están hechas de concreto así en ésta pregunta, debido a que el techo también es del mismo material o de loza, lo cual refuerza la indicación a que pertenecen a los niveles C, D+ y D en donde las casas tienen éstas características.

24. ¿Cuántos focos tiene en total en su casa?

24 41

- a) De 1 a 5 30
- b) De 6 a 10 8
- c) De 11 a 15 3
- d) Más de 16



Ahora ya sabiendo el material del cual están hechas las casas y sus techos, lo importante es registrar el número de focos para ir verificando la información prevista en las preguntas anteriores, es decir, que concuerde para la mejor ubicación de nivel socioeconómico.

Como se puede observar en la gráfica la mayoría de las casas cuentan desde 1 foco hasta 5, lo cual indica que efectivamente las casas así como las mamás solteras tienen un nivel medio y bajo con austeridades, además las casas no son muy grandes, sino que cuentan con el espacio necesario para vivir en ellas.

25. ¿Cuál es el total de piezas y/o habitaciones cuenta en su hogar?, sin incluir baños, pasillos, etc.

25 41

- a) Uno 12 (corrido con divisiones con cortinas o alguna tabla)
- b) Dos 10
- c) Tres 3
- d) Cuatro 15
- e) Más 1 (5)



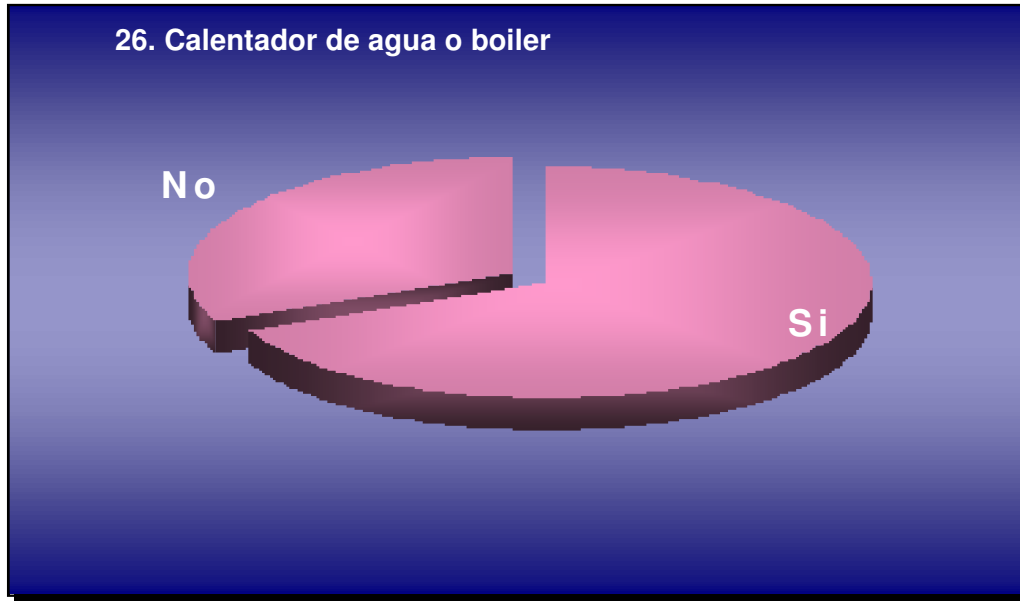
Con esta pregunta y gráfica se complementan los elementos característicos del nivel socioeconómico perteneciente, sin descartar los restantes, pues con el total de habitaciones se reafirma que la mayoría de las encuestadas viven en una casa de 1 cuarto a 4 cuartos por lo mucho, esto quiere decir que si viven en hogares con sus familiares, ellas se ubican dentro de una de las piezas, otra es la cocina, la sala y las recámaras de sus padres, por lo cual se deduce que viven con lo estrictamente necesario y básico.

26. En su hogar ¿Cuenta con calentador de agua (70%) o boiler (30%)?

26 41

a) Si 28

b) No 13 (Leña 80%, estufa 20%)



Esta pregunta refleja mucho el estilo de vida habitualmente llevado por las personas en Milpa Alta aun a pesar de estar dentro de la ciudad, pues generalmente se piensa que las actividades son similares entre todas las delegaciones, sin embargo, la mayoría de los habitantes cuentan con calentador de agua o sino con leña se bañan y también calentando el agua en sus estufas, teniendo así una minoría que tiene boiler y pueden bañarse más cómodamente en un menor tiempo.

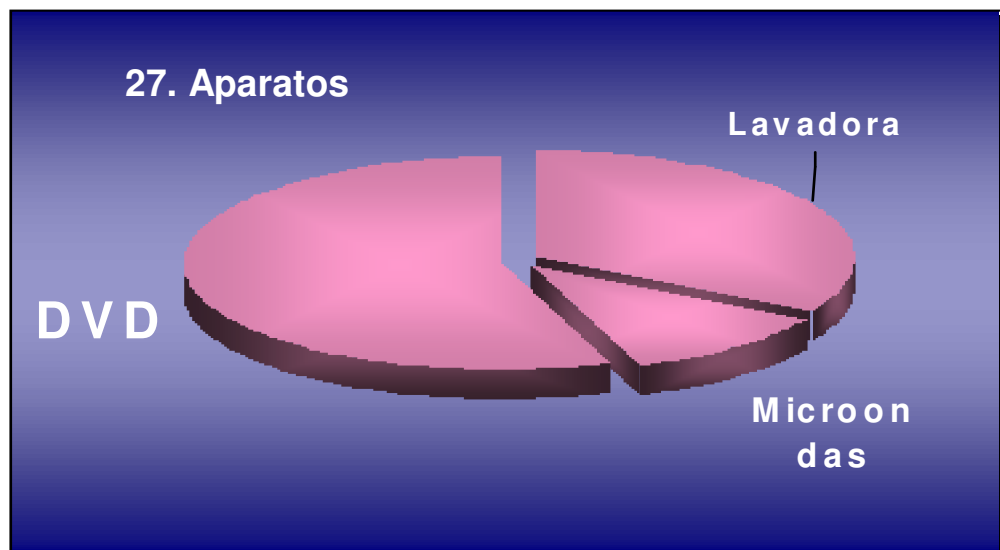
27. Cuenta en su hogar con aparatos electrónicos como:

27 41

a) Lavadora 15

b) Microondas 5

c) DVD 25



Finalmente la última pregunta muestra que las milpaltenses cuentan con pocos aparatos eléctricos, lo cual así mismo refleja el estilo de vida como en anteriores preguntas, pues cuentan mayormente con DVDs, quienes dejan ver un poco al cómo se divierten en su tiempo libre, le sigue la lavadora, en donde se nota que pocas mujeres cuentan con ella y aún menos con horno de microondas. Esto último cabe resaltarlo, porque la cultura en cuanto a comida aún es muy tradicional, pues todavía se cocina con ollas de barro, comal en algunos hogares.

También lo anterior deja ver que los niveles socioeconómicos pertenecientes a las encuestadas son definitivamente C, D+ y D, por la educación obtenida, pues al menos cursó la secundaria, sus casas son de sus padres o familiares; el material con el que están construidas es de concreto, sus diversiones se limitan a los lugares públicos y en la casa con la televisión, además de los ingresos familiares, los cuales no son mayores a los \$4000.

3.1.6.2 Conclusiones de los resultados, gráficas y análisis de la investigación.

Los resultados arrojados por la encuestas pretenden primeramente identificar al público meta de la campaña, ya establecido averiguar más sobre él, es decir, saber sus necesidades y lo que piensan además de ubicarlo dentro de los parámetros que marca la AMAI con respecto a los niveles socioeconómicos.

A lo largo de la encuesta se pudo observar que al menos 2 de cada 10 mujeres de las cuales contestaron son madres solteras con uno o dos hijos, además los niños están entre los 4 y 6 años de edad.

Las encuestas aplicadas fueron hechas de acuerdo al tamaño de cada uno de los pueblos, por eso en la primer gráfica se muestra tal distribución, para las preguntas filtro se pudieron encontrar a las madres que son solteras y jóvenes, con lo cual se cumplió con uno de los propósitos.

Ya teniendo a cada una de las 41 madres solteras, se les preguntó sobre sus conocimientos en cuanto a programas de ayuda que van dirigidos hacia ellas en general, para lo cual de acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría los desconoce y las que saben de algunos no son directamente ellas las beneficiadas sino sus hijos.

Además de las pocas beneficiarias, ellas o sus hijos, la ayuda que se les brinda es muy poca y no va totalmente de acuerdo a las necesidades de las madres solteras.

Desde esta parte se empezaron a hacer preguntas abiertas con la finalidad de obtener respuestas con opiniones reales de acuerdo a la experiencia y sentimientos por los cuales están pasando las mamás jóvenes, de ahí que se pretenda incluir propuestas con las necesidades que tienen hoy en día las milpaltenses según las respuestas dadas.

Después de la indagación sobre programas y apoyos se iniciaron una serie de preguntas con el fin de obtener conocimiento de cómo está alimentada la población en general y gracias a qué, los resultados son contundentes, pues en ellos se refleja la carencia de la economía, ya que gracias a ella la comida consumida como verduras, leche y demás son mayormente porque no alcanza.

Los alimentos no consumidos son gracias a la economía también, pues no permite el adquirirlos debido a los precios en que están. También en esta sección se pudo constatar en qué grado de escolaridad están los hijos de las mamás milpaltenses, la mayoría de ellos entre 4 y 6 años, lo cual indica que se encuentran estudiando o sino son más pequeños y requieren cuidado, otra de las características para esta parte de la encuesta es saber si los niños cuentan con becas o algún apoyo, por lo mismo muchas respondieron negativamente debido a la falta de información o a otros factores discutidos anteriormente.

En cuestión de salud, también se averiguó, porque es de suma importancia la fortaleza de las madres con sus hijos para salir adelante y también se constató que en ese ámbito necesitan ayuda para las medicinas o consultas al estar alguien enfermo y por los rasgos expuestos se puede empezar a deducir el nivel al que pertenecían cada una de las encuestadas.

La siguiente sección habla sobre el nivel educativo que mantienen las jefas de familia porque de ahí depende el crecimiento o el encuentro de un trabajo, para lo cual se reflejó que la mayoría cursó la secundaria, pero aún así no es suficiente para obtener uno.

Aquí también se preguntó si quisieran seguir con sus estudios y la mayoría respondía afirmativamente y entusiasmada por la idea, ya que el aprender te abre las puertas de varios lugares, por lo cual están conscientes y con un poco de ayuda podrán salir adelante.

Finalmente se encuentra la parte de nivel socioeconómico en la cual sólo se buscaba tener datos ó rasgos característicos de los niveles C, D+ y D para así ubicarlas dentro de algunos de éstos, lo cual se obtuvo, confirmando que en la delegación Milpa Alta la población que se encuentra habitando pertenece a éstos niveles, gracias al material de sus casas con sus techos, los focos y aparatos eléctricos en ellas.

3.2 Informe o Briefing de campaña.

Una campaña de cualquier índole, comercial o social, tiene información que le es útil para partir de acuerdo a los objetivos y realizar la misma con base en aquella herramienta indispensable como lo es el *informe o briefing*.

En este caso se utilizará para saber que tipo de difusión han tenido los programas que apoyan a la mujer en general y específicamente a la madres solteras dentro de la delegación Milpa Alta en donde se está realizando toda la investigación para la campaña.

Primeramente se necesita conocer lo que es el *informe o briefing* para poder desarrollarlo, y este es “la herramienta básica en que se apoya la agencia de publicidad para construir la estrategia, la creatividad y la planificación de medios de todas las campañas publicitarias.”¹⁰ Además el *informe o briefing* es “el documento en el que el anunciante expone el conjunto de especificaciones necesarias para hacer la campaña...”¹¹ es decir, en el se encontrarán la información requerida para la estrategia de la campaña.

Por lo anterior es necesario resaltar que no se puede partir de las suposiciones pues con el *informe o briefing* se obtiene la información necesaria para una buena planeación de la estrategia, además de bosquejar los resultados obtenidos hasta el momento y los posibles en el futuro, es decir la respuesta que espera y desea el público meta.

El *informe o briefing* tiene una estructura que varia entre uno y otro autor, pues dependiendo de los casos se necesitan más algunos rasgos de otros, por lo mismo el modelo que se presentará a continuación es la complementación de lo expuesto por dos autores, la primera es de la profesora Reyna Díaz Huerta¹² y el segundo es de Agustín Medina.

¹⁰ MEDINA, Agustín. *La publicidad*, P. 27

¹¹ GURREA, Saavedra Alvaro. *Introducción a la publicidad*. Pp. 69

¹² DÍAZ, Huerta Reyna. *Campaña publicitaria para la empresa Casa Marcelo*.

De acuerdo a ambos se tienen que cubrir o desarrollar los puntos siguientes: historia publicitaria, características del producto, análisis del grupo objetivo, competencia directa e indirecta, percepción actual y deseada, finalmente objetivos de marketing (mercado) y publicitarios.

- o La *historia publicitaria* permite conocer todo lo hecho con anterioridad del producto o servicio, por ejemplo si se hizo o no publicidad, quién la realizó, el nombre de la campaña, la estrategia utilizada y finalmente si se cumplieron con los objetivos teniendo los resultados esperados.

Dentro de la delegación de Milpa Alta la difusión expuesta a las personas de cada uno de los pueblos ha sido insuficiente y escasa, pues las zonas en donde generalmente son colocados los carteles son en las coordinaciones entre varios avisos, lo cual demerita la atención o es con menor grado tomado en cuenta.

Además de acuerdo a información proporcionada por trabajadores de las coordinaciones, por ejemplo el auxiliar de la coordinación de San Pablo Oztotepec Juan Carlos Reyes Sánchez¹³ solamente se colocan los carteles al principio de cada mes por lo cual con el paso de los días estos van siendo menos vistos ya que cada día se ponen nuevos anuncios en los espacios reservados para la información.

Cabe destacar que los informes colocados generalmente son cartulinas hechas a mano las cuales son sobre-expuestas en los carteles de Inmujeres, instituto quien pone carteles en todos los pueblos en general, es decir, quien llega a más poblados que incluso la delegación misma.

Dentro de los carteles colocados podemos encontrar los siguientes:



Coordinación de San Salvador Cuauhtenco

¹³ Entrevista realizada el día jueves 12 de febrero de 2009 al auxiliar de coordinación de San Pablo Oztotepec Juan Carlos Reyes Sánchez (Ver anexo 2)



Coordinación de San Pablo Oztotepec

A lo largo del año 2008 las campañas o la difusión obtenidas por parte del Inmujeres del DF en la delegación fue mayoritaria a comparación de otras instituciones encargadas de dar apoyo a las mujeres en general como la misma delegación Participación Ciudadana, DIF, etc., todo dependía habitualmente de los calendarios de talleres que se proponían, esto resalta por el hecho de que ésta institución los programas con los cuales ayuda son generalmente pláticas, talleres de todo tipo como salud sexual, emocional y de maternidad, además de campañas de salud haciendo mastografías gratuitas.

De acuerdo a la Lic. Mayra Romero se planeaban las pláticas así como su difusión conforme al poblado y con las personas que se contaban o las esperadas, pues además de dar asesorías psicológicas también apoyaron a la mujer en el ámbito jurídico, cuando éstas así lo requerían.¹⁴

Es importante señalar mayormente la labor del Inmujeres DF de Milpa Alta debido a que esta institución cuenta con mayor difusión, pues para obtener algún beneficio de otra índole se necesita ir

¹⁴ Entrevista realizada el día 18 de diciembre de 2008 a la Lic. Mayra Romero, encargada del Inmujeres DF en la delegación Milpa Alta (Ver anexo 2)

directamente a instancias como el DIF y pedir la información necesaria, como se expuso en puntos anteriores existe una deficiencia por parte las personas encargadas, ya que generalmente no dan informes o no lo saben gracias a que no están debidamente capacitadas.

Además en la mayoría de los poblados hay material con información de otro tipo como carnavales o ferias, esto es porque los pueblos que conforman la delegación cuentan con varias festividades y por lo mismo son generalmente difundidos y más vistos por las personas.

Tal es el caso de la feria de la barbacoa en San Salvador así como el carnaval 2008 en Villa Milpa Alta.



Así con lo anterior se puede notar que difusión en cuanto a programas para mujeres no hay la suficiente, porque solo se puede encontrar aquella que ayuda a mujeres mayores e indígenas en el año 2008.



Ahora bien es importante mencionar que todos los carteles fueron proporcionados por las distintas coordinaciones de la delegación, pues es material ya no utilizado y conservado en sus archivos respectivos.

Para este año 2009 la difusión existente es de programas que benefician a los niños en general que se encuentran estudiando y esta la podemos encontrar en el transporte RTP, en un anuncio pequeño en la parte superior donde se puede ver bien.



El programa existe desde el año pasado, sin embargo es hasta el actual donde se empieza a dar difusión no sólo en la delegación sino en toda la ciudad, lo cual indica que por las características del mismo se hizo necesario ampliar la información con la finalidad que niños quienes verdaderamente lo requieren obtengan el apoyo, pues consiste básicamente en poder seguir estudiando si llegan a faltar los padres los cuales sostienen los estudios.

- Las *características del producto o servicio* se analiza lo siguiente: ventajas, desventajas, lo tangible e intangible, el ciclo de vida y la posición actual del mismo en el mercado o mejor conocido como *Market share*, de acuerdo a lo dicho por Agustín Medina, además sirven para determinar la estrategia de la campaña, en este caso de los programas sociales que benefician a las mujeres y niños en general (ver anexo 3 donde se encuentran todos los programas)

Las ventajas que se tienen son muchas si realmente se difundieran y fueran proporcionados a los sectores a los cuales se dirigen, pues el propósito es finalmente beneficiar a cierta población que lo necesita, en varios aspectos desde vivienda hasta salud mental y física (ver anexo 3).

Ahora bien, al hablar de ventajas se puede decir que las que se obtuvieron con la difusión de los programas es incierta ya que al menos la población no conoce ni en un 10% los apoyos destinados para mujeres así como a niños en general sin ninguna situación en particular, tal y como lo muestran las gráficas y análisis de la encuesta.

Además lo intangible y el ciclo de vida en este caso de los servicios sociales no se pueden notar debido a que no se tiene una certeza del impacto para programas a los cuales generalmente no se conocen por parte de la población, incluso cabe destacar que los apoyos a los cuales las personas no responden son eliminados por los pocos beneficiados.

Finalmente la posición en el mercado es incierta, pero por la poca difusión y por lo tanto conocimiento en la población se puede deducir que los programas sociales existen pero los beneficiados son pocos y generalmente son los mismos, además la institución que más resalta por su difusión de talleres y pláticas es el Inmujeres DF.

- En cuanto al *análisis del grupo objetivo* consiste en trabajar con el servicio de acuerdo a las necesidades y estilos de vida del público objetivo, incluso buscar el cumplir con los propósitos o metas planteadas para el mismo desde un principio, en este caso encontrar uno, el cual se adecuara a las necesidades reales de las madres solteras y así mismo que conocieran los programas que las apoyan y para hacer uso de los mismos.

Los programas en la delegación como se han visto tuvieron y hasta la fecha tienen poca difusión por lo cual se hace necesario el expandir la información en todos los poblados, en puntos estratégicos en donde haya mayor afluencia de mujeres jóvenes que son madres sin esposo.

Para determinar las necesidades que verdaderamente tienen las madres solteras en la delegación se realizó una encuesta para saber sus puntos de vista así como el nivel de vida que llevaban en el ámbito económico, social y familiar.

Además para saber sus necesidades debió de que elegir a una población que compartiera algunos rasgos o que tuviera en común características como lugar en donde viven, edad, el sexo y la situación familiar.

Para el *análisis del grupo objetivo* se toman en cuenta las siguientes características: perfil geográfico, perfil demográfico y perfil psicográfico, lo cuales se complementan para obtener una segmentación completa del público meta.

Como se expuso al inicio de la investigación de mercado, la población a la cual se dirige la campaña es a mujeres entre 15 y 30 años de edad, con un nivel máximo de estudios hasta nivel medio superior, que sean mamás amas de casa así como empleadas, solteras con ingresos menores a los \$4000, de la delegación Milpa Alta, con un estilo de vida tradicional con base en creencias y con valores como responsabilidad y sujeción.

Por las características mencionadas de las madres solteras jóvenes milpaltenses se puede decir que las necesidades son encaminadas generalmente a los hijos dependientes de ellas, por lo cual los programas que requieren son de índole económico y laboral, con los cuales se les pueda ayudar primeramente a ellas y a sus hijos.

De acuerdo a los resultados arrojados por las encuestas se puede decir que la ayuda requerida está enfocada a la capacitación para la búsqueda y obtención de un mejor trabajo así como el cuidado de sus hijos, pues una parte de las madres solteras tiene hijos pequeños menores de 4 años, los cuales no asisten a la escuela y sin embargo necesitan de cuidados para que la mamá pueda salir en busca de mejores oportunidades.

- *Competencia directa e indirecta*, en ella se destaca lo hecho por otras instituciones en este caso con la finalidad de no cometer los mismos errores y aprender de ellos para mejorar la siguiente estrategia.

La competencia tanto directa como indirecta se encuentra en las diversas instituciones que apoyan a las mujeres como el Inmujeres DF, Delegación en la parte de Participación Ciudadana, DIF, Gobierno de la Ciudad de México, Secretaria de Desarrollo Social, Secretaria de Educación, Instituto de la Juventud en sus distintas áreas.

Incluso la competencia a veces desaparece entre algunas instituciones debido a que trabajan en conjunto para apoyar a más personas, por ejemplo DIF y Delegación, Inmujeres con apoyo por parte de la Delegación, Gobierno de la Ciudad de México con la Secretaria de Desarrollo Social.

Lo anterior se puede observar en el anexo 3 donde se encuentran todos los programas que apoyan a la mujer y a los niños en general en la parte de Institución Responsable, en la cual se mencionan las instituciones responsables y áreas específicas para determinado programa.

- *Percepción actual y deseada*, la primera tiene como finalidad saber cual es el posicionamiento del servicio en determinado tiempo y espacio dentro de la conciencia del público meta, mientras la segunda esta determinada por la condición ideal para permitir, fomentar y desarrollar la misma.

La percepción de las mujeres de Milpa Alta en cuanto a los programas sociales es incierta pues no los conocen y por lo tanto generalmente no opinan sobre ellos, aunque cabe resaltar que necesitan de los apoyos que son creados para ellas, por lo cual se requiere de una mayor difusión de los programas así como la creación de apoyos de acuerdo a las verdaderas necesidades de las mamás jóvenes.

Con respecto de las mamás que si conocen programas así como de las que gozan de alguno de ellos, tienen una percepción de deficiencia y falta de información, pues de acuerdo a las respuestas dadas en la encuesta, se puede notar que la ayuda dada por parte de los apoyos no es mucha y que se necesita impulsar por lo tanto a la mamá y no sólo a los hijos, pues de ellas depende la formación en la familia de los niños.

Ahora bien en cuanto a la *percepción deseada* se requiere de una en donde se note el esfuerzo por parte de las distintas instituciones, del trabajo que realizan solas o en conjunto en beneficio de la población, en este caso de las madres solteras jóvenes milpaltenses, sobre todo bajo el contexto en el que se está viviendo hoy en día, en época electoral en donde los partidos y sobre todo los candidatos prometen con el objetivo de conseguir votos que les beneficien.

Para obtener la *percepción deseada* por parte de las distintas instituciones se debe primeramente dar a conocer los apoyos con los que cuentan y beneficiar así a las personas que realmente lo necesitan, capacitando a las encargadas con información actual.

Lo anterior para llegar primero al propósito de ayudar a las personas que así lo necesitan y segundo para mostrar el esfuerzo y trabajo realizado a través de una debida difusión que permita mostrar la

preocupación y esmero al crear apoyos en beneficio de la sociedad, específicamente en una determinada.

- Objetivos de marketing (mercado) y publicitarios, en esta parte se plantea el “*Market share, el cual incluye los objetivos a corto, mediano y largo plazo*” de acuerdo al autor Agustín Medina en su libro *La Publicidad*, además también incluye la inversión en publicidad, el contenido del mensaje a comunicar y la respuesta deseada por el consumidor.

Primeramente el objetivo a corto plazo que se plantea para la campaña es mostrar el esfuerzo realizado por parte de las madres solteras, el reconocerlo y así reflejarlo en primera instancia a ellas, después a toda la población en general, así mismo es difundir los programas existentes para las mujeres en general, de los cuales las madres solteras pueden hacer uso y así que se enteren de los mismos, los conozcan y finalmente los utilicen.

El objetivo a mediano plazo es hacer una propuesta para que las distintas instituciones puedan crear programas con las verdaderas necesidades de las madres solteras actuales en la delegación, por ejemplo y tal como lo muestran los resultados de las encuestas, lugares en donde se capacite a las mujeres para obtener un buen empleo y así sostengan a sus propias familias, difundiendo así los nuevos programas.

Finalmente el objetivo a largo plazo es mostrar todo lo alcanzado por parte de las instituciones así como de las madres solteras, es decir, exponiendo el trabajo que están haciendo todas las dependencias para poder ayudar a un sector en particular y a la par los éxitos logrados con apoyos, por ejemplo la educación y la alimentación así como la vida en general que llevan las mujeres milpaltenses.

Todo lo anterior tiene la finalidad de mostrar y crear una conciencia sobre el trabajo en conjunto de gobierno-instituciones con población, para generar así un mejor progreso en la delegación en particular y sobre todo en exponer una imagen actual y diferente sobre las mujeres y Milpa Alta en general.

3.3 Estrategia creativa.

En la estrategia creativa se contemplan puntos en los cuales se desarrollan y así mismo se justifican los conceptos creativos planteados para la campaña, además se trata de establecer el cómo comunicar lo que se va a decir y así ver cuál será la forma más efectiva de llegar al público objetivo.

De acuerdo al autor Ricardo Fernández una estrategia es *“el conjunto de acciones determinadas para alcanzar un objetivo específico”*¹⁵, en este caso se utilizará *en dirección para saber cómo decir lo que se quiere comunicar y la ruta más accesible para llegar a las madres solteras.*

Dentro de la estrategia creativa, de acuerdo a Claudia Laguna Luna en su tesis *Propuesta de campaña de publicidad social para prevención de trastornos alimenticios “No adelgaces tu vida”* se desarrollan los siguientes puntos: el objetivo publicitario, target, tono de la campaña, objetivo de comunicación o racional creativo concepto creativo y copys, sin embargo en cuanto al público objetivo o target no se profundizará ya que éste se encuentra bien detallado en la parte de segmentación, además no solo se realizarán estos puntos, sino que también se pondrá la comprensión del consumidor mejor conocido como Consumer Insight, elemento propuesto en la tesis de la profesora Reyna Díaz Huerta.

3.3.2 Objetivo publicitario.

Para el objetivo publicitario tal y como se planteó en el punto anterior, trata de especificar lo que se pretende lograr, por ejemplo a corto plazo el reconocimiento de las madres solteras y el esfuerzo que realizan diariamente para sacar adelante a sus hijos, así como la difusión de los distintos programas para apoyarlas en varios ámbitos de la vida.

El objetivo a mediano plazo trata sobre una propuesta para la apertura de nuevos programas de acuerdo a las necesidades reales y actuales que tienen las madres solteras en la delegación y finalmente el de largo plazo el proyectar la imagen tanto de la demarcación como sus mujeres que son madres así mismo de las instituciones o dependencias que las ayudan, mostrando así el esfuerzo hecho en conjunto para mejorar y tener así un progreso.

¹⁵ FERNANDEZ, Valiñas Ricardo. *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. Un enfoque latinoamericano.* P. 168

3.3.3 Objetivo de comunicación.

En el objetivo de comunicación se hará uso de elementos como los colores, imágenes, tipos de letra, tipos de lenguaje, etc., en la construcción del mensaje publicitario, además de ofrecerse argumentos que justifiquen su utilización.

Las madres solteras de la delegación Milpa Alta generalmente se enfrentan a la vida diaria sin el apoyo de una pareja, por lo cual necesitan de alguna manera ayuda para salir adelante teniendo así una mejor vida, de ahí que el objetivo de comunicación sea proyectar todo ese esfuerzo de la mujer milpaltense a través de la imagen, el cual en este caso son fotografías de madres solteras jóvenes reales reforzándola con un texto que de igual forma las identifique y al mismo tiempo les reconozca su trabajo.

Además de mostrar a través de las fotografías que pueden salir adelante solas pero que además el tener a sus hijos aun lado les motiva para seguir adelante y no dejar todo sin importar las consecuencias.

3.3.4 Concepto creativo.

De acuerdo a la tesista Claudia Laguna Luna es *“la frase o palabra más sobresaliente que destacará en la campaña, respecto al concepto creativo girará toda la campaña y le dará vida a esta”*¹⁶

Para esta campaña el concepto obtenido por las ideas de poder salir adelante y estar sola es el siguiente: *Solas hemos podido*, esto es porque aún por ser dos quienes procrean, solamente es una persona quien se hace responsable aún a pesar de las circunstancias, y esta es la mujer que sin pareja se hace cargo del niño.

Pero este concepto tiene un inicio, que es el que ya se mencionó, pero también tiene un cierre, el cual es *con tu ayuda será mejor*, esto es porque si bien es cierto que las madres solteras han salido

¹⁶ LAGUNA, Luna Claudia. *Op. Cit.* P. 14

adelante por sus propias fuerzas y en algunos casos con la ayuda de los padres, también lo es que necesitan de algún apoyo para tener una mejor calidad de vida tanto ellas como sus hijos.

3.3.5 Racional creativo.

Para desarrollar la campaña a favor de madres solteras en Milpa Alta se consideraron las características que tiene la delegación como tal en cuanto a las actividades de producción económica, además del trabajo realizado por las jefas de familia a lo largo del tiempo y que de alguna forma no ha sido reconocido por la sociedad misma.

Las fotografías muestran las características de las mujeres de la zona, además del semblante que reflejan al ser felices aún a pesar de las circunstancias que a veces se les presentan en la vida diaria, pues no cuentan como la mayoría con un sostén o pareja que les ayude de forma económica o moral.

El objetivo es mostrar a través de la imagen el reconocimiento al esfuerzo realizado y sobre todo el exponer la situación de aquellas mujeres que por alguna situación se encuentran en una circunstancia de vulnerabilidad, además de tener como objetivo la identificación del sector para mostrarle así que tienen apoyos y sobre todo pueden hacer uso de los mismos.

Finalmente es un llamado a las instancias como el DIF; Inmujeres, Delegación, Instituto de la Juventud, Secretaria de Desarrollo Social, a apoyar con programas los cuales beneficien a este sector el cual no ha tenido la debida ayuda con programas que se acerquen más a los problemas reales y tangibles que como zona les atañen, por ejemplo al tipo de trabajo desarrollado dentro de la misma demarcación.

3.3.6 Tono de la campaña.

En la campaña se aborda el tema de la Familia, el cual es fundamental para la sociedad, sobre todo el papel que juega la mujer ante ella, por eso el lenguaje que se establecerá será de reconocimiento a ella y las necesidades que tiene diariamente al ser la responsable del hogar sin el apoyo de una pareja.

El tono será real, serio e informativo, debido al tema que es el de familia y programas sociales para ella, sobre todo bajo el contexto en el cual se desenvuelve, es decir el de la delegación, pues los rasgos que tiene son distintos a las de otras entidades por las actividades desarrolladas en ella, tal es el caso del cultivo del nopal, de ahí que en las ejecuciones se rescate aquel detalle característico de la demarcación.

Con las características expuestas se argumenta el tono ya que con base en ellas se emplea de manera particular los rasgos del grupo objetivo, que en este caso es el de madres solteras jóvenes en la delegación Milpa Alta.

3.3.7 Comprensión del Consumidor o Consumer insight.

Las mujeres generalmente están acostumbradas a trabajar por y para la familia, por lo cual es esfuerzo que realizan cada día no es agradecido, por lo mismo el reconocimiento a ellas, a su esfuerzo es el aliento a seguir adelante aún a pesar de las distintas circunstancias que se llegan a presentar.

Además del reconocimiento de este sector es importante señalar que tienen necesidades a cubrir, por lo cual se exhibe esta situación exponiendo la segunda parte que denota lo dicho “con tu ayuda será mejor”, haciendo ese pronunciamiento a requerir de apoyo el cual finalmente les ayuden a sacar adelante su vida y la de sus hijos.

3.3.8 Texto o copy.

El copy se define como *“la parte de texto de un anuncio, el contenido del mensaje se elabora a partir del beneficio...”*¹⁷, para las ejecuciones que se presentarán a continuación se utilizó texto el cual refleja el reconocimiento del sector al cual se dirige la campaña, madres solteras jóvenes de la Delegación Milpa Alta al decir “Solas hemos podido.... Con tu ayuda será mejor” Teniendo así un inicio de reconocimiento y exponiendo la necesidad de apoyo, ya que no solo con las fuerzas se obtiene todo lo necesario.

¹⁷ ORDOZGOITI, De la rica Rafael. *Imagen de Marca*. P. 130

La frase anterior tiene el objetivo distinguir y unificar a cada una de las propuestas de ejecuciones, que sirven de ancla para atraer la atención del público, además se pretende propiciar el proceso de recordación por parte de los receptores, lo cual es importante para la campaña misma.

3.4 Estrategia de medios.

Para entender el propósito y todo lo que conlleva la *estrategia de medios* es necesario saber en qué consiste ésta y de acuerdo a Oscar Pedro Billorou es *“la planificación de la difusión de los mensajes, seleccionando los medios que han de canalizarlos de manera tal que, a través de ellos, se llegue al mayor número posible de individuos definidos en la estrategia de audiencia...”*¹⁸

Ahora bien y de acuerdo a lo anterior la estrategia de medios es importante para la campaña, ya que con lo planteado en esta parte se podrán tener los resultados esperados con base en toda la investigación, es decir, podrá ser posible la cobertura en medios de ésta para lograr el impacto planteado tratando de optimizar su eficacia.

En esta sección se explicará qué medios se proponen utilizar para difundir los mensajes, que en este caso serán carteles, postales y trípticos, es decir, serán impresos debido a que pueden tener mayor impacto en mujeres de toda la delegación, además de especificar tanto el objetivo de acción como el de medios, lo cuales son:

- Objetivo de acción. Reconocer el esfuerzo de las madres solteras en la delegación Milpa Alta así como la difusión de los diversos programas que les benefician.
- Objetivo de medios. Alcanzar y utilizar los medios adecuados para lograr el mayor número de personas impactadas pertenecientes al público objetivo, que en este caso son las madres solteras jóvenes milpaltenses.

Primero que todo se utilizará como medio primario *Carteles*, los cuales serán colocados en las coordinaciones de cada uno de los 12 pueblos que conforman la demarcación, además de las lecherías Liconsa y mercados, pues en estos tres lugares se tiene mayor afluencia de mujeres.

¹⁸ BILLOROU, Oscar Pedro. *Introducción a la publicidad*. P. 158

También podrán ser colocados en las entradas de las escuelas como: cendis, kinder, primarias y algunas estancias junto con guarderías ubicadas dentro de la delegación, esto obedece a que en estos lugares la acumulación de las mujeres es mayoritaria, debido a que tienen hijos y si están en edad escolar los llevan a la entrada y salida.

Es una óptima estrategia el colocar en dichas escuelas, esto es porque existen en total entre cendis y kinder 21 públicos y 14 particulares, para primarias la cifra es de 25 públicas y 9 particulares. Además se debe contar que son 12 coordinaciones debido al total de pueblos que conforman la delegación el cual es el mismo número, incluso la cifra es igual en cuanto a mercados, lecherías Liconsa, bibliotecas públicas y Centros de Salud, lugares en donde se pueden colocar por lo menos un cartel.

Sin embargo hay que tomar en cuenta que la mayor acumulación es en el centro de la misma delegación, es decir, Villa Milpa Alta, en donde se encuentra el más grande de los mercados, el cual funciona como centro comercial o tienda de autoservicio, pues se hay todo lo relacionado con la alimentación así como el vestido y calzado, por lo mismo la difusión es mayoritaria en el edificio delegacional, el museo regional así como en el Inmujeres y DIF.

Finalmente otro de los lugares en donde podrán ser colocados los carteles es en el transporte público, como en camiones RTP (2 rutas) y microbuses (4 rutas), ya que en estos transportes la generalidad de la población viaja y así tendrán mayor impacto.

Así entonces el medio secundario son postales, las cuales llevarán las mismas propuestas que los carteles en cuanto a imagen y texto por enfrente y al reverso se mencionarán las instituciones encargadas de los programas así como la mención de los más necesarios.

Estas postales pretenden ser dadas en el edificio delegacional, museo y bibliotecas, sin embargo como no se tiene una cultura de guardar las postales, éstas reforzarán la imagen que se verá en los carteles además de dar mayor información a las mujeres acerca de lo que se trata la campaña como tal.

Finalmente los trípticos son el medio terciario en el cual se encontrarán el nombre de las instituciones así como programas que les benefician a la población femenina de la delegación, para poder acercarse a ellas con mejores bases, es decir, con información como el nombre de los apoyos para que así puedan pedirlos y ser beneficiadas.

Todo lo anterior se planea de acuerdo a dos cosas, primero la extensión territorial, ya que Milpa Alta cuenta con 288.41 km² (19% del Distrito Federal)¹⁹ y al número de habitantes ya que hay una población de 116²⁰ mil en todo el DF, pero sólo en la delegación hay 64 mil de la cual el 50.2% son mujeres, es decir, 31944 y de éstas entre 15 y 30 años son un poco más de 18 mil²¹, por lo cual se impactará a un poco más de la mitad de la población femenina milpaltense.

Por las cifras anteriores se hace necesario no sólo poner carteles, sino también repartir postales que refuercen la campaña, así como trípticos en los cuales se difundan los diferentes programas sociales que existen para las mujeres en general, ya que en éstos últimos se puede poner más información acerca de la campaña así como los programas.

3.4.2 Racional de medios

Los medios a utilizar son en su totalidad impresos; carteles, postales y trípticos, esto es gracias a que en toda la delegación no existen las condiciones para espectaculares por ejemplo, ya que no hay infraestructuras para hacer las propuestas.

Además con los carteles se puede llegar a tener mayor impacto gracias a que serán colocados en escuelas, mercados, transporte, lecherías, edificio delegacional, lo cual abarca la mayoría de los lugares que frecuenta el público objetivo.

El cartel tiene grandes beneficios como comunicar y decorar a la vez, teniendo un lenguaje de acuerdo a la población además que es fácil de descifrar el contenido sin tener que buscar un mayor significado, pues este está explícito en la imagen. Incluso tiene la ventaja de provocar un sentimiento de identificación con la fotografía y texto mostrados en cada uno de los carteles, lo cual hace mayor el porcentaje de personas impactadas.

En cuanto a las postales serán repartidas con la finalidad de reforzar el propósito del cartel, es decir, fortalecerán el trabajo que haga este además de incluir datos sobre los programas sociales que les benefician y así puedan acercarse a las instancias correspondientes con mayor información.

¹⁹ ESPINOZA, Villareal Oscar. Op. Cit. P. 12

²⁰ Resultados definitivos del II conteo de población y vivienda 2005 para el distrito federal. INEGI.

²¹ Ibídem P. 14

Aunque no se tenga una cultura donde se repartan postales y mucho menos conservarlas, se puede encontrar un punto de oportunidad en el cual se innove a partir de un medio que refleje o refuerce al otro, en este caso a los carteles. Además las postales cuentan con la ventaja de tener la información sobre programas.

Finalmente el último medio a utilizar son los trípticos, los cuales aparte de imagen tendrán información sobre instituciones que apoyan a las mujeres en general así como el nombre de los programas, con la finalidad de que se acerquen con bases a las instancias correspondientes, además éstos incluirán las propuestas de nuevos proyectos los cuales ayuden y cubran con las necesidades reales y actuales de las madres solteras jóvenes.

Las ventajas con las que cuentan los tres medios a utilizar además del dinamismo es el costo, ya que la impresión de los mismos no es demasiada, esta se verá reflejada en el apartado de presupuesto, en el cual se especificarán los precios de cada uno de éstos de acuerdo a la imagen y texto.

3.4.3 Duración de campaña

Ahora bien en cuanto a la duración de la campaña, se pretende que ésta sea de 6 meses, es decir, 23 semanas las cuales comprenden en el segundo semestre del año (agosto a diciembre), esto es porque la colocación de los carteles no serán todos en una sola vez, sino que irán en aumento.

Las primeras 5 semanas serán colocados los carteles y distribuidas las postales en los lugares principales como escuelas, y coordinaciones e instancias como Inmujeres y DIF de Milpa Alta, esto es con la finalidad de que se empiece a conocer la campaña como tal, después las siguientes 10 semanas se colocarán en mercados así como en el transporte público y más que nada en todo el centro de Villa Milpa Alta con la finalidad de la consolidación de la misma.

Finalmente las últimas 8 semanas tendrán el objetivo de hacer recordar la campaña a través de la colocación en lecherías, bibliotecas y nuevamente coordinaciones, esto es porque si existen sugerencias puedan hacerse en estos últimos lugares (coordinaciones).

Los trípticos serán repartidos solamente en lugares como coordinaciones, bibliotecas, escuelas, Inmujeres y DIF de Milpa Alta ya que tienen mayor seriedad y puede ser más accesible encontrarlos en estos lugares.

3.4.4 Tabla general de medios.

Aquí se muestran las especificaciones de cada uno de los medios a utilizar, la distribución que se les darán así como el costo unitario, en este caso por millar, y finalmente el total por cada uno de los medios, además al final está el costo total que tendrá la campaña durante los seis meses de duración.

| MEDIOS | CANTIDAD | DISTRIBUCIÓN | COSTO UNIATRIO | TOTAL |
|--|-----------------|--|-----------------------|---------------|
| Carteles Doble carta 41x27 cm Papel couche, frente a color | 15,000 | Cada una de las 12 coordinaciones, lecherías, mercados y bibliotecas. En las 69 escuelas de preescolar, cendis y primarias tanto públicas como particulares Transporte público: microbuses (4 rutas) y RTP (2 rutas) Inmujeres y DIF de Milpa Alta. | 1,960 | 29,400 |
| Postales 9x15 cm Papel couche, frente a color y vuelta en tinta negra. | 10,000 | Cada una de las 12 coordinaciones, bibliotecas y museo, en donde las mismas personas las tomarán, además del edificio delegacional, Inmujeres y DIF en Milpa Alta. | 480 millar | 4,800 |
| Trípticos 20.3x 26.9 cm Frente y vuelta a color | 10,000 | En el edificio delegacional así como en cada una de las 12 coordinaciones, bibliotecas y museo, además del Inmujeres y DIF en Milpa Alta. | 1,850 millar | 18,500 |
| Total de Totales | | | | 52,700 |

Nota: los precios están calculados bajo los costos que maneja la empresa *SoloTarjetas* (5530-4274 y 5530-4474, Eje 3 sur #88, Av. Peón Contreras Col. Obrera entre Bolívar e Isabel la Católica) www.solo-tarjetas.com.mx, la cual cuenta con precios competitivos y con excelente calidad en los impresos.

Toda esta planeación tiene el propósito de impactar a cerca de 18 mil personas que son las que integran la totalidad de población del público objetivo, es decir, las mamás solteras de la delegación.

3.4.5 Diagrama de Flujo o Flow chart.

En esta sección se comprenden la estrategia de los medios en cuanto al tiempo que tendrán en un periodo de seis meses o 23 semanas, así como el costo y la cantidad para tener un mayor control tanto de los medios así como de los lugares.

| MEDIO | CANTIDAD | NO. DE SEMANAS (23) | | | TOTAL |
|--------------------|----------|---------------------|------|-----------|---------------|
| | | Primeras 5 | 10 | Últimas 8 | |
| Carteles | 15000 | 4000 | 7000 | 4000 | 29,400 |
| Postales | 10000 | 3000 | 4000 | 3000 | 4,800 |
| Trípticos | 10000 | 3000 | 4000 | 3000 | 18,500 |
| Total Final | | | | | 52,700 |

3.5 Ejecuciones.

En este apartado se expondrán tres propuestas tanto de cartel, postal y de tríptico, con la finalidad de ejecutar la campaña que tiene por nombre “Solas hemos podido... con tu ayuda será mejor”.

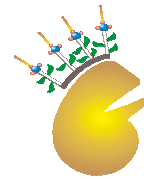
A continuación se mostrarán primeramente las propuestas para cartel (41x27 cm) los cuales se colocarán en lugares estratégicos para ser vistos como ya se expuso en el punto de estrategia de medios, las proposiciones están constituidas por fotografías con un fondo en blanco y negro de un paisaje representativo de la delegación, con una imagen central a color de una mamá soltera con su hijo de la misma demarcación con la finalidad que resalte más esta última.

Además dentro de las mismas ejecuciones se podrá observar el texto (Solos hemos podido... con tu ayuda será mejor.) en un recuadro rosa pastel, el cual indica el sector al cual está dirigido, que finalmente refuerza la imagen y asimismo complementa a la campaña siendo la idea principal.

También se utiliza el fondo en blanco y negro para resaltar el tono serio e identitario al ser lugares que se encuentran dentro de la demarcación como un Kiosco en donde hay uno en cada pueblo, unas casas como están habitualmente y además unas nopaleras como símbolo sobresaliente de la delegación.

Finalmente cabe destacar que los carteles, así como las postales y los trípticos llevan unos símbolos del mismo color que el recuadro para una mejor unidad en la imagen, los cuales son los que representan a cada uno de los 12 pueblos, ya que cada nombre tiene un significado denotado igualmente con la imagen del logo como a continuación se presenta:

- Santa Ana Tlacotenco "En la orilla de las jarillas o breñales"



- San Agustín Ohtenco "A la Orilla del Camino"



- San Antonio Tecomitl "En la olla o cántaro de piedra"



- San Bartolomé Xicomulco "En el Hoyo Grande"



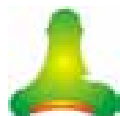
- San Francisco Tecoxpa "Sobre piedras amarillas"



- San Jerónimo Miacatlan "Junto o cerca de donde hay cañas o varas de flecha"



- San Juan Tepenahuac "Cerca del Cerro"



- San Lorenzo Tlacoyucan "Lugar verdascoso o lleno de jarilla"



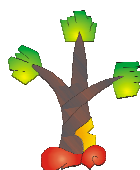
- San Pablo Oztotepec "Encima de la gruta"



- San Pedro Atocpan "Sobre tierra fértil"



- San Salvador Cuauhtenco "Cerca del Bosque"



- Villa Milpa Alta, Anteriormente Malacachtepec, "Lugar rodeado de cerros"



Solas hemos podido...



Con tu ayuda será mejor.

Solas hemos podido...



Con tu ayuda será mejor.

Solas hemos podido...



Con tu ayuda será mejor.

Ahora bien, a continuación se presentan las postales (9x15cm), las cuales tienen la misma finalidad, llevar la imagen de la campaña y difundirla a través de las imágenes de cada uno de los carteles.

Tienen también la idea del fondo en blanco y negro con la finalidad de la identificación entre mujeres de la misma demarcación, fundamentalmente a las madres solteras jóvenes.

POSTAL1



Las madres solteras también cuentan con ayuda.

MUJERES Y TRABAJO

Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres. **Inmujeres** (58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515)
Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores
Técnicos "CECAPTI" **DIF** (capacitación) (56 12 43 63)

NIÑOS

Programa "Niñas y niños talento" **DIF** (01 800 343 2322)
Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica
SEP (55 35 38 78)
Servicio de medicina preventiva (menores de 5 años) **DIF** (58 44 03 84)
Programa de Becas Escolares (6 y 15 años) **DIF**
*hijos de madres solteras (56 01 41 22)

MUJERES Y EDUCACION

Programa "Jóvenes en impulso" **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)
Programa de Bachillerato a Distancia **SEP** (www.ead.educacion.df.mx)
Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo
Instituto de la Juventud (53 96 14 71)

MUJERES Y VIVIENDA

Programa de Mejoramiento de Vivienda **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

MADRES SOLTERAS

Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE) **SEP** (www.educacion.df.gob.mx)

Mamá
soltera:

Ahora
también
tienes ayuda.

¡Acércate!

POSTAL 2



Las madres solteras también cuentan con ayuda.

MUJERES Y TRABAJO

Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres.
Inmujeres (58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515)

Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos "CECAPTI" **DIF (capacitación) (56 12 43 63)**

NIÑOS

Programa "Niñas y niños talento" **DIF (01 800 343 2322)**

Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica
SEP (55 35 38 78)

Servicio de medicina preventiva (menores de 5 años) **DIF (58 44 03 84)**

Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI) menores de 5 años **DIF (56 04 01 27 ext. 2552)**

Programa de Becas Escolares (6 y 15 años) **DIF *hijos de madres solteras (56 01 41 22)**

MUJERES Y EDUCACION

Programa "Jóvenes en impulso" **Instituto de la Juventud (53 96 14 71)**

Programa de Bachillerato a Distancia **SEP (www.ead.educacion.df.mx www.educacion.df.gob.mx)**

Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo **Instituto de la Juventud (53 96 14 71)**

MUJERES Y VIVIENDA

Programa de Mejoramiento de Vivienda **INVI (55 35 78 01 ext. 3303)**

MADRES SOLTERAS

Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE) **SEP (www.educacion.df.gob.mx)**

Mamá soltera:

Ahora también tienes ayuda.

¡Acércate!

POSTAL 3



Las madres solteras también cuentan con ayuda.

MUJERES Y TRABAJO

Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres.

Inmujeres (58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515)

Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos "CECAPTI" **DIF (capacitación) (56 12 43 63)**

NIÑOS

Programa "Niñas y niños talento" **DIF (01 800 343 2322)**

Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica **SEP (55 35 38 78)**

Servicio de medicina preventiva (menores de 5 años) **DIF (58 44 03 84)**

Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI) menores de 5 años **DIF (56 04 01 27 ext. 2552)**

Programa de Becas Escolares (6 y 15 años) **DIF *hijos de madres solteras (56 01 41 22)**

MUJERES Y EDUCACION

Programa "Jóvenes en impulso" **Instituto de la Juventud (53 96 14 71)**

Programa de Bachillerato a Distancia **SEP (www.ead.educacion.df.mx www.educacion.df.gob.mx)**

Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo **Instituto de la Juventud (53 96 14 71)**

MUJERES Y VIVIENDA

Programa de Mejoramiento de Vivienda **INVI (55 35 78 01 ext. 3303)**

MADRES SOLTERAS

Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE) **SEP (www.educacion.df.gob.mx)**

Mamá soltera:

Ahora también tienes ayuda.

¡Acércate!

TRÍPTICO 1.

| | | |
|---|--|---|
| <p>SEDESOL  SEDESOL SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL</p> <p>DIF DF </p> <p>INMUJERES DF  INMUJERES DF Instituto de la Mujer de la Ciudad de México</p> <p>SEP  SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA</p> <p>RTP </p> | <p>INJUVE </p> <p> Instituto de Vivienda del Distrito Federal INVI</p> <p>GDF  Ciudad México Capital en Movimiento</p> <p> IASIS IASIS</p> <p>SEDEREC </p> | <p>Solas hemos podido...</p>  <p>Con tu ayuda será mejor.</p> |
|---|--|---|



ACÉRCATE e INFORMATE HAY PROGRAMAS QUE TE BENEFICIAN

Las madres solteras también cuentan con ayuda.

MUJERES Y TRABAJO

Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres. **Inmujeres** (58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515)

Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos "CECAPTI" **DIF** (capacitación) (56 12 43 63)



NIÑOS



Programa "Niñas y niños talento" **DIF** (01 800 343 2322)

Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica **SEP** (55 35 38 78)

Servicio de medicina preventiva (menores de 5 años) **DIF** (58 44 03 84)

Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI) menores de 5 años **DIF** (58 44 03 84)

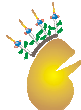
Programa de Becas Escolares (6 y 15 años) **DIF** *hijos de madres solteras (56 01 41 22)

MUJERES Y EDUCACION

Programa "Jóvenes en impulso" **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)

Programa de Bachillerato a Distancia **SEP** (www.ead.educacion.df.mx)

Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)



MUJERES Y VIVIENDA

Programa de Vivienda en Conjunto **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

Programa de Mejoramiento de Vivienda **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

MADRES SOLTERAS

Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE) **SEP** (www.educacion.df.gob.mx)

TU TRABAJO Y
ESFUERZO PUEDEN
SER APOYADOS,

AHORA NO ESTAS
SOLA



Milpa Alta 2009

TRIPTICO 2.

| | | |
|--|---|---|
|  <p>SEDESOL SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL</p>  <p>DIF DF</p>  <p>INMUJERES DF</p>  <p>SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA</p>  <p>RTP</p> |  <p>INJUVE</p>  <p>INVI Instituto de Vivienda del Distrito Federal</p>  <p>GDF Ciudad Mexico Capital en Movimiento</p>  <p>IASIS</p>  <p>SEDEREC</p> | <p>Solas hemos podido...</p>  <p>Con tu ayuda será mejor.</p> |
|--|---|---|



ACÉRCATE e INFORMATE HAY PROGRAMAS QUE TE BENEFICIAN

Las madres solteras también cuentan con ayuda.

MUJERES Y TRABAJO

Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres. **Inmujeres** (58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515)

Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos "CECAPTI" **DIF** (capacitación) (56 12 43 63)



NIÑOS



Programa "Niñas y niños talento" **DIF** (01 800 343 2322)

Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica **SEP** (55 35 38 78)

Servicio de medicina preventiva (menores de 5 años) **DIF** (58 44 03 84)

Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI) menores de 5 años **DIF** (58 44 03 84)

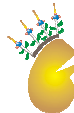
Programa de Becas Escolares (6 y 15 años) **DIF** *hijos de madres solteras (56 01 41 22)

MUJERES Y EDUCACION

Programa "Jóvenes en impulso" **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)

Programa de Bachillerato a Distancia **SEP** (www.ead.educacion.df.mx)

Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)



MUJERES Y VIVIENDA

Programa de Vivienda en Conjunto **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

Programa de Mejoramiento de Vivienda **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

MADRES SOLTERAS

Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE) **SEP** (www.educacion.df.gob.mx)

TU TRABAJO Y ESFUERZO PUEDEN SER APOYADOS,

AHORA NO ESTAS SOLA



Milpa Alta 2009

TRIPTICO 3.

| | | | |
|--|---------------------|--|----------------|
| | SEDESOL | | INJUVE |
| | DIF DF | | INVI |
| | INMUJERES DF | | GDF |
| | SEP | | IASIS |
| | RTP | | SEDEREC |

Solas hemos podido...

Con tu ayuda será mejor.



ACÉRCATE e INFORMATE HAY PROGRAMAS QUE TE BENEFICIAN

Las madres solteras también cuentan con ayuda.

MUJERES Y TRABAJO

Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres. **Inmujeres** (58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515)

Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos "CECAPTI" **DIF** (capacitación) (56 12 43 63)



NIÑOS

Programa "Niñas y niños talento" **DIF** (01 800 343 2322)

Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica **SEP** (55 35 38 78)

Servicio de medicina preventiva (menores de 5 años) **DIF** (58 44 03 84)

Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI) menores de 5 años **DIF** (58 44 03 84)

Programa de Becas Escolares (6 y 15 años) **DIF** *hijos de madres solteras (56 01 41 22)

MUJERES Y EDUCACION

Programa "Jóvenes en impulso" **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)

Programa de Bachillerato a Distancia **SEP** (www.ead.educacion.df.mx)

Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo **Instituto de la Juventud** (53 96 14 71)



MUJERES Y VIVIENDA

Programa de Vivienda en Conjunto **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

Programa de Mejoramiento de Vivienda **INVI** (55 35 78 01 ext. 3303)

MADRES SOLTERAS

Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE) **SEP** (www.educacion.df.gob.mx)

TU TRABAJO Y
ESFUERZO PUEDEN
SER APOYADOS,

AHORA NO ESTAS
SOLA



Milpa Alta 2009

Como se pudo observar en esta sección se encontraron las propuestas de trípticos (20x26) las cuales complementan la campaña junto con los carteles y postales, en ellas se encuentran también información sobre los programas así como las imágenes de cada cartel, los logos y teléfonos de las Instituciones que apoyan a las mujeres, siguiendo con el objetivo de comunicación que hacen la reflejar la unidad de campaña.

3.6 Presupuesto.

Cada campaña tanto comercial así como social tienen un presupuesto para su realización, ya que sin importar el fin u objetivos que persigan el material tiene un costo determinado, en este caso se utilizarán solamente medios impresos como carteles, postales y trípticos los cuales comprenderán en su totalidad la campaña.

Antes de pasar a los números es necesario saber específicamente lo que es el *presupuesto* en sí para poder así desglosarlo, y de acuerdo a Fernández Valiñas Ricardo es *“la cantidad de dinero que se espera utilizar para la realización de las actividades del área, es decir, la asignación de recursos a actividades específicas...”*²², todo esto para cumplir con los objetivos publicitarios que se plantearon.

De acuerdo a la profesora Reyna Díaz, se puede desglosar de la siguiente manera el presupuesto, de acuerdo a la distribución y cobertura del material:

Distribución de presupuesto por medios²³

| Medios | Presupuesto destinado | Porcentaje por medio |
|------------------------|-----------------------|----------------------|
| Carteles de 41x27 cm | 29,400 | 55% |
| Postales 9x15 cm | 4,800 | 10% |
| Trípticos 20.3x26.9 cm | 18,500 | 35% |
| Total | \$52,700.00 | 100% |

²² FERNANDEZ, Valiñas Ricardo. *Op. Cit.* P. 204

²³ DÍAZ, Huerta Reyna. *Op. Cit.* P. 146

4. CONCLUSIONES

El ser mujer hoy en día tiene una diferente perspectiva que hace diez años o un siglo, ya que siempre dependerá del lugar, el tiempo y sobre todo la cultura que se tenga para poder percibir de una u otra forma a cada individuo.

Tal y como se vio en el capítulo primero, la percepción es un proceso por el cual el hombre llega a distinguir lo que hay a su alrededor, sin importar que las distintas disciplinas tengan una concepción diferente del significado de este proceso, finalmente el resultado dependerá de cada una de las personas de acuerdo a todos los referentes obtenidos en un determinado momento y el espacio donde se desenvuelva.

Así mismo se habló sobre sensibilidad en los individuos y la dificultad de definirla ya que al igual que los sentimientos es algo intangible, pues no se puede observar ni mucho menos medir, lo cual hace difícil su investigación.

Ahora bien la percepción sumada con la sensibilidad son dos características de los seres humanos, las cuales sin importar la sociedad, nación o cultura tienen, lo que les hace diferente es el cómo las desarrollan y sobre todo las actitudes que se llegan a tener ante determinada situación.

Por lo anterior se hizo necesario el investigarlas y entenderlas, pues el presente trabajo muestra a un sector específico de la ciudad de México el cual en épocas anteriores era mal visto debido a la concepción que se tenía de la familia, que con el paso del tiempo ha ido cambiando gracias a los factores de tiempo y cultura, pues con ellos la visión de las cosas es diferente.

También como lo ha mostrado la historia, mucho tiene que ver la publicidad en todo ello, pues a través de los distintos medios de comunicación es como se aprende a conocer la sociedad la cual está viviendo en un determinado momento, sobre todo el papel desempeñado por la publicidad social, el cual es de tan grande relevancia que al igual que la comercial cambia las percepciones de las personas ante un determinado hecho social.

Así mismo a través del tiempo la publicidad como las personas han ido cambiando, sobre todo las mujeres, pues como se vio en el capítulo II éstas han jugado un papel de vital importancia para el desarrollo y avance de cada una de las sociedades, siendo el motor de las sociedades.

Pues como se mostró desde la prehistoria la mujer ha trabajado, sin embargo con el paso del tiempo su esfuerzo no ha sido reconocido, lo cual hizo que en un determinado momento empezara a exigir los mismos derechos que el hombre, pues si bien trabajaba no contaba con una igualdad.

En México como en todo el mundo, las mujeres han trabajado, sin embargo al igual que en los aspectos político y económico los cambios llegan con rezago, lo cual deja entrever el atraso de la sociedad, esto se menciona por que finalmente el progreso obtenido a través del tiempo cambia las percepciones así como los roles, pues hoy en día como se mostró en el capítulo II, las mujeres entran en ámbitos que en décadas pasadas no se llegaba a pensar.

También la estructura familiar cambia, debido a las necesidades así como la forma de pensar, lo cual nos lleva al punto de las madres solteras, el eje de todo este proyecto, quienes con el paso de los años han demostrado que si las mujeres se esfuerzan por salir adelante con o sin hijos, lo hacen ellas con más trabajo, el doble prácticamente, pues no cuentan con el apoyo de una pareja que les ayude al cuidado de sus hijos en todos los sentidos.

Por lo mismo se hace interesante el ver las percepciones, pensamientos así como cultura cambian, además el modo de vida es diferente aún viviendo dentro de una misma nación como lo es México, sin embargo dentro de la ciudad se tiene cierto estilo el cual va de la mano con el norteamericano por todo lo que rodea al ciudadano, sin embargo en la delegación Milpa Alta no aplica, gracias a que su modo de producción en cuanto a actividades es distinto, es más parecido al de los estados.

La delegación cuenta con un espacio físico grande, y con actividades laborales por lo tanto distintas, al estar ubicada a las orillas de la ciudad y conectada con los estados, además de no tener dentro de ninguno de los pueblos tiendas comerciales que de alguna forma determinan el estilo de vida.

En Milpa Alta las personas llevan un ritmo de vida más tranquilo al no tener tráfico, smog, fábricas y tiendas comerciales como: departamentales, supermercados o de comida rápida, esto se menciona porque en el capítulo III, que es el desarrollo de la campaña, son éstos los factores que determinan el pensamiento y las actitudes de las madres solteras.

Una madre es el pilar en una familia, es de vital importancia como el agua en el cuerpo humano, pues de ella depende primeramente que existan las personas, claro que complementada con el hombre, sin embargo su función es aún más compleja al ser ella quien tiene la responsabilidad desde que el niño se encuentra dentro.

Ahí es donde empieza su labor como madre, sin embargo en la ausencia del progenitor ella es quien toma el rol que le toca a él, pues al estar ausente el hombre la responsabilidad cae directamente sobre la mujer, que se hace cargo finalmente del niño hasta que forma su propia familia.

Por lo anterior se puede notar la importancia y el lugar que ocupan las madres y sobre todo las solteras, pues de ellas depende 100% la formación del niño, aun contando con el apoyo de los mismos padres, por ello esta campaña, la cual primeramente reconoce esa gran labor y también por otro lado expone los beneficios con los que cuenta y que sin embargo no tiene o hace uso de ellos por no conocerlos.

Pues si bien existen apoyos con programas, incluso una ley recién elaborada en octubre del año pasado en donde se especifica que las madres solas tienen derecho a recibir alimentación, asesoría legal y atención a su salud, éstas no alcanzan a la población, al menos no la milpaltense, ya que no cuentan con ayuda para tener una mejor vida y sacar adelante a sus hijos, pues las personas que les brindan su apoyo son generalmente (en algunos casos) los padres al hacerse cargo tanto de ellas como de sus hijos.

Por lo cual toda esta campaña puede reflejar la problemática de este sector, el cual necesita ayuda para salir adelante con una mejor vida tanto para ellas como para sus hijos, pues no sólo los niños son quienes están desprotegidos, de alguna forma también ellas, porque tienen completamente una responsabilidad que es de dos y por lo tanto más trabajo.

Como se pudo observar a lo largo del capítulo III, las madres solteras jóvenes se enfrentan a un contexto difícil de sobrellevar ya que las necesidades de los hijos son cada día mayores, por lo mismo buscan de una u otra forma solventar todo aquello que les es necesario olvidándose incluso de ellas mismas.

Sin embargo ellas también tienen necesidades a cubrir, lo cual indica primeramente se debe de apoyarlas para que ellas puedan desempeñar sus labores como madres de la mejor forma posible.

Las encuestas demostraron que las necesidades son variadas, pero que el fin es el mismo el cual trata de beneficiar a un sector vulnerable, quienes son los niños, los cuales dependen completamente de ellas para salir adelante.

Además de reflejar el hecho de que cada vez hay más madres solteras, por lo menos hoy en día se puede mencionar que en la delegación Milpa Alta de 10 mujeres entre 15 y 30 años, 2 al menos son madres solteras, las cuales tienen de 1 a 2 hijos entre los 4 y 6 años mayoritariamente o menores a esta edad.

También de acuerdo a los resultados, el problema en cuanto a los apoyos es que no los conocen, pues las distintas instituciones no los difunden a lo largo de la delegación en los 12 pueblos que conforman la demarcación, y la poca población que llega a saber o a contar con algunos de los muchos programas mencionan que es muy poca la ayuda, por lo cual se hace necesario el dar a apoyos de acuerdo a las necesidades de las mujeres.

Igualmente con las respuestas proporcionadas durante la investigación y la aplicación de encuestas se pudo notar que las situaciones reales son completamente diferentes a otra época o delegación, por lo cual se necesita de programas que apoyen verdaderamente a las madres solteras conforme a aquello que requieren en realidad como el hecho de seguir estudiando, ya que cuando se enteran de estar embarazadas se salen de las escuelas o los mismos padres las sacan, de ahí que no concluyan con sus estudios.

Por lo anterior se necesita el incentivarlas a terminar sus estudios para la obtención de un trabajo con el cual puedan salir adelante tanto ellas como sus hijos, pues de acuerdo a lo señalado por las madres solteras que respondieron la encuesta, el deseo está ahí pero no cuentan con el tiempo y la economía necesarios para seguir estudiando, de ahí la propuesta de abrir programas en los cuales se le permita a este sector estudiar al mismo tiempo que la enseñanza de algún oficio mientras cuiden a sus hijos en alguna estancia y así ellas no estén en constante preocupación o lleguen a faltar a sus clases.

Así mismo con base en las encuestas y la investigación de mercado se puede concluir que las madres solteras jóvenes milpaltenses además de tener necesidad de trabajar, sus situaciones en las cuales se encuentran les exigen superarse ya que de ellas dependen personas que no cuentan con la capacidad suficiente para apoyarlas.

Por todo lo anterior, con base en la investigación, la historia y toda la campaña como tal se puede deducir que si bien las madres solteras necesitan de ayuda, por todo el grande esfuerzo realizado cada día, también lo es el hecho de que deben de tener apoyos específicos, los cuales realmente les proporcionen una asistencia para conseguir objetivos, como el de sacar adelante a una familia.

Y que mejor que una campaña social en donde no se persiga ningún fin lucrativo sino por el contrario el reconocimiento de su labor diaria y sobre todo el dejar los apoyos existentes los cuales les benefician, para que así los puedan conocer y sobre todo se logren abrir otros, quienes cubran más con las necesidades específicas que tienen.

Finalmente puedo decir que la labor es mucha, que una campaña es solo parte de la solución, que se necesitan de mayores esfuerzos para ayudar completamente a un sector, y que no solo depende de una persona, sino de un conjunto incluso de las mismas madres solteras para llegar a resolver todo aquello necesario.

Los datos están expuestos, solo es necesario el iniciar con el trabajo de reconocer primeramente, para así dar a reflejar el esfuerzo que ejerce de cada madre soltera en la delegación, además de animarlas a salir adelante por sí mismas, por su bien propio y el de la familia que depende completamente de ellas y el cómo vean el mundo.

Toda esta campaña tiene un fin, el cual se expuso desde el inicio del capítulo III, el cual trata más que nada de reflejar la situación actual de las madres solteras, el esfuerzo emprendido diariamente, además de dar a conocer que cuentan con múltiples apoyos que les pueden ayudar a solventar algunas de las muchas necesidades que tienen y finalmente hacer una conciencia tanto en la población general así como de las instituciones a ver una realidad que nos llega (las madres solteras jóvenes) y que por lo tanto necesitamos apoyar de alguna manera.

Anexo 1
NOTA DEL UNIVERSAL

AL14 EL UNIVERSAL [SOCIEDAD]

Miércoles 30 de agosto de 2000

Coordinador de Información de Sociedad y Justicia: Carlos Benavides society@rnica.eluniversal.com.mx Tel: 5709 1332 ext. 4571

Se llama Miriam Acosta. Es comerciante. Tiene inquietudes profesionales y es independiente económicamente. De carácter abierto, no rechaza el matrimonio, pero aún no conoce al hombre con el cual desea formar una familia.

A los 35 años fue madre soltera. Hoy tiene una hija de un año de edad. Ha planeado su futuro basado en la independencia económica y personal; y en contraste, a veces su soledad la vuelve maníaca y reciosa con sus cosas.

Es la cara y cruz de esta nueva faz urbana o realidad social compuesta por madres solteras, que a la hora de tener un hijo quisiera le propongan a su mejor amigo que sea proveedor de semen, o acudan a un donante anónimo en una clínica de fertilidad —como lo hizo Miriam, que procuró un donante mexicano, de tez blanca, alto, con un coeficiente intelectual elevado—, y que aproximadamente por 150 mil pesos —costo total del procedimiento— pudo ser madre.

Una nueva faz urbana

Son muchas las causas que llevan a una mujer a enfrentar un embarazo sin una pareja; en todo caso, ¿quién no tiene una amiga, una hermana, una prima, una vecina... en definitiva, una persona cercana que le haya comentado en un momento dado: "Seré madre soltera, me separo, voy a adoptar, o no deseo casarme"—todos ellos comentarios que desafían el estereotipo cultural de la familia heterosexual "normal".

Suele afirmarse que el deseo de ser madre y formar una familia es inherente a la mujer, sin embargo, la estructura familiar tradicional —marido, esposa e hijos— ha sido sustituida paulatinamente por otros tipos de composición familiar, como son los hogares encabezados por jefas mujeres, así como mujeres solteras que han elegido tener hijos a través de solistas: mujeres que se acercan a los 40 años de edad, divorciadas o solteras (preocupadas por su reloj biológico) y que por distintos motivos postergaron su maternidad.

También hay las mujeres que no están en pareja, pero que no quieren privarse de tener un hijo; mujeres solistas que han podido acceder a la maternidad gracias a la aparición de nuevas tecnologías de reproducción asistida; y mujeres que marcan una tendencia que podría ir en aumento de la mano de cambios sociales y culturales de las últimas décadas.

En este sentido, cifras proporcionadas por el Consejo Nacional de Población (Conapo) indican que en México de los 23 millones de mujeres que tienen hijos vivos, casi 4.5 millones (la quinta parte) son madres solistas.

Una de cada cinco mujeres de las generaciones jóvenes —mujeres de 30 años de edad— inicia su primer embarazo siendo soltera. A su vez, por lo menos la mitad de las mujeres en edad reproductiva en el país educa solas a sus hijos: 11 % por divorcio, 17% por viudez, 12.4% por abandono del hombre, y el 60% restante por ser madres solteras.

Además, se estima que 80% de las mujeres que se someten a un procedimiento de inseminación asistida en México, son solteras y sin pareja que buscan un hijo a través de semen donado.

Posibles consecuencias

Ahora bien, ¿está en crisis la figura del padre? ¿Existen consecuencias



COSTOS Miriam Acosta pagó 150 mil pesos por el semen de un donante mexicano, alto, de tez blanca y coeficiente intelectual elevado; hoy tiene una niña de un año

frente a sociedades sin padre o padres ausentes?

Estadísticas oficiales recientes en Estados Unidos refieren que 90% de los hijos que hoyeron de esa progenia de familias sin padre.

Asimismo, 70 % de la criminalidad juvenil proviene de familias donde el padre está ausente. 85% de los jóvenes en prisión crecieron en familias sin padre, y 69% de los jóvenes suicidas tenían padres ausentes.

Para Alfredo Góngora Rodríguez, ginecólogo especialista en reproducción y director del Centro de Fertilidad Humana en México, es accesible que cualquier mujer tome el camino de la reproducción asistida (sin padre biológico) si no tiene una red afectiva sólida, pues deben ser muy fuertes para afrontar lo que implica ser madre soltera.

En este sentido, Silvinia Luna Santos, subdirectora de Información del Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), coincide al afirmar que el ser humano debería estar enmarcado dentro de un triángulo madre-padre-hijo, pues tanto la figura materna como la paterna son importantes.

Por lo tanto, agrega Luna, la decisión de lanzarse en solitario a la búsqueda de un hijo puede traer consecuencias no deseadas ante la omisión paterna, como lo son el sentimiento de abandono, desamigo, inseguridad, zozoranza y falta de identificación con la figura paterna.



“Sabemos que muchas mujeres que se someten a la inseminación dicen que son solteras, cuando en realidad tienen una pareja afectiva femenina”

Alfredo Góngora Rodríguez
Ginecólogo y director del Centro de Fertilidad Humana en México

“Familia de lesbianas, una realidad”

Madre hay una sola, pero a veces hay dos. Los centros médicos privados que aplican técnicas de reproducción asistida en México están registrando un incremento constante de solistas procedente de mujeres solteras sanas —algunas de las cua-

SITUACIÓN DE LAS MUJERES SOLAS EN MÉXICO

Según datos del Instituto Nacional de las Mujeres

| | | | | |
|---|---------------------------------------|---|--|---|
| 666 MIL 216 mujeres vivían solas, según censo, en el año 2000 | 56.5% tiene 60 años de edad | 29.1% son mujeres solteras, que nunca se han casado | 15.2% corresponde a mujeres que viven separadas de sus esposos | 31.1% de las mujeres que viven solas nunca han tenido hijos |
|---|---------------------------------------|---|--|---|

Madres solteras desafían estereotipo

Según estadísticas, la quinta parte de las mamás mexicanas no están casadas; muchas de ellas han decidido tener hijos sin la presencia de la figura paterna aprovechando las nuevas tecnologías que les permiten alcanzar ese anhelo. Esto es una tendencia creciente que cambia el concepto tradicional de familia, afirman

TEXTO CRISTINA PÉREZ-STADELMANN • FOTOS DAVID JARAMILLO

mujer (que es su madre biológica), otra mujer (pareja sentimental de su madre) y un padre biológico surgido de la compra de semen a un banco de donantes.

“Aunque la familia lesbiana es una realidad, en México esa forma de configuración vincular aparece aún invisible y sin nombre, a pesar de que según datos del Centro de Fertilidad Humana en México, las homosexuales femeninas representadas entre 20.9% y 30% de las solteras que demandan este procedimiento para concebir un hijo comentan:

“Para el doctor Góngora Rodríguez —también especialista en ginecología y reproducción—, no estamos frente a casos de hijos de madres lesbianas, sino únicamente se trata de una mujer que quiere tener un hijo, no tiene pareja masculina y entonces recurre a un banco de semen. Es decir, hay una madre biológica que puede ser lesbiana, un padre biológico que aporta el semen anónimo y otra mujer que sólo es pareja de la madre.

“Sabemos que muchas mujeres que se someten a inseminación dicen que son solteras, cuando en realidad tienen una pareja afectiva femenina. Esto último es así de ambiguo porque en nuestro país no existe regulación alguna respecto a los tratamientos de inseminación asistida específicamente en el caso de muje-

res lesbianas. Además, una mujer lesbiana se convierte en madre por inseminación asistida, madre biológica es poco común dentro del sistema legal con derechos de la maternidad (madre soltera), pero la madre no tendrá un reconocimiento formal con respecto al hijo o el especialista.

Vacío legal

El Código Penal del Distrito Federal y la Ley General de Salud no especifican que podrá ser tratada dentro de los términos de la maternidad a las mujeres casadas que proveen de su esposo, así como mujeres solteras que tienen hijos de edad y que se encuentran en sus facultades mentales; por lo tanto, hay un vacío legal en cuanto a de la maternidad “homosexual”.

Legalmente no hay nada que impida que una mujer lesbiana que desea una inseminación artificial sea discriminada. Las mujeres solteras que tienen una orientación sexual que y que deciden ser madres por sí mismas “no naturales” como lo se pasarse utilizando el espermatozoide completamente anónimo de un donante que está de acuerdo con ser identificado cuando llegue a ser adulto, o de un niño completamente conocido, por lo tanto un amigo y un pariente cercano.

FAMILIAS UNIPARENTALES

| | | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|--|---|---|
| MÉXICO: De acuerdo con el Consejo Nacional de Población existen: 4.5 millones de madres solteras | ESTADOS UNIDOS: De 1970 a 2000, el número de jefas de familia aumentó a: 10 millones | IRLANDA: El índice de hogares sin padre pasó de 5.7% a 7.9% , por divorcio | FRANCIA: Desde finales de la década de los 80 hubo más de 50% de mamás solas | GRECIA: Desde 1980 aumentó 29.8% el número de madres solas | GRAN BRETAÑA: La proporción de familias uniparentales en esta nación es de poco más de 25% | ALEMANIA: En los dos últimos decenios hubo aumento en el número de mujeres que crían hijos solas | JAPÓN: En la última década se ha observado un crecimiento en el número de mujeres que crían a sus hijos estando solas | AUSTRALIA: Como resultado de la separación de parejas: 1 de cada niños vive solo alguno de los padres biológicos |
|---|--|--|---|---|--|--|---|---|

Fuentes: Conapo, Single Mothers in an International Context, The Times, Londres, Departamento de Estadística de Australia y Tami Society of New

Anexo 2

ENTREVISTAS

- Entrevista realizada el 11 de diciembre de 2008 en la Vocacional 15 al jefe de control escolar QBP Honorio Galicia Hortiales.

Vero: Buenos días, quisiera ver si me pueden proporcionar datos de este año, sobre estadísticas de personas chicas de 15 a la mayoría de edad, que se encuentran embarazadas.

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: Si pero generalmente las que entran y están en embarazo están entre el primero y el cuarto semestre, por un embarazo y abandonan la escuela, y entonces es esto específicamente. También hay o entran chicas, que es el principal problema que tenemos, que ya tienen un hijo y no pueden mantener la escuela, entonces aunque llegan y asisten a la escuela se le enferma el niño, no tiene quién lo cuide, diversos factores debido a su bebé y no asisten frecuentemente a la escuela y bajan su rendimiento y hacen que otra vez vuelvan a caer dictaminación.

Te podemos dar información de cuántas están dictaminadas y cuántas chicas madres solteras tenemos, ahí si te podemos dar información, solo que se necesita un oficio.

Vero: Es precisamente lo que venía a preguntar.

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: Si necesitamos un oficio dirigido al director para que te podamos dar los datos estadísticos, más que nada porque nos dicen de vinculación, y tenemos que dar un soporte.

Vero: ¿A quién tiene que ir dirigido?

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: Al QFB Herasmo Palafox Moedano, explicándole quién eres, de dónde vienes y el período de información. Y así te podríamos dar datos de chicas embarazadas que tenemos. Ahorita tenemos dos bajas, por embarazo, o sea ahorita están fuer, una de alto riesgo que también ya no viene por la familia. Estos son los datos y bueno hay otras que tuvieron su bebé y se van a volver a incorporar a la escuela.

Vero: ¿y le entrego una copia a usted?

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: si con copia al QBP Honorio Galicia Hortiales, Jefe de control escolar.

Vero: ¿Qué opciones les da a los familiares o a las chicas que resultan estar embarazadas?

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: Comentamos a la gente que no las den de baja, que venga a la escuela hasta que termine el semestre, pero no le afecta que la vean, aquí no hay ninguna discriminación, aquí puedes venir con embarazo hasta el último día, pero ya no regresan, le dí la

alternativa que ya no viniera y después se reincorporará, pero es muy difícil que alumnas después del embarazo tienen su bebé y ya estando aquí si les afecta muchísimo, tienen bajo rendimiento.

Vero: Si es difícil y más en todos estos pueblitos.

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: si porque los han embarcado, pero la gente es muy noble.

Vero: Muchas gracias.

QBP HONORIO GALICIA HORTIALES: De nada.

- Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 a la psicóloga del Bachilleres 14, María de La Luz Serrano Maldonado.

Vero: Buenos días vengo a pedir informes sobre apoyos o programas que influyen en las madres solteras para seguir estudiando.

Psicóloga: Si debo informarte que yo admiro a mis alumnas.

María de la Luz Serrano Maldonado, soy psicóloga del plantel 14 Milpa Alta del Colegio de Bachilleres en el turno matutino.

He encontrado cosas muy interesantes, porque actualmente los chavos, les digo que yo los admiro porque yo no lo habría hecho en mi vida, porque están trabajando y están estudiando y eso es interesante porque tienen que sacar adelante a sus hijos. Y son madres o padres solteros.

Entonces he tenido alumnos que vienen corriendo con su bebé, y lo ponen ahí y están tomando su apunte, y le dan el biberón y se paran y están tomando su clase.

Ellos antes pensaban que tenían que pedirle permiso a uno para ver si lo traían, pero ahora ya ni piden permiso, nada más entran y están tomando su responsabilidad.

Vero: Le agradezco mucho su tiempo.

Psicóloga: De nada.

- Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 al apoyo del director del Cetis 167, Miriam Téllez.

Vero: Buenas tardes, mi nombre es Verónica García Ortiz y vengo a pedir informes sobre deserción escolar por embarazo.

Apoyo: Si adelante, soy Miriam Téllez y soy apoyo del director.

Apenas estamos empezando, es el primer semestre, si inscribimos a 400 y tantos alumnos, ahorita ya bajó mucho la población, pero no tenemos un registro exacto porque muchos chicos simplemente dejaron de venir.

Vero: Bueno le comento, lo que estoy haciendo es una tesis de una campaña social para madres solteras en la delegación Milpa Alta y dentro de la tesis viene una parte de la investigación donde se habla sobre la deserción sobre todo de mujeres por embarazo o porque son madres solteras y no pueden estar estudiando, por este motivo es que yo me acerco al Bachilleres, al Conalep, a la Vocacional 15 de Tecomitl, ya nada más me falta el Cetis y la preparatoria de Santa Ana, que son los nivel medio superior y superior de toda la delegación, entonces con base en esto vine a preguntar.

Apoyo: La situación es esa, todavía no tenemos estadísticas, con las que te pudiéramos ayudar, si han desertado, pero de hecho una sola chica se acercó directamente a preguntar qué podía hacer, porque estaba embarazada, y entonces no hay problema, pero eso fue en la inscripción vino con su mamá, le dije no ha problema inscríbete aquí no se limita ni nada, vino muy poco tiempo y dejó de venir es la única que yo podría decirte así certeramente que por ese motivo dejó de asistir.

Vero: Y por ejemplo ¿tienen algún plan de becas?

Apoyo: Si se implementó la beca de Prepa Sí y la de Pronabes.

Vero: a si las conozco, porque en algunas escuelas a las que he ido me mencionan que las becas son de este programa de Prepa Sí, pero también cada plattel cuenta con becas individuales y cada quien se hace responsables de las madres en este caso que salen embarazadas.

Apoyo: Si pues como estamos empezando pues todavía nos falta mucho no?, los institutos tienen muchísimos años, tienen 60 años existiendo en toda la República, pero aquí en el DF no había, somos los primeros. Somos 3 tres institutos en el DF que empezamos en agosto, las clases empezaron en septiembre prácticamente, de septiembre para acá, entonces todavía no podemos darte alguna información.

Vero: Pero si van a tener o dar accesibilidad a las chicas que estén embarazadas.

Apoyo: Claro poco a poco debemos ir implementando programas específicos para casos específicos, como tú dices madres solteras o chicos con alguna discapacidad diferente como le llaman ahora.

Vero: Estaba leyendo que solo tienen 3 carreras.

Apoyo: Así es solo son tres.

Vero: ¿En qué consiste cada una de las carreras?

Apoyo: Necesitaría tener la currícula a la mano, pero son 3 carreras, las tres son ingenierías, son de bioquímica de 9 semestres y las otras de 8 semestres, la currícula no la conozco de memoria.

Vero: Muchas gracias.

Apoyo: Si mas adelante podemos ayudarte aquí estamos.

Vero: Si muchas gracias.

Apoyo: Si puedes igual llamarnos algún día.

Vero: Si claro, ¿me da los datos?

Apoyo: Si quieres subimos y te doy un volante ahí vienen, el teléfono, correo electrónico todo, que hagas cita con el director y con él platicas más ampliamente.

Vero: ¿cualquier día?

Apoyo: Claro que si.

Vero: Muchas gracias.

Apoyo: De nada.

- Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 en el DIF de Milpa Alta a la maestra Angélica, encargada de dar información a la población en general.

Vero: Buenos días.

Profesora Angélica: Buenos días dígame

Vero: Disculpe ¿Quién me puede dar informes acerca de programas o apoyos para madres solteras?

Profesora Angélica: Mira para madres solteras como tal no, tienen que ser de caracteres de niños con vulnerabilidad de recursos económicos que sus mamás sean viudas, solteras o separadas y que tengan edad escolar, o sea primaria y secundaria, madres solteras de bebés y eso no.

Vero: ¿Y para los casos de la ayuda a aquellos niños que mencionaba, que se necesita?

Profesora Angélica: Si se llaman becas escolares para vulnerabilidad y son para hijos de madres solteras, no importa el promedio y ahí si hay un historial, porque haces una solicitud, la llevas a Zócalo, aquí vienes y se te dice si fue aceptada, se te hace un estudio socioeconómico, o sea no a cualquiera se le da.

Vero: Bueno, lo que pasa es que estoy preguntando acerca de los programas para madres solteras.

Profesora Angélica: Si para madres solteras no hay, son para hijos de madres solteras, viudas, divorciadas, pero en edad escolar, primaria y secundaria.

Vero: Esta bien, muchas gracias.

Profesora Angélica: Hasta luego.

- Entrevista realizada el día 11 de diciembre de 2008 en las oficinas de la Delegación Milpa Alta, departamento de becas, por la responsable.

Vero: Buenas tardes.

Encargada: Buenas tardes.

Vero: Disculpe, ¿quién me puede dar informes sobre las becas para madres solteras?

Encargada: Para madres solteras no tenemos.

Vero: lo que pasa que me dijeron en el Bachilleres que el gobierno da becas y el DIF también, pero ya fui a preguntar y me dijeron que no habían.

Encargada: Aquí tampoco hay, nada más para puro estudiante.

Vero: Por ejemplo las becas de Prepa si, ¿pueden ser para madres solteras estudiantes?

Encargada: Las Becas de Prepa Si, las lleva cada escuela.

Vero: Pero ¿que se requiere para pedir las?

Encargada: Necesitas preguntar en tu escuela, ahí te dan todos los requisitos, porque solamente aquí tenemos de primaria y secundaria, pero de bachilleres no, eso se dan en los planteles.

Vero: Esta bien, muchas gracias.

Encargada: De nada.

- Entrevista realizada el día jueves 12 de febrero de 2009 al auxiliar de coordinación de San Pablo Oztotepec Juan Carlos Reyes Sánchez.

Vero: Buenas tardes.

Auxiliar de Coordinación: Buenas tardes, ¿que se te ofrece?

Vero: Quisiera que me dieran informes sobre la difusión de programas sociales en la coordinación, pero antes de todo, pero antes ¿Cómo se llama?

Auxiliar: Juan Carlos Reyes Sánchez, auxiliar de la coordinación, si hay difusión del gobierno federal, local y de la delegación. Hay programas que vienen desde Inmujeres, de Desarrollo social de la Secretaría de Desarrollo Social y éstos a veces imparten pláticas a las mujeres. Afortunadamente la difusión ha estado al día en cuanto a pósters, sobre todo porque es una condición de la coordinación, en virtud de que toda la gente viene a pedir algún documento que requiera, los folletos los repartimos al público en general, pero en su mayoría los programas a las mujeres. También hay apoyo en cuanto a la salud, pues vienen a hacer estudios de papanicolau por ejemplo.

Vero: ¿y ahorita que tipo de difusión tienen?

Auxiliar: Pues ahorita quitamos los cárteles, pero lo último fue en contra de la violencia a la mujer por parte del Inmujeres, porque vino personal de esta institución a impartir pláticas y pegaron sus pósters y además repartieron trípticos y en general cada principio de mes es cuando nos traen los carteles.

Ahorita como ya son programas que pasan quitamos el cartel para que la gente no piense que son los del momento. También en este momento hay apoyo para las mujeres productoras sobre todo por la zona que se encuentra la comunidad; se les da curso de hortalizas, animales de traspatio, y casi todas van encaminadas al público en general, pero las que vienen más son las mujeres, ya que ellas son las que reciben el poco o mucho gasto y son las que administran el cómo gastarlo.

También participación ciudadana tiene una oficina en la coordinación y los carteles los trae la delegación, pero los cursos que imparten son de fieltro o cerámica.

En general si hay información, sin embargo no es suficiente, ya que las mujeres son las que siempre están en la calle, el mercado y haciendo sus labores.

Vero: Muchas gracias por la información y ¿me permitiría tomar unas fotos de los carteles que hay?

Auxiliar: si, de nada y si quieres puedes llevarte algunos carteles de los que ya quitamos para que los tengas.

Vero: Si muchas gracias.

Auxiliar: De nada aquí estamos cuando necesites más información.

- Entrevista realizada el día 18 de diciembre de 2008 a la Lic. Mayra Romero, encargada del Inmujeres DF en la delegación Milpa Alta.

Vero: Buenos días.

Lic. Mayra: Buenos días.

Vero: Quisiera saber ¿qué tipo de programas hay para las mujeres en la delegación Milpa Alta?

Lic. Mayra: Bueno aquí específicamente en el Instituto de las Mujeres en Milpa Alta los servicios que se brindan son de diferentes formas: hay dos abogadas que dan asesoría legal porque principalmente las mujeres llegan aquí solicitando información de cómo tramitar la pensión alimenticia por ejemplo, pues eso es muy concurrido, también cómo hacer el tramite de divorcio, lo de guardia y custodia de los hijos, esos son como los temas principales a los cuales las mujeres vienen a orientarse.

También hay dos psicólogas que son las que también dan orientación, no dan terapia, pues hacen primero una valoración del estado de la mujer que llega y sobre eso ellas determinan si se les da un seguimiento o se les canaliza a otra institución, en lo legal igual, pues si aquí no se puede resolver la problemática de las mujeres se les canaliza y orienta a la institución que las pueda apoyar.

Aparte para abarcar todos los servicios que da la unidad, aquí también se enfatiza mucho el trabajo con Inmujeres en cuestión de los talleres y las pláticas de sensibilización y capacitación, hay otras áreas no solo la legal y psicológica, hay compañeras que dan información en cuanto a proyectos productivos, en cuestión de bolsa de trabajo, también hay otra área donde nostras trabajamos

diferentes temas que tienen que ver con reforzar e impulsar el empoderamiento y liderazgo de las mujeres; en esta área nosotras trabajamos lo que es género, liderazgo, empoderamiento, ciudadanía, y todo lo que tiene que ver con la participación ciudadana y la organización de las mujeres.

Y hay otra compañera que trabaja con jóvenes, ella sobre todo maneja los temas de prevención de violencia en el noviazgo, prevención de enfermedades de transmisión sexual, de adicciones y hace trabajo con jóvenes y sobre todo en las escuelas.

Nosotras también trabajamos tanto dentro de la unidad como fuera de la misma, pues el 80% de nuestro trabajo es en el campo, salimos a las comunidades a hacer todo esto que te comenté.

Vero: ¿Qué requisitos se necesitan para tener estos beneficios?

Lic. Mayra: Para poder acceder a estos servicios no hay ningún requisito, solamente que se acerquen y así se les brinda la atención, dependiendo de lo que la mujer requiera.

Vero: ¿Y hay algún programa en específico para madres solteras?

Lic. Mayra: No, Inmujeres no tiene ni becas, ni otro tipo de apoyos de ese tipo, solo lo que estoy comentando, que son mujeres en general, no importando la condición en la que estén, aquí la atención es para todas en general.

Vero: Para todo esto que menciona, ¿se han hecho campañas de difusión?

Lic. Mayra: Sí, si hacemos campañas de difusión, lamentablemente nos rebasa la población, pues somos 11 asesoras en la unidad y por ejemplo las abogadas y las psicólogas su trabajo es de mayor tiempo aquí en la unidad porque todo el tiempo están recibiendo la demanda para la orientación, el resto si salimos, pero como te vuelvo a repetir nos rebasa la capacidad de difusión, pues durante el año se hacen diferentes jornadas de difusión a través de un programa que se llama PAIMEF, el cual consiste en que son brigadas en las cuales salimos a perifonear, a volantear, a dar servicios y ahí las abogadas y psicólogas salen a dar orientación en la explanada de alguna coordinación por ejemplo y algunas veces las coordinaciones nos apoyan para la difusión, precisamente cuando se les plantea que no hay suficiente personal y que requerimos de su apoyo y bueno si hay coordinaciones que nos echan la mano con toda esta parte de convocar y sobre todo informar a la gente lo que el Inmujeres hace.

Vero: ¿cómo es la planeación de las campañas y brigadas?

Lic. Mayra Romero: No tenemos una fecha exacta, se trata de cubrir a lo largo del año cuatro etapas, al principio a mediados de año, no hay una fecha así como establecida o fija.

Vero: Muchas gracias por su tiempo y la información que me dio.

Lic. Mayra: De nada, espero que te sirva y si necesitas algo más puedes venir, cuídate mucho.

Vero: Gracias.

Anexo 3
PROGRAMAS

| Para Niños en General | Para Mujeres en General |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">Programa de Apoyo a Familias Consumidoras de Leche Liconsa</p> <p>¿A quiénes está dirigido? A las y los beneficiarios que se encuentren registrados en el padrón del Programa de Apoyo a Familias de Leche Liconsa.</p> <p>¿De qué se trata? Otorgar los vales para la adquisición de alimentos y entrega de despensa de manera gratuita.</p> <p>Requisitos: Ser residente del DF, contar con tarjeta vigente del programa e identificación oficial con fotografía.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Desarrollo Social, a través de la Subsecretaría de Participación Ciudadana y de la Dirección General de Igualdad y Diversidad Social.</p> <p>Teléfono: Locatel 56 58 11 11</p> | <p style="text-align: center;">Programa de Desarrollo Personal y Colectivo</p> <p>¿A quién va dirigido? A mujeres y a grupos interesados en alguno de los temas y actividades que plantean.</p> <p>¿De qué se trata? Ofrece ayuda mutua y asesorías psicológicas y talleres para mejorar la calidad de vida en ámbito individual, familiar y social, así como el desarrollo personal y colectivo de las mujeres.</p> <p>Requisitos: interés por las actividades.</p> <p>Institución responsable: Inmujeres del DF, en la dirección del Sistema de Unidades Delegacionales.</p> <p>Teléfono: 58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 1515</p> |
| <p style="text-align: center;">Servicios de Desayunos Escolares</p> <p>¿A quién está dirigido? A niñas y niños que vayan a una escuela pública en el DF</p> <p>¿De qué se trata? Se le proporciona a la niña o al niño una ración de alimentos dentro de la escuela para un mejor desempeño escolar.</p> <p>Requisitos: Estar en una escuela pública; preescolar, primaria o educación especial.</p> <p>Institución responsable: Sistema Integral de la Familia DIF DF, en la Dirección Ejecutiva de Asistencia Alimentaria.</p> <p>Teléfono: 56 04 01 27</p> | <p style="text-align: center;">Programa de construcción de la cultura ciudadana</p> <p>¿A quién va dirigido? A mujeres interesadas en promover y ejercer sus derechos en su comunidad.</p> <p>¿De qué se trata? De promover a través de pláticas, talleres y cursos la organización y participación de las mujeres en su comunidad para el ejercicio de sus derechos.</p> <p>Requisitos: Conformar un grupo de mujeres.</p> <p>Institución responsable: Inmujeres del DF, en la dirección del Sistema de Unidades Delegacionales.</p> <p>Teléfono: 58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 15 15</p> |

| | |
|---|--|
| <p align="center">Programas de útiles escolares</p> <p>¿A quiénes está dirigido? A niños y niñas que cursan escuelas públicas de preescolar, primaria o secundaria del DF.</p> <p>¿De qué trata? Apoya entregando a cada inicio escolar un paquete de útiles escolares.</p> <p>Requisitos: Papá, mamá o tutor presentar original y copia de calificaciones del año anterior, comprobante de inscripción de en centro de distribución correspondiente a la escuela.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Educación y Secretaria de Desarrollo Social.</p> <p>Teléfono: Locatel 56 58 11 11</p> | <p align="center">Sistema de Albergue para Mujeres, sus hijos e hijas, que viven en violencia familiar</p> <p>¿A quién va dirigido? A mujeres maltratadas y a sus hijas e hijos.</p> <p>¿De qué se trata? Dar refugio temporal por tres meses a las mujeres y sus hijos que viven en violencia familiar para que reciban atención.</p> <p>Requisitos: vivir en violencia psicológica, física o sexual, ser mayor de 18 años, solicitar un lugar, no contar con redes familiares, no tener antecedentes de vivencia en la calle, no ser adicta, no haber tenido intentos suicidas, que los niños sean menores de 13 años.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Desarrollo Social en su Dirección General de Igualdad y Diversidad Social en su Dirección de Atención y Prevención de la Violencia Familiar.</p> <p>Ubicación: en la Delegación.</p> |
| <p align="center">Programa de Uniformes Escolares</p> <p>¿A quién está dirigido? A niños y niñas que cursan en escuelas públicas de preescolar, primaria o secundarias del DF.</p> <p>¿De qué se trata? Las niñas y niños reciben un vale que canjean por uniformes de la escuela correspondiente.</p> <p>Requisitos: Papá, mamá o tutor presentar original y copia de documento oficial que confirme que el niño está inscrito en alguna primaria o secundaria pública del DF.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Educación y Secretaria de Desarrollo Social.</p> <p>Página: www.sds.df.gob.mx</p> | <p align="center">Programa de Reinserción social para mujeres egresadas de refugios y albergues</p> <p>¿A quién va dirigido? A las mujeres egresadas de refugios y albergues del DF</p> <p>¿De qué se trata? Brindar a las mujeres y a sus hijos redes de apoyo en el ámbito laboral, cultural, económico, de salud y desarrollo social, con la finalidad de romper con la situación de la violencia y favorecer un plan de vida libre de violencia.</p> <p>Requisitos: ser egresada del albergue y refugios del DF.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Desarrollo Social en su Dirección General de Igualdad y Diversidad Social en su Dirección de Atención y Prevención de la Violencia Familiar.</p> <p>Lugar: UAPVIF Milpa Alta, Avenida Puebla S/N,</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>esquina Nuevo León, colonia Villa Milpa alta. Teléfono: 58 44 19 21.</p> |
| <p>Programa “Escuela sana y segura 1,2,3”</p> <p>¿A quiénes está dirigido? A niños y niñas que asisten a escuelas públicas del DF, así como a maestros, maestras, directivos, madres y padres de familia.</p> <p>¿De qué se trata? Es para mejorar las condiciones en las escuelas primarias y crear una cultura de seguridad.</p> <p>Requisitos: Estar en una escuela pública de nivel básico, que el director haga la solicitud.</p> <p>Institución responsable: Secretaría de Educación de la dirección general de educación básica.</p> <p>Dirección: Jalapa 15, Col. Roma, Delegación Cuauhtémoc.</p> | <p>Programa de Desarrollo Económico y Trabajo para Mujeres</p> <p>¿A quién se dirige? A mujeres que quieran desarrollar sus capacidades productivas para integrarse o desempeñar una actividad que les permita tener un ingreso económico y a interesados en los temas.</p> <p>¿De qué se trata? De favorecer la participación de las mujeres en la vida económica de la Ciudad, promoviendo su desarrollo integral, el despliegue de sus capacidades productivas y el acceso a los recursos y a los beneficios que ofrece la actividad económica. Son asesorías individuales y grupales, con el fin de la incorporación al mercado laboral, capacitación integral a microempresarias y vinculación con instituciones, creación de grupos de ahorro y préstamo con mujeres de la misma comunidad, pláticas y talleres para promover la capacidad de liderazgo, reuniones con empresas empleadoras, desarrollo de procesos de información, sensibilización y formación para promover la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral.</p> <p>Requisitos: Acudir a la unidad delegacional del Inmujeres.</p> <p>Institución responsable: Inmujeres del DF, en la dirección del Sistema de Unidades Delegacionales.</p> <p>Teléfono: 58 44 16 48, 58 62 31 50 ext. 15 15</p> |
| <p>Programa “Educación Garantizada”</p> <p>¿A quién está dirigido? A estudiantes de primarias, secundarias y bachillerato público del</p> | <p>Programa Preferencial para Mujeres</p> <p>¿A quién va dirigido? A mujeres y niñas que utilizan los autobuses de la Red de transporte</p> |

| | |
|---|---|
| <p>DF.</p> <p>¿De qué se trata? Otorga un apoyo a estudiantes que hayan sufrido la muerte de su padre, madre o tutor, para que sigan estudiando hasta el bachillerato.</p> <p>Requisitos: estar inscrito en primarias y secundarias públicas de DF o alguna preparatoria del Gobierno de la Ciudad de México.</p> <p>Institución responsable: Secretaría de Educación, en su Dirección General de Educación Básica.</p> <p>Dirección: Jalapa 15, Col. Roma, Delegación Cuauhtémoc.</p> <p>Teléfono: 55 35 38 78</p> | <p>de Pasajeros (RTP) del DF.</p> <p>¿De qué se trata? A través de este programa se organizan los circuitos de acceso de los autobuses RTP en filas separadas de hombres y mujeres, para contribuir a la seguridad y acceso al servicio. Esta separación sólo se hace en inicio de rutas.</p> <p>Requisitos: Ser mujer y usuaria del servicio.</p> <p>Institución responsable: Red de Transporte de Pasajeros (RTP) en su Dirección General.</p> <p>Teléfono: 55 46 33 50</p> |
| <p align="center">Programa “Niñas y niños talento”</p> <p>¿A quién está dirigido? A niños y niñas de 6 a 12 años de edad que estudien en escuelas públicas del DF y que tengan un promedio de calificaciones de 9 en adelante.</p> <p>¿De qué se trata? De brindar a las niñas y niños de escuelas públicas del DF con promedio mínimo de 9, una serie de estímulos para que desarrollen su talento, mediante la impartición de actividades y clases extraescolares, así como una ayuda económica. Las actividades son: música, artes plásticas, teatro, creación literaria y danza, computación, historia de México, física y matemáticas, inglés, biología, natación y fútbol. La ayuda económica es de \$3000 anuales, \$250 mensuales y los materiales para sus clases.</p> <p>Requisitos: Promedio de 9 o más, comprobado con la boleta, tener entre 6 y 12 años, estar inscrito como estudiante regular en una</p> | <p align="center">Programa Atenea</p> <p>¿A quién está dirigido? A las mujeres que utilizan los autobuses de la Red de Transporte de Pasajeros (RTP) del DF.</p> <p>¿De qué se trata? Se designan autobuses de RTP exclusivamente para mujeres, con su respectivo pago \$2.00, sin embargo los usuarios adultos mayores y con discapacidad, son exentos de pago y también lo pueden abordar.</p> <p>Requisitos: Ser mujer y usuaria del servicio.</p> <p>Institución responsable: Red de Transporte de Pasajeros (RTP) en su Dirección General.</p> <p>Teléfono: 55 66 58 91 o 57 05 41 77</p> |

| | |
|---|--|
| <p>institución pública del DF y vivir en el DF. Institución responsable: Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia DIF DF. Página: www.dif.df.gob.mx Teléfono: 01 800 343 2322</p> | |
| <p>Programa de Seguro Médico a Estudiantes de Educación Básica</p> <p>¿A quién va dirigido? A niñas y niños que asisten a preescolar, primarias y secundarias públicas del Distrito Federal.</p> <p>¿De qué se trata? Otorga un apoyo económico a estudiantes que sufran accidentes en actividades extraescolares.</p> <p>Requisitos: Estar inscrito en una escuela de educación básica de carácter público, vivir en el DF y no contar con otro seguro.</p> <p>Institución responsable: Secretaría de Educación, en su Dirección de Educación Básica.</p> <p>Dirección: Jalapa 15, Col. Roma, Delegación Cuauhtémoc.</p> <p>Teléfono: 55 35 38 78</p> | |
| <p>Servicio de medicina preventiva</p> <p>¿A quién está dirigido? A niños menores de 5 años inscritos en Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI) del DIF DF.</p> <p>¿De qué se trata? Ofrece servicios de tratamientos de salud a niños inscritos en los CADIS del DIF DF como: consulta pediátrica, dotación de tratamientos desparasitantes, distribución de sobres de vida suero oral y elaboración de exámenes de salud.</p> <p>Requisitos: Tener menos de 5 años y estar inscrito en algún CADI del DIF DF.</p> <p>Institución responsable: Sistema para el</p> | |

| | |
|---|--|
| <p>Desarrollo Integral de la Familia DIF DF, en la subdirección de Promoción a la Salud y Asistencia Comunitaria.</p> <p>Lugar: DIF Milpa Alta; teléfono; 58 44 03 84</p> | |
| <p><u>Servicios de los Centros de Atención al Desarrollo Infantil (CADI)</u></p> <p>¿A quién va dirigido? A los bebés de 45 días de nacidos a 5 años 11 meses, que sean hijos de madres trabajadoras de escasos recursos y que carezcan de prestaciones sociales.</p> <p>¿De qué se trata? Los CADI ofrecen un espacio educativo y recreativo con atención integral de un equipo interdisciplinario para que bebés y niños desarrollen actividades formativas.</p> <p>Requisitos: ser madre trabajadora de escasos recursos y carente de prestaciones sociales, con bebés de 45 días de nacidos a 5 años 11 meses.</p> <p>Institución responsable: Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia DIF DF, Dirección Ejecutiva de Apoyo a la niñez.</p> <p>Teléfono: 56 04 01 27 ext. 2552</p> | |
| <p><u>Servicios de los Centros de Atención Infantil Comunitaria (CAIC)</u></p> <p>¿A quién va dirigido? A niñas de 3 meses a 5 años 11 meses de edad.</p> <p>¿De qué se trata? Los CAIC son espacios prestados por la comunidad, donde se brinda servicio de asistencia social a niños de 3 meses a 5 años 11 meses de edad y a familias que habitan en zonas que carecen de servicios públicos.</p> <p>Requisitos: Tener uno o más hijos que requieran de este servicio mientras las mamá trabaja.</p> | |

| | |
|---|--|
| <p>Institución Responsable Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia DIF DF, Dirección Ejecutiva de Apoyo a la niñez. Teléfono: 56 04 01 27</p> | |
|---|--|

| Para Familias o Población en General | Para Jóvenes en General |
|---|---|
| <p>Programa de despensas para población preescolar, escolar, personas y familias vulnerables.</p> <p>¿A quién está dirigido? A quienes no pueden cubrir la necesidad básica de alimentarse.</p> <p>¿De qué trata? De mejorar alimentación y nutrición.</p> <p>Requisitos: primero identificar el subprograma que puede ayudar; -asistencia a familias en desamparo si eres una mujer embarazada o en lactancia, -despensa de productos básicos y orientación alimentaria, si tienes o conoces a una niña o niño menos de 5 años, escolar, persona adulta mayor o con discapacidad, -apoyo alimentario para mejorar la nutrición de niñas y niños con desnutrición que van a una escuela de preescolar pública, -asistencia alimentaria a personas, familias vulnerables, personas adultas mayores de 70 años con alguna enfermedad crónica degenerativa, con VIH-SIDA que no tenga prestaciones sociales.</p> <p>Institución responsable: Sistema Integral de la Familia DIF DF, en la Dirección Ejecutiva de Asistencia Alimentaria.</p> <p>Teléfono: 55 59 19 19</p> | <p>Programa “Jóvenes en impulso”</p> <p>¿A quiénes está dirigido? A jóvenes entre 15 y 25 años que quieren concluir o incorporarse a estudios a nivel medio superior.</p> <p>¿De qué trata? Ofrece una serie de apoyos para que concluyan sus estudios y una serie de actividades educativas, culturales, deportivas, de capacitación y recreación. También representa una opción para contribuir a la mejoría de la comunidad respectiva a partir de prácticas comunitarias por las que se obtiene una beca.</p> <p>Requisitos: -vivir en el DF, -tener entre 15 y 21 años, -tener deseos de iniciar, continuar y/o concluir sus estudios de nivel medio superior o superior, -no tener empleo formal, -estar en alguna situación académica; cursando el último año de secundaria sin adeudo de materias, con secundaria terminada o preparatoria trunca, cursar bachillerato en una institución pública del DF.</p> <p>Institución responsable: Instituto de la Juventud, en la coordinación del programa “jóvenes en impulso”.</p> <p>Teléfono: 53 96 14 71</p> |
| <p>Programa de Vivienda en Conjunto</p> <p>¿A quién está dirigido? A familias de escasos recursos y que no cuentan con una vivienda.</p> | <p>Programa “Prepa Sí”</p> <p>¿A quiénes está dirigido? A jóvenes inscritos en un bachillerato público que se ubique dentro</p> |

| | |
|---|---|
| <p>¿De qué se trata? A través de este programa se construye vivienda en conjunto para optimizar el uso de suelo habitacional en delegaciones con servicios y equipamiento urbano disponible. Se aplica en predios urbanos de uso habitacional, con propiedad regularizada y sin adeudos; también en inmuebles baldíos, ya sea con vivienda precaria, en alto riesgo o que puede ser rehabilitada.</p> <p>Requisitos: Edad mínima de 18 años y máxima de 64, vivir en el DF, no ser propietario de bienes inmuebles en el DF, ganar como máximo 4.7 veces el salario mínimo, tener dependientes económicos directos.</p> <p>Institución responsable: Instituto de Vivienda del Distrito Federal (INVI), en su Dirección de Integración y Seguimiento de la Demanda.</p> <p>Teléfono: 55 35 78 01 ext. 3106</p> | <p>del DF.</p> <p>¿De qué trata? Proporciona un apoyo económico de acuerdo al desempeño escolar, para asegurar que se concluya el bachillerato, sin abandonarlo por falta de economía, mejorar el desempeño académico, desarrollo profesional y nivel de vida, apoyo mensual de acuerdo al promedio de 6 a 7.5 \$500, de 7.6 a 9 \$600 y de 9.1 a 10 \$700. Si se concluye el bachillerato son \$1000 por un año, reconocimiento, seguro médico y descuentos en servicios que ofrece el Gobierno del DF.</p> <p>Requisitos: -certificado de secundaria, -tener entre 15 y 19 años, estar inscrito como estudiante regular en una institución pública de bachillerato en el DF, vivir en el DF, no contar con una beca simultánea.</p> |
| <p>Programa de Mejoramiento de Vivienda</p> <p>¿A quién está dirigido? A familias que sean de escasos recursos y cuenten con una vivienda deteriorada que quieran mejorar o un lote donde construir.</p> <p>¿De qué se trata? Atender problemas de hacinamiento, desdoblamiento familiar, vivienda precaria, deteriorada, en riesgo o provisional; fomentando el arraigo familiar y barrial; contribuye en los procesos de consolidación y/o mejoramiento de las colonias y barrios populares de la ciudad, así como el mantenimiento del parque habitacional multifamiliar.</p> <p>Requisitos: edad mínima de 18 años y máxima</p> | <p>Programa de Bachillerato a Distancia</p> <p>¿A quién está dirigido? A personas que vivan en el DF y que no cuenten o no hayan concluido con estudios de bachillerato.</p> <p>¿De qué trata? Ofrece la opción para realizar el bachillerato vía Internet.</p> <p>Requisitos: consultar la convocatoria que sale por Internet, acta de nacimiento, certificado de secundaria, CURP, fotografía reciente, comprobante de domicilio, correo electrónico, cursar y acreditar tres cursos de preparación a este sistema de enseñanza, con duración de 10 semanas, que se imparten también por Internet.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de</p> |

| | |
|---|--|
| <p>de 64, vivir en el DF, no ser propietario de bienes inmuebles en el DF, ganar máximo 4.7 veces de salario mínimo, tener dependientes económicos y vivir en matrimonio o concubinato.</p> <p>Institución responsable: Instituto de Vivienda del Distrito Federal (INVI), en su Dirección de Mejoramiento de Vivienda.</p> <p>Teléfono: 55 35 78 01 ext. 3303</p> | <p>Educación, en la Coordinación de Bachillerato a Distancia de la Dirección de Planeación.</p> <p>Página: www.ead.educacion.df.mx www.educacion.df.gob.mx</p> |
| <p>Servicio del Centro de Capacitación y Adiestramiento para Instructores Técnicos “CECAPTI”</p> <p>¿A quién va dirigido? A quien le interese capacitarse y mejorar sus habilidades para incorporarse a una empresa, autoemplearse o complementar sus conocimientos.</p> <p>¿De qué se trata? El CECAPIT ayuda de manera práctica a mejorar y/o actualizar las habilidades laborales en el corto plazo, a través de 13 talleres: soldadura industrial, máquinas herramienta, computación avanzada, manufactura aislada por computadora, electrónica digital, electrónica básica, reparación de microcomputadoras, computación básica, automatización industrial, inglés básico, serigrafía, carpintería, diseño publicitario y rotulación.</p> <p>Requisitos: Saber leer, escribir, sumar, restar, multiplicar y dividir, vivir en el DF.</p> <p>Institución responsable: Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia DIF DF.</p> <p>Teléfono: 56 12 43 63</p> | <p>Servicio de Educación Media Superior</p> <p>¿A quién está dirigido? Personas interesadas en cursar el bachillerato.</p> <p>¿De qué se trata? Estudiar el bachillerato en las preparatorias del Gobierno de la ciudad de México.</p> <p>Requisitos: Solicitar el registro de acuerdo a la convocatoria, copia del certificado de secundaria, copia del acta de nacimiento, comprobante de domicilio, vivir en alguna colonia donde están los planteles.</p> <p>Institución Responsable: Secretaría de Educación, en su Dirección de Educación Básica.</p> <p>Lugar: Jalapa 15, Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc.</p> <p>Teléfono: 55 35 38 78.</p> |
| <p>Programa de Apoyo a Personas en Situación de Alta Vulnerabilidad</p> <p>¿A quién está dirigido? A quienes no tienen</p> | <p>Programa de atención a Jóvenes en Situación de Riesgo</p> <p>¿A quién va dirigido? A jóvenes de entre 14 y</p> |

| | |
|--|--|
| <p>acceso a servicios básicos: alimentación, salud, vivienda, trabajo, educación, vestido, es decir, que viven en una situación de vulnerabilidad.</p> <p>¿De qué se trata? Consiste en brindar servicios de manera coordinada con organizaciones sociales como: hospitalización a especialidades, escuelas especiales, apoyo económico para hemodiálisis, terapias psicológicas, servicio de comedor, apoyo de pasajes para que regresen a su lugar de origen.</p> <p>Requisitos: Presentarse en la institución y solicitar el apoyo.</p> <p>Institución responsable: Instituto de Asistencia Social (IASIS), en su coordinación de Atención Social Emergente y Enlace Interinstitucional.</p> <p>Teléfono: 57 41 23 11</p> | <p>29 años que por distintas razones no estudian ni tienen una opción laboral, y que viven en unidades territoriales de alta incidencia delictiva y vulnerabilidad social.</p> <p>¿De qué se trata? Ofrece alternativas de educación, cultura, deporte, capacitación y recreación. También representa una opción para contribuir a la mejoría de la comunidad a partir de prácticas comunitarias por las que se obtiene una beca mensual de \$757.50 y una credencial de transporte gratuito.</p> <p>Requisitos: Tener entre 14 y 29 años, vivir en el DF, haber pasado por el mecanismo de selección y ser considerado joven en situación de riesgo de acuerdo a la información arrojada por un cuestionario que será aplicado.</p> <p>Institución responsable: Instituto de la Juventud, en su Subdirección del Programa de Atención a Jóvenes en Situación de Riesgo.</p> <p>Lugar: Tacuba 235, 5 piso, Colonia un Hogar para nosotros, delegación Miguel Hidalgo.</p> <p>Teléfono: 53 96 14 71</p> |
| | <p>Programa de Empleo Juvenil de verano</p> <p>¿A quién va dirigido? A jóvenes, que necesiten recursos económicos y apoyo para seguir estudiando, para aprovechar las vacaciones.</p> <p>¿De qué se trata? Participar en programas en beneficio de la ciudad durante las vacaciones de verano con una beca de \$757.50 mensuales y una tarjeta “soy joven” para acceder al transporte público gratis durante las vacaciones.</p> <p>Requisitos: tener entre 18 y 25 años, deseos de trabajar y requerir apoyo, vivir en el DF, no tener empleo formal.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Institución responsable: Instituto de la Juventud.</p> <p>Lugar: Tacuba 235, 5 piso, Colonia un Hogar para nosotros, delegación Miguel Hidalgo.</p> <p>Teléfono: 53 96 14 71</p> |
| | <p>Programa para niños y jóvenes en situación de calle o riesgo</p> <p>¿A quién va dirigido? A niñas, niños y jóvenes entre 13 a 21 años de edad con proceso de calle, con problemas de adicciones y sin problemas de discapacidad o enfermedad.</p> <p>¿De qué se trata? Atención integral, orientación y apoyo para dejar adicciones. Alimentación, albergue, apoyo psicológico y ropa.</p> <p>Requisitos: Solicitarlo al Centro de Atención correspondiente.</p> <p>Institución responsable: Instituto de Asistencia e Integración Social (IASIS)</p> <p>Teléfonos: 55 30 23 36 y 55 19 17 54, 57 41 21 56</p> |

| Para Población Rural | Para Madres Solteras |
|---|---|
| <p>Programa de Apoyos con Módulos Comunitarios y familiares para el mejoramiento de traspatios</p> <p>¿A quién está dirigido? A familias de los pueblos indígenas que habiten en la zona rural del DF que sean encabezadas por mujeres.</p> <p>¿De qué trata? Reconocer el valor de la agricultura familiar y de traspatio de los pueblos originarios y rurales en las</p> | <p><u>Programa de Becas Escolares</u></p> <p>¿A quiénes está dirigido? A hijos e hijas de <i>Madres Solteras</i>, que tienen entre 6 y 15 años, que asisten a una escuela pública y que viven en una zona que no cuenta con los servicios básicos.</p> <p>¿De qué trata? Este programa consiste en un apoyo económico de \$750.50 mensuales a través de una tarjeta bancaria, para mejorar la calidad de vida y la educación de niñas y niños.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>delegaciones del DF, a través de apoyos en capacitación y proyectos productivos con un enfoque participativo, equitativo, multiétnico y pluricultural, que garanticen la soberanía alimentaria sustentable de los productores familiares. El apoyo para cada familia solicitante variará de acuerdo a la superficie del traspato y no excederá los 24 mil pesos, que incluyen el 15% que se requiere destinar a capacitación, seguimiento y evaluación de cada proyecto.</p> <p>Requisitos: Presentar solicitud para ingresar al programa de acuerdo a la convocatoria, en original, triplicado y electrónico en la Sederec.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Desarrollo Rural Equidad para las Comunidades (Sederec)</p> <p>Lugar: Jalapa 15, 3 piso, Colonia Roma, delegación Cuauhtémoc.</p> <p>Teléfono: 55 14 03 39</p> | <p>Requisitos: Solicitarlo</p> <p>Institución responsable: Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia DIF DF, Dirección Ejecutiva de Apoyo a la niñez, Subdirección de Programas Especiales para la Niñez.</p> <p>Lugar: Subdirección de programas especiales para la niñez.</p> <p>Teléfono: 56 01 41 22</p> |
| <p>Programa de Apoyos a Pueblos, Ejidos, Comunidades y grupos Organizados para el Mejoramiento de Infraestructura, Promoción y Elaboración de proyectos de Turismo Alternativo (Turismo Rural, Ecoturismo y de Aventura)</p> <p>¿A quién está dirigido? A los pueblos indígenas que habitan en la Ciudad de México.</p> <p>¿De qué se trata? De apoyar proyectos para el mejoramiento de infraestructura, promoción y elaboración de proyectos de turismo alternativo, para incrementar el valor rural y ambiental de la ciudad de México.</p> <p>Requisitos: Elaborar propuesta de forma</p> | <p><u>Programa de los Centros de Transformación Educativa (CTE)</u></p> <p>¿A quién está dirigido? Niños, niñas y jóvenes habitantes de alguna lengua indígena, personas con discapacidad, niños y niñas que vivan en la calle, <i>Madres Adolescentes</i>.</p> <p>¿De qué trata? Brindar servicios y materiales de alfabetización, educación inicial, preescolar, primaria y secundaria a quienes pertenezcan a alguno de los sectores de población antes mencionados.</p> <p>Requisitos: Que haya 5 solicitantes para que se abra un Centro de Transformación Educativa (CET) y disposición de las personas de la localidad para participar en las actividades del</p> |

| | |
|---|--|
| <p>sencilla, con datos generales, identificación de los beneficiarios, objetivos, características del proyecto, permisos, autorizaciones, viabilidad del proyecto, presupuesto tentativo, calendario de actividades, metas del proyecto formas en que se evaluarán, carta de no veto o adeudo, copia de acta constitutiva.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (Sederec)</p> <p>Lugar: Centro Regional Sederec Milpa Alta Tláhuac; Prolongación San Francisco S/N, Santa Catarina, Yecahuizotl, delegación Tláhuac.</p> <p>Teléfono: 55 14 03 29</p> | <p>centro. Todos los servicios son gratuitos.</p> <p>Institución Responsable: Secretaria de Educación, en la coordinación de programas de inclusión educativa de la dirección de planeación.</p> <p>Página: www.educacion.df.gob.mx</p> |
| <p>Servicio de Promoción de los Servicios Públicos de la Población indígena y pueblos originarios</p> <p>¿A quién va dirigido? A los pueblos originarios y comunidades indígenas que viven en el DF.</p> <p>¿De qué se trata? De brindar apoyo a los pueblos originarios y población indígena que requieran solventar necesidades básicas en materia de salud, educación y vivienda, entre otras, a través de asesoría de recursos del Gobierno del DF y organismos sociales.</p> <p>Requisitos: Pertenecer a una comunidad indígena o pueblo originario y vivir en el DF.</p> <p>Institución responsable: Secretaria de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (Sederec), en su Dirección General de Equidad para los Pueblos Indígenas y Comunidades Étnicas.</p> <p>Lugar: Jalapa 15, Colonia Roma, delegación Cuauhtémoc.</p> | |

| | |
|--|--|
| Teléfono: 55 14 03 29 | |
| <p style="text-align: center;">Servicio de Salud Reproductiva</p> <p>¿A quién está dirigido? A mujeres que viven en lugares con difícil acceso a servicios de salud.</p> <p>¿De qué se trata? Ofrece diferentes servicios para la salud sexual y reproductiva. Como: consultas de planificación familiar y prenatales (seguimiento al embarazo), estudios y chequeos para la detección de cáncer de mama y cérvico-uterino, canalización a otros servicios médicos en casos necesarios.</p> <p>Requisitos: Solicitar una cita en el centro DIF DF más cercano, y que cuente con consultorio médico.</p> <p>Institución responsable: Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia DIF DF, en la subdirección de Promoción a la Salud y Asistencia Comunitaria.</p> <p>Teléfono: 56 04 01 27</p> | |

Elaboración propia, extraída del libro: NÁJERA, Albarrán Nancy (coordinadora general), *Ciudad de México, capital de los derechos sociales. Programas y servicios sociales que ofrece el Gobierno del Distrito Federal*. México DF, 2008.

Anexo 4
FOLLETO

**La salud al alcance
de todos y todas**

Llevamos salud a las zonas de alta y muy alta marginación mediante los recorridos de los **Medibuses: 85 mil 610 consultas generales.**

*Reinauguramos la Clínica especializada en **VIH-SIDA** más avanzada en México y América Latina.

Incorporamos nuevos servicios médicos de especialidad y medicina a distancia.

Realizamos **11 mil 200 visitas médicas domiciliarias para adultos mayores.**

147 320 detecciones y tratamientos contra la obesidad.

*Ahora son **422 mil 500 pensiones mensuales a Adultos Mayores.**

*Aumentamos el número de beneficiarios del **apoyo a personas con discapacidad.**

*Pertenece a los 20 compromisos del 5 de Diciembre del 2007.

Infórmate

Gobierno del Distrito Federal.
Subsecretaría de Participación Ciudadana
www.dgpc@df.gob.mx

Secretaría de Desarrollo Social
www.sds.df.gob.mx

Secretaría de Salud
www.salud.df.gob.mx

Secretaría de Educación
www.educacion.df.gob.mx

Instituto de las Mujeres
www.inmujeres.df.gob.mx

Instituto de la Juventud
www.jovenes.df.gob.mx

Locatel 5658 1111



**Ciudad
con Equidad**

El Gobierno del Distrito Federal construye una ciudad donde prevalece una cultura de equidad para alcanzar el bienestar individual, familiar y social.

Gobierno en Movimiento



PARA EL GOBIERNO DE LA CIUDAD, LA PRIORIDAD ES LA GENTE

Por ello impulsamos acciones con una administración moderna e innovadora



Los niños y niñas de la Ciudad: nuestra mejor inversión

* 100 mil estudiantes sobresalientes en primaria cuentan con apoyo económico y cursos especiales para potencializar sus capacidades. Además ampliamos el programa a estudiantes de secundaria.

Todos los estudiantes de escuelas públicas del DF, desde preescolar a bachillerato cuentan con el respaldo de un seguro médico.

1,837 niños y niñas que perdieron a sus padres cuentan con una educación garantizada mediante un sustento económico.

Más de 710 mil niñas y niños reciben desayunos escolares diariamente.

* Aumentamos en 15% las becas a hijos e hijas de jefas de familia en condiciones de pobreza y vulnerabilidad. Actualmente apoyamos a 22,775 niñas y niños.

Más de un millón de estudiantes reciben útiles y uniformes escolares.

Por una Ciudad para las Mujeres

* Se puso en marcha el seguro contra la violencia familiar con 500 mujeres que inician una vida libre de violencia y autonomía mediante un apoyo de 1,500 pesos mensuales.

Las y los jóvenes: prioridad del Gobierno

* Nuestros jóvenes ya no tienen que abandonar la escuela por cuestiones económicas: 196 mil alumnos reciben un estímulo de 575 pesos en promedio, inició la incorporación de jóvenes en su primer semestre de Universidad.

Impulsamos la creatividad de los jóvenes mediante el financiamiento a sus proyectos de expresión artística, cultural, deportiva y educativa.

Mil 200 jóvenes se inscriben al programa de empleo juvenil de verano.

El 15.4% de los beneficiarios del seguro de desempleo son jóvenes de entre 18 y 25 años.

* Por una salud sexual y reproductiva en nuestros jóvenes, repartimos el libro "Tu futuro en Libertad". Con este libro hemos alcanzado más de un millón 300 mil libros distribuidos.



Trabajamos para hacer del transporte público un espacio libre de violencia y seguro para mujeres.

* Porque la salud no es un privilegio sino un derecho, hemos realizado cerca de 300 mil mastografías.

6. BIBLIOGRAFÍA

AMORÓS, Puente Celia, Feminismo, Igualdad y diferencia, México, Editorial Universidad Nacional Autónoma de México, 2001.

ARBELÁEZ, Albornoz Camilo. Dentro de Percepción y Cultura. Banco de la República, Museo del Oro. Boletín No. 36, 1994. Santa Fé de Bogotá- Colombia. Alf A Color Editores Ltda. Panamericana formas e impresos S. A. Mayo del 1997.

BAENA, Paz Guillermina. Metodología de la investigación. México, D. F. Publicaciones cultural, 2002.

BEAUVOIR, Simone de, El segundo sexo, México, Alianza Editorial Siglo Veinte, 1991.

BEDOLLA Miranda Patricia, Bustos Romero Olga, Flores Palacios Fátima, García y García Blanca (Compiladoras), Estudios de género y feminismo, México, Tomo I Y ii Distribuciones Fontarama S. A., 2000.

BILLOROU, Oscar Pedro. Introducción a la publicidad. Argentina, Editorial El Ateneo, 2001.

CASTAÑEDA, Moisés. Diseño e implementación de la campaña de publicidad social. México. Tesis UIA 1983.

COVARRUBIAS, Paz, Et. Al. ¿Crisis en la familia?, Chile, Instituto de sociología Pontificia Universidad Católica de Chile, 1983.

DEMBERY, William N., et. Al. Psicología de la percepción. España, Alianza Editores, 1979.

DESCCARTES, René. Las pasiones del alma. Y cartas sobre psicología afectiva. México, Ediciones Coyoacán S. A. de C. v. 2000.

DUBY, G. 1981. La historia de las mujeres. Francia. 2ª ed., Editorial GRECMO,

DURÁN, Pich Alfonso. Psicología de la publicidad y de la venta. España-Barcelona, Editorial Ceac. 2000.

ESPINOZA, Villareal Oscar. Milpa Alta, monografía. México, Gobierno de la Ciudad de México, 1997.

FERNÁNDEZ, Poncela Anna M. Mujeres, revolución y cambio cultural. España, Editorial Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. 2000.

FERNÁNDEZ, Poncela Anna M. La política, la sociedad y las mujeres. México, Instituto Nacional de la Mujeres, UAM, 2003.

FERNANDEZ, Valiñas Ricardo. Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. Un enfoque latinoamericano. México, International Thompson Editores, 2001.

FROMM, Erich, Max Horkheimer. La Familia. Barcelona, 5ª edición, Ediciones Península, Septiembre de 1978.

GARCÍA, Brígida. Mujer, género y población en México. México, El Colegio de México. 1ª edición. 1999.

GARCÍA, Brígida, Orlandina de Oliveira. Las familias en el México metropolitano. Visiones femeninas y masculinas. México, El colegio de México, 2006.

GÓMEZ, Becerra Inmaculada, Et. Al., (In) Sensibilidad a unas y otras contingencias en el marco de la conducta gobernada por reglas. México, Universidad de Tamaulipas, CONACYT y Plaza y Valdés. S. A. de C. V.

GONZÁLEZ, Montes Soledad, Julia Tañón. Familias y mujeres en México: del modelo a la diversidad. México, 4ª Edición, El Colegio de México. 1997.

GOLDSTEIN, E. Bruce. Sensación y percepción. México, 5ª Edición, International Thompson Editores. 1999.

GOODMAN, Mary Ellen. El individuo y la cultura. Conformismo contra evolución. México, Editorial Pax México, librería Carlos Cesarman. 1974.

GRIMAL, Pierre. Historia Mundial de la Mujer. Barcelona-México, 4 sociedades modernas y contemporáneas. Ediciones Grijalbo, 1974.

GURREA, Saavedra Álvaro. Introducción a la publicidad. Euskal Herriko Unibertsitateko Argitulen Zerbitzua Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

GUSKI, Rainer. La Percepción. Barcelona España, Editorial Herder, Biblioteca de psicología, 1992.

H. FORGAS, Ronald. Percepción: proceso básico en el desarrollo cognoscitivo. México, Editorial Trillas, 7ª Reimpresión, Enero 1986.

KAY, Martín M. y Bárbara Voorhies. La mujer un enfoque antropológico. España, Barcelona, Editorial Anagrama, 1978.

KOLLONTAI, Alexandra. Mujer, historia y sociedad. Sobre la liberación de la mujer. México, Editorial Distribuciones Fontamara S. A. 1989

KOTLER, Phillip, et. Al. Mercadotecnia social. México. Diana, 1992. Pp.3

KOTLER, Phillip. Marketing for Non-Profit Organizations. Prentice Hall, USA. 2a Edición. 1979. Pp. 285

L. DE FLEUR, Melvin, Sandra J. Ball-Rokeach. Teorías de la comunicación de masas. España. Editorial Paidós. 1993.

LAMAS, Marta. Cuerpo: diferencia sexual y género, México, Taurus, 2002.

LONDON, Denis. Marketing político y social. Madrid. De tecniban. 1977.

LUHMANN, Niklas. Sociedad y sistema. La ambición de la teoría. México, Ediciones Paidós. ICE de la Universidad de Barcelona. Barcelona-Buenos Aires-México. 1990

LUMBRERAS, Castro Jorge Alejandro. Posturas de conocimiento de la comunicación. UNAM-FCPyS.

LLANO, Alejandro, La nueva sensibilidad, Madrid, Espasa Calpe, 2ª Edición 1988.

MAHOLTRA, K. Nares. Investigación de mercados, un enfoque aplicado. México, Editorial Prentice Hall, 2004.

MARÍAS, Julián. La mujer en el Siglo XX. El libro de bolsillo. Madrid-España, Alianza editorial, 1980.

MARINA, Arrom Silvia. Las mujeres de la ciudad de México 1790-1850. México, Siglo veintiuno editores. 1ª edición. 1988.

MARTÍNEZ, Alicia Inés. Mujer y sociedad civil. Políticas en México y Centroamérica. México, Editorial Sede Académica de México. Facultad latinoamericana de ciencias sociales.

MEDINA, Agustín. La Publicidad. España, Acento editorial, 2001.

MICHEL, André. El Feminismo. México, Traducción de Juan José Utrilla, Fondo de Cultura Económica, 1983.

MOLYNEUX, Maxine. Movimientos de mujeres en América Latina. Estudio teórico comparado. Traducción de Jaqueline Cruz. Madrid, Ediciones Cátedra, 1ª edición 2003.

NÁJERA, Albarrán Nancy (coordinadora general), Ciudad de México, capital de los derechos sociales. Programas y servicios sociales que ofrece el Gobierno del Distrito Federal. México DF, 2008.

OJEDA, Paullada Pedro. Situación de la mujer en México. México, Editorial Igualdad desarrollo paz, 1975.

ORDOZGOITI, De la Rica Rafael. Imagen de Marca. España. Editorial ESIC, 2003.

Percepción y cultura. Un enfoque ecológico. Centro de Investigaciones Superiores del INAH. México, Ediciones de la casa Chata 4. 1977.

POPPER, Karl. La sociedad abierta y sus enemigos. España, Editorial Paidós Básica. 1957.

RAMOS, Escandón Carmen. Género e historia, México, Antologías universitarias, nuevos enfoques en ciencias sociales, Instituto Mora, Universidad Autónoma Metropolitana, 1992.

RAMOS, Escandón Carmen. Presencia y transparencia: la mujer en la historia de México. México, 2ª edición. Colegio de México. Programa interdisciplinario de estudios de la mujer. 2006.

RANDALL, Margaret. Las mujeres. México, Siglo XXI editores, 1979.

REYES, Aguilar Rodolfo. Mercadotecnia en vivo. México, Instituto Politécnico Nacional. 1992.

ROCK, Irvin. La Percepción. España, Editorial Labor, Biblioteca Scientific American, Prensa Científica, 1985.

ROJAS, Soriano Raúl. Metodología para la investigación social. Una propuesta dialéctica. México, Folios Ediciones, 2ª Edición 1984.

RUBERT de Ventos, Xavier, Teoría de la sensibilidad, Prólogo de José Luis L. Aranguren, Barcelona, Ediciones Península, 2ª Edición noviembre 1973.

RUIZ, Omeñaca, Jesús Vicente, Pedagogía de los valores en la educación física. Cómo promover la sensibilidad moral y el comportamiento ético en las actividades físicas y deportivas, Madrid, Editorial CCS, 2004.

SÁNCHEZ, Cabaco Antonio, José María Arana Martínez. Manual de Prácticas de percepción y atención. España. Amará Ediciones Salamanca. 1997.

SINAY, Sergio, Pablo Blasberg. Gestalt para principiantes. Buenos Aires Argentina, Editorial Era naciente. Diciembre del 2003.

SUÁREZ, J. Carlos. Publicidad social y comercial. México. 1990. Pp. 7

TORRES, María Luisa. La voluntad de ser. Mujeres en los noventa. México. El Colegio de México, programa interdisciplinario de estudios de la mujer. 1992.

VARGAS Melgarejo Luz María. Revista sobre el conocimiento antropológico en Alteridades. México. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y humanidades. Departamento de Antropología. Año 4. No. 8, 1994.

W. SIROKA, Robert, Et. Al., Entendimiento en sensibilización y encuentro de grupo., México, Editorial Diana, Septiembre 1976.

HEMEROGRAFÍA:

PÉREZ-Stadelmann Cristina. Madres solteras desafían estereotipos. El Universal. Sección Nación. Miércoles 30 de agosto de 2006.

RAMÍREZ, Bertha Teresa, Susana González. Se dará mayor impulso al programa de apoyo a madres solteras: Ebrard. La Jornada. Jueves 19 de mayo de 2005.

CAMPOS, Kane Karla. Alrededor de 25 millones de madres celebran este 10 de mayo. 10 mayo 2007. CNNExpansión. (<http://www.cnnexpansion.com/actualidad/2007/5/10/las-madres-solteras-trabajan-mas>).

❖ INEGI.

❖ Programa de Prevención y Atención de Embarazos en Adolescentes (PAIDEA). <http://dif.sip.gob.mx/infanciaadolescencia/?contenido=226>.

❖ Información proporcionada de la página oficial: http://www.df.gob.mx/wb/gdf/programa_de_guarderias_y_estancias_infantiles_para

❖ Información proporcionada de la página oficial del gobierno del DF: http://www.df.gob.mx/wb/gdf/apoyo_alimentario_a_madres_solas_de_escasos_recurs

❖ Información proporcionada de la página oficial: <http://www.vifac.org/>

TESIS:

BERNAL, Camacho Carolina. La publicidad social y el consejo nacional de la publicidad. México. Agosto 1996. UNAM-FCPyS.

DIAZ, Huerta Reyna. Campaña publicitaria para la empresa Casa Marcelo. México. UNAM-FCPyS.

LAGUNA, Luna Claudia. Propuesta de campaña de publicidad social para prevención de trastornos alimenticios "No adelgaces tu vida". México, FCPyS-UNAM. 2007.

TREJO, Martínez Patricia. La publicidad y su función social: una propuesta de contenidos para el área de talleres de primer semestre en el Colegio de Ciencias y Humanidades. México. Septiembre de 2006. UNAM-FCPyS.