

Manual de Prácticas de Participación para los Gobiernos Locales

Un instrumento para promover la participación pública en la toma de decisiones municipales

Publicación Informativa

Centro de Información

Alcance a la Comunidad

Tablero de Anuncios Electrónico

Reunión Pública

Audiencias Públicas

Casa Abierta

Talleres

Diseño Colectivo

Grupos de Reflexión

Encuesta

Televisión Participativa

Sesión de Mediación

Grupo de Ciudadanos Consejeros

Referéndum

FCM | Centro internacional para el desarrollo municipal

Federación Canadiense de Municipalidades

Director, Centro internacional para el desarrollo municipal:
Tim Kehoe

Editoras:
Louise Morris, Renée Giroux y Claude Terlaud

Concepto:
Louise Morris y Brock Carlton

Redactores principales:
Michel Frojmovic
Brent Elliott
Louis-Martin Levac

Directora artística: Mona Barakat
Diseñadora gráfica: Christy Hutton

Revisiones:
Prabha Khosla
Anne Michaud

Federación Canadiense de Municipalidades
Centro internacional para el desarrollo municipal
24, Clarence Street
Ottawa, Ontario
Canadá, K1N 5P3

Fax: (613) 241-7117
Correo electrónico: international@fcm.ca
Internet: <http://www.fcm.ca>

Primera impresión: Julio, 1999
Reimpresión: Junio, 2001
Segunda reimpresión: Junio, 2002
Tercera reimpresión: Julio, 2003
Cuarta reimpresión: Octubre, 2007

ISBN: N° 0-919080-85-5
FCM: 1034S

Se pueden solicitar versiones del manual en inglés y en francés.

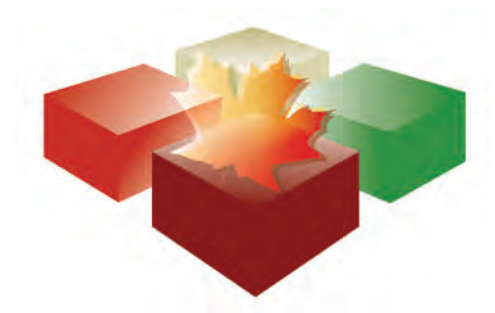
La Federación Canadiense de Municipalidades agradece el apoyo financiero recibido de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional.

Prólogo

Actualmente, las municipalidades están experimentando un período de cambio dinámico en todo el mundo. La descentralización y democratización de muchos gobiernos son factores que influyen significativamente en esta nueva tendencia. Muchas decisiones importantes de poder y responsabilidades están siendo asumidas desde un nivel municipal. En parte esto se debe a una toma de conciencia de que mientras más cerca estén las agencias a los receptores, mejor será el servicio prestado para resolver las necesidades de dichos receptores. Este cambio depende de las nuevas relaciones con el público basadas en el análisis de las necesidades de una localidad determinada, integrando dichas necesidades en el proceso de toma de decisiones y desarrollando medios que permitan involucrar a las personas afectadas en la búsqueda de soluciones viables.

Durante muchos años las municipalidades canadienses han sido pioneras en crear sistemas de participación pública en la toma de decisiones sobre los asuntos de una localidad. En todo Canadá las municipalidades han desarrollado herramientas y estrategias innovadoras que facilitan este proceso de participación de consultoría pública.

La Federación Canadiense de Municipalidades – Centro Internacional para el Desarrollo Municipal, mantiene que dichas municipalidades pueden llevar a cabo una contribución internacional al compartir estas estrategias y herramientas con nuestros colegas y asociados. Es nuestro deseo que este Manual de Prácticas de Participación para los Gobiernos Locales, sea una guía útil que asista tanto a municipalidades como también a aquellas organizaciones que empiezan a desarrollar o que ya cuentan con cierta experiencia en la participación pública.



Agradecimientos

La preparación de este manual, no habría sido posible sin el apoyo de un gran número de municipalidades canadienses, organizaciones y expertos que han contribuido su tiempo y compartido sus conocimientos relacionados a las prácticas de participación en los gobiernos locales.

La Federación Canadiense de Municipalidades hace públicos sus agradecimientos al Sr. Don Poole, de la Ciudad de Charlottetown, Isla Príncipe Eduardo; el Sr. Bruce Singbush, de la Ciudad de Windsor, Ontario; el Sr. Brian Kropf y la Sra. Catherine M. Raftis, de la Ciudad de Edmonton, Alberta; el Sr. Randy Grauer, de la Ciudad de Saskatoon, Saskatchewan; la Sra. Christine Iamónico de la Municipalidad Metropolitana de Toronto, Ontario; la Sra. Susan Palmer, de la Ciudad de Calgary, Alberta; la Sra. Gail Lambert, de la Ciudad de Regina, Saskatchewan; el Sr. Clifford Johnston, de la Ciudad de St. John's, Terranova; la Sra. Jacqueline Hamilton, de la Municipalidad Regional de Halifax, Nueva Escocia; el Sr. William DeGrace, de la Ciudad de Fredericton, Nuevo Brunswick;

Brock Carlton
Director Ejecutivo

Federación Canadiense de Municipalidades

la Sra. Catherine Buckham, de la Ciudad de Vancouver, Colombia Británica; el Sr. Des Smith y la Sra. Jennifer Patton, de la Ciudad North Vancouver, Colombia Británica; la Sra. Lilian Arishenkoff, de la Ciudad de New Westminster, Colombia Británica; la Sra. Catherine Caron, Región de Ottawa-Carleton, Ontario; la Sra. Christine Knoll y Jeff Fielding, de la Ciudad de Winnipeg, Manitoba; M. Jules Patenaude, de la Ciudad de Montreal, Quebec; el Sr. Pierre Villeneuve, de la Ciudad de Lachine, Quebec; el Sr. Serge Turgeon, de la Ciudad de Sherbrooke, Quebec; las Sras. Sylvie Gagnon y Anne Gagnon, de la Ciudad de Quebec, Quebec; el Sr. Grant McNeil, de Communications Works; la Sra. Carolyn Kearns, The Randolph Group; el Sr. Jim Scott, Environmental Design Management; la Sra. Linda Allen, City Spaces; y el Sr. Joseph Galimberti, The Institute of Public Administration of Canada (IPAC).

La Federación Canadiense de Municipalidades, igualmente agradece el apoyo financiero recibido de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional.

Louise Morris
Especialista Principal en Gobernanza Municipal, Asia

Centro Internacional para el Desarrollo Municipal
Federación Canadiense de Municipalidades

Contenido

Federación Canadiense de Municipalidades	3
Introducción	5
Consejos para realizar consultas incluyentes	7
Paquetes de Instrumentos de Participación	9
Publicación Informativa	11
Centro de Información	15
Alcance a la Comunidad	19
Tablero de Anuncios Electrónico	23
Reunión Pública	27
Audiencias Públicas	31
Casa Abierta	35
Talleres	39
Diseño Colectivo	43
Grupos de Reflexión	47
Encuesta	51
Televisión Participativa	55
Sesión de Mediación	59
Grupo de Ciudadanos Consejeros	63
Referéndum	67
Hojas de trabajo	71
Hoja de trabajo 1	72
Hoja de trabajo 2	75
Hoja de trabajo 3	80
Recursos Adicionales	83

Federación Canadiense de Municipalidades (FCM)

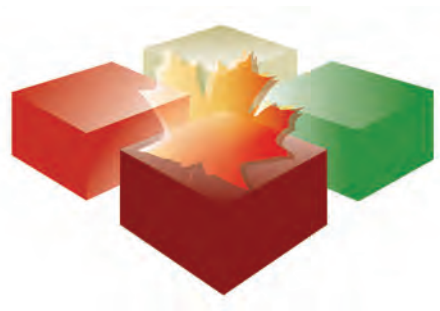
Desde 1937, la Federación Canadiense de Municipalidades (FCM) ha sido reconocida como la voz nacional de los gobiernos municipales. La FCM representa los intereses de las municipalidades sobre los asuntos relativos a las políticas y programas de competencia federal. Los gobiernos municipales miembros de la FCM representan a más de veinte millones de canadienses. La FCM incluye como sus miembros los más grandes centros urbanos de Canadá, pequeñas comunidades urbanas y rurales, así como diecisiete asociaciones municipales de las provincias y territorios.

Desde 1987, la Oficina Internacional de la Federación Canadiense de Municipalidades ha promovido el intercambio de información y experiencias entre las municipalidades canadienses y sus homólogas en países en desarrollo. Hoy en día, la FCM es la organización líder que permite la participación de las municipalidades canadienses en un escenario internacional.

La misión del Centro Internacional para el Desarrollo Municipal, dentro del marco de la Federación Canadiense de Municipalidades, es de servir a los gobiernos municipales a nivel internacional, promover su capacidad de acción, fomentar sus oportunidades económicas y canalizar las energías locales en beneficio de un desarrollo sostenible.

Nuestra prioridad es el fortalecimiento de los gobiernos municipales como medio para alcanzar un sistema de gobierno efectivo y de desarrollo sostenible. La base de nuestras acciones consiste en compartir destrezas, tecnología y conocimiento de forma cooperativa. Somos conscientes y respetuosos de las diferencias raciales y culturales. Valoramos las oportunidades de aprendizaje ofrecidas por los gobiernos municipales a través de sus experiencias en diversos contextos históricos, políticos y culturales.

Para concluir, creemos en la necesidad de construir caminos que unan los gobiernos municipales del mundo como manera de mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.



Introducción

En apoyo al programa internacional de la FCM, este Manual de Prácticas de Participación para los Gobiernos Locales está diseñado para mejorar la capacidad del personal y autoridades municipales para iniciar o fortalecer prácticas de participación en sus propias comunidades.

Las experiencias de participación pública de los gobiernos locales han comprobado los muchos beneficios que se obtienen con la participación de los residentes en política, desarrollo de planes y la prestación de servicios de los gobiernos municipales.

Sin embargo, las consultas públicas también han enseñado a los gobiernos locales que los residentes no son “un público”, sino que constituyen una diversidad de interesados, incluyendo mujeres, hombres, jóvenes, personas de la tercera edad, etc., con una gama de conocimientos, pericias, habilidades, realidades, prioridades y necesidades igualmente diversos. Entre ellos, las mujeres y hombres que han sido marginalizados por razones de género, raza, edad, origen étnico, aboriginalidad, ingresos, condición, incapacidades y otros factores son la mayoría de los residentes locales y todavía no es considerable su participación en los gobiernos locales.

La no participación de la mujer y de comunidades marginalizadas con municipalidades es una pérdida de los recursos e inventiva intelectuales de sus numerosos ciudadanos. Con frecuencia los gobiernos locales no intentan extenderle la mano a las mujeres ni a las comunidades marginalizadas durante los procesos de consulta y no se les proporciona suficiente información acerca de la municipalidad y sus funciones. Además, para habilitar su participación, numerosas mujeres y comunidades marginalizadas deben recibir apoyo para el cuidado de niños, subsidio de transporte, intérpretes, traducciones de materiales y lugares de reunión accesibles, familiares y seguros.

La participación real y valiosa de las mujeres y comunidades diversas le permiten a las municipalidades tomar decisiones bien fundamentadas que reflejan las distintas realidades y necesidades de todos los ciudadanos. Estas decisiones reducen las inequidades y la discriminación con

base en factores que actualmente marginalizan a muchas mujeres y hombres. Esto a su vez beneficia a la comunidad en su conjunto y contribuye a la democracia participativa e incluyente y a gobiernos locales representativos. El desarrollo de partenariados oficiales y permanentes entre gobiernos municipales y grupos de mujeres y marginalizados también es crítico para garantizar inclusividad de las iniciativas de consulta municipales.

La participación de mujeres y hombres diversos en la toma de decisiones a nivel municipal puede redundar en numerosos beneficios para los gobiernos locales. Estos incluyen mejores servicios, desarrollo económico para mujeres y hombres, vecindarios y comunidades revitalizadas, una mayor seguridad y bienestar para las mujeres y todos los residentes, y contribuye a que las aldeas, pueblos y ciudades sean sanos y vibrantes.

La primera sección del Manual es una Caja de Herramientas de Participación, que contiene descripciones detalladas de quince de ellas, usadas para apoyar la participación pública en el gobierno local. Estas descripciones tienen por objeto proporcionar al lector un claro entendimiento de los pasos requeridos para el planeamiento e implementación de cada una de las herramientas, desde la perspectiva de las municipalidades Canadienses.

Las herramientas descritas, cubren varios tipos básicos de participación pública. Algunas de ellas son más apropiadas cuando una municipalidad está interesada solamente en propagar información al público. Otras, permiten a la municipalidad a que ponga mayor énfasis en invitar al público a que exprese sus comentarios y opiniones. Finalmente, el Manual ofrece a las municipalidades las herramientas que proveen al público de una mejor capacidad consultiva o de toma de decisiones. En tanto que las quince herramientas no pueden ser nítidamente clasificadas en estos tres tipos, el orden en el cual están presentadas refleja una continuidad, desde aquellas que tienen como simple objetivo intercambiar información, hasta las que proveen al público de voz y voto en la toma de decisiones.

Cada una de las herramientas descritas ha sido puesta en práctica por las municipalidades de todo el Canadá con el fin de mejorar la transparencia en la toma de decisiones y mejorar la habilidad, de los que toman las decisiones, de poder rendir cuentas al público y contribuir a la democratización del gobierno local. Las prácticas de participación han tenido éxito en alcanzar esos resultados, incrementando el nivel de conciencia del público en relación a la planificación de tareas municipales y la toma de decisiones, proporcionando a los líderes del gobierno local una mejor apreciación de las prioridades públicas y promoviendo una mayor participación del público en asuntos del gobierno local.

De hecho, el mensaje más importante comunicado por el Manual es que existe un número infinito de caminos creativos que pueden ser usados para hacer participar al público en el proceso de la toma de decisiones municipales. A este respecto, el Manual debería ser usado de la misma manera que una Caja de Herramientas. El personal y los funcionarios municipales podrían usar individualmente estas herramientas en formas y combinaciones que pudieran diferir de las usadas en la experiencia Canadiense.

En este espíritu de creatividad, la tercera sección del Manual ofrece una serie de tres hojas de trabajo, con la intención de proveer a los lectores la oportunidad de explorar la aplicación de estas herramientas de participación en sus propias comunidades. Estas hojas de trabajo le permiten al lector planificar y diseñar el uso de tres diferentes herramientas, tomando como base las realidades y limitaciones de su comunidad.

La última sección del Manual, identifica una serie de recursos sobre la participación pública en el gobierno local. La sección de Recursos Adicionales incluye una lista de publicaciones y recursos de Internet muy útiles y pertinentes a la participación pública. Para facilitar su acceso, todos los recursos mencionados en esta sección contienen direcciones de sitios web.



Consejos para realizar consultas incluyentes

- Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.
- Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.
- Identifique brechas respecto a los géneros; ej., inequidades entre mujeres y hombres que deben tenerse en cuenta en los resultados y acciones de seguimiento.
- Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.
- Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.
- Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.
- Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.
- Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.
- Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.
- Apoye las iniciativas de liderazgo de las mujeres, sobre todo de las mujeres jóvenes, mujeres de las Primeras Naciones (indígenas), mujeres racializadas e inmigrantes, mujeres con discapacidades, etc.



Paquetes de Instrumentos de Participación

Publicación Informativa

Centro de Información

Alcance a la Comunidad

Tablero de Anuncios Electrónico

Reunión Pública

Audiencias Públicas

Casa Abierta

Talleres

Diseño Colectivo

Grupos de Reflexión

Encuesta

Televisión Participativa

Sesión de Mediación

Grupo de Ciudadanos Consejeros

Referéndum

Publicación Informativa

¿Qué es?

Una participación pública exitosa está basada en la respuesta de un público informado. Una Publicación Informativa comparte información en un formato legible y fácil de entender, mejorando con ella, la conciencia pública y la comprensión de una acción o proyecto propuesto.

Lista de control para la planeación y distribución de una Publicación Informativa

Selección del público objetivo

- Frecuentemente una acción o proyecto propuesto afectará a segmentos de la población de manera diferente, es por eso que se crean diferentes niveles de interés dentro de la comunidad.
- Intente ser lo más incluyente posible al identificar los grupos poblacionales que podrían resultar afectados por una acción o proyecto propuesto. ¿Se verán algunos grupos más afectados, como por ejemplo, las mujeres o las mujeres y hombres de mayor edad?

Definición del propósito de la publicación

- En el proceso de información a la población, una publicación puede también ser usada para notificar al público sobre algún evento a realizarse, o motivar la retroinformación del público.
- Por ejemplo, un método usado satisfactoriamente para obtener respuesta retroinformativa del público, es incluir una hoja separable de comentarios y un sobre con su respectiva estampilla para devolverlo por correo a la Municipalidad.
- Si una proporción significativa de la población afectada proviene de una minoría lingüística, considere traducir la hoja de información y anexarla al periódico del idioma o grupo étnico correspondiente.

Selección de un método para difundir la información

- Los periódicos y las estaciones de radio y televisión locales, son medios eficaces para llegar al público. También pueden prestar servicios en una variedad de idiomas.
- Un anuncio en el periódico es habitualmente la manera más económica de llegar al público, sin embargo, es importante asegurarse que el periódico llegue a los segmentos apropiados del público.
- La distribución por correo de un folleto para cada domicilio, asegura que un gran sector del público reciba la información. Esto es particularmente efectivo cuando el objetivo, es hacer llegar la información a un subgrupo.
- Muchas municipalidades publican sus propios boletines de información, que pueden ser enviados al público por correo y/o ser puestos a disposición del público en la Alcaldía Municipalidad o en eventos comunitarios.

Selección y capacitación del personal

- Es importante que el personal que prepara las **Publicaciones Informativas** posea técnicas de redacción a nivel profesional y la capacidad de ilustrar claramente las situaciones sin usar lenguaje técnico.
- Compruebe que el lenguaje empleado en las publicaciones, la radio y televisión, respeta la sensibilidad de las mujeres y de las comunidades marginalizadas y a la vez incluye a las mujeres y dichas comunidades.

Preparación de la información para la publicación

- Varias municipalidades Canadienses distribuyen información sobre sus proyectos y procesos de participación con un mes de anticipación.

- La información aumenta el interés del público sobre las oportunidades de participar y le da a conocer al público la manera en que su participación puede ser de ayuda a un proyecto propuesto.
- Las **Publicaciones Informativas** son usadas también para informar al público del avance del proceso de participación o para poner al día a los residentes de la comunidad sobre las decisiones pendientes.

Pasos a seguir tras la publicación de información

- Es de mucha ayuda si la retroinformación del público, relacionada con las **Publicaciones Informativas** es recopilada y puesta a su disposición como informe o diagrama. Esto incluye la retroinformación de cualquier encuesta que esté incluida en las **Publicaciones Informativas**. Asegúrese de que la retroinformación también se haga llegar a los grupos de idiomas específicos si es que fueron consultados.
- De estas respuestas, la municipalidad puede hacer una lista de direcciones de las personas interesadas en aspectos específicos de la acción o proyecto propuesto.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso completo asociado con una **Publicación Informativa** podría requerir de un mínimo dos semanas, y hasta un máximo de dos a tres meses, dependiendo del tipo o propósito de la publicación.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Identifique brechas respecto a los géneros; ej., inequidades entre mujeres y hombres que deben tenerse en cuenta en los resultados y acciones de seguimiento.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**

- Generalmente, se dedica una semana al trabajo preliminar, esto incluye la selección del tipo de publicación y del grupo que se elija como objetivo.
- Pueden requerirse hasta dos semanas para preparar el material para la publicación, dependiendo del nivel de detalle y complejidad de la información que se vaya a proveer.
- La preparación de la publicación en sí, puede requerir de uno o dos días si se cuenta con los recursos, pero si se requiere de los servicios de una editorial externa, podría tomar hasta dos semanas.
- Una publicación un tanto simple, que cuente con sus propios recursos de impresión, podría estar terminada y lista para su distribución en una semana. Se necesitará de más tiempo si tiene prevista la traducción a otros idiomas.
- La distribución de la información puede requerir por lo menos dos semanas si requiere notificación formal de eventos a realizarse, o si se espera retroinformación del público.
- Una vez que la información ha sido distribuida, las actividades de seguimiento podrían ser necesarias solamente cuando se reciba retroinformación.

Presupuesto para una Publicación Informativa

- Los costos asociados con la edición del material dependen del número de personas del público objetivo, de la traducción si se necesita, y del tipo de publicación que se producirá.
- Resulta útil investigar si los medios de información y las editoriales locales pueden realizar aportaciones “en especie”, las cuales pueden incluir las donaciones de los costos de impresión o publicidad.

Además de lo que respecta al tiempo del personal, los costos normalmente asociados con la producción de una **Publicación Informativa** son los siguientes:

- Costos de publicación de un boletín
- Anuncios en los medios de comunicación.

- El despacho por correo para los participantes seleccionados
- Franqueo postal prepagado para la devolución de las tarjetas con respuestas o cuestionarios
- Traducción

¿Cuáles son algunos de los beneficios de una **Publicación Informativa**?

- El distribuir una **Publicación Informativa** puede mejorar la manera en que los residentes ven su rol en el proceso, con lo cual aumenta su nivel de participación.
- A diferencia de otras herramientas de participación, ésta a menudo permite al público captar información en la comodidad de sus hogares y a su propio ritmo.
- Las Publicaciones Informativas contribuyen a reducir la mala comunicación y la desconfianza que tiene el público en agendas ocultas.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de una **Publicación Informativa**?

- Una experiencia considerable es necesaria por parte del personal encargado de escribir y editar una **Publicación Informativa**.
- Los costos podrían ser significativos si para su publicación se contratara a un editor.
- Mientras que éste instrumento es lo mejor para informar, proporciona escasas oportunidades de recibir retroalimentación del público.

Sinopsis de una **Publicación Informativa**

Tiempo requerido	2-5 semanas
Costos de planificación y ejecución	Altos
Personal requerido	Bajo
Nivel de conocimientos especializados requerido	Moderado
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Centro de Información

¿Qué es?

Un **Centro de Información** ofrece un lugar conveniente donde miembros del público pueden obtener o revisar material producido por la municipalidad relacionado con una acción propuesta o un proyecto. Personal instruido está normalmente disponible para responder a cualquier pregunta del público. Porque es informal y accesible, un **Centro de Información** es un mecanismo valioso para aumentar el conocimiento del público en asuntos claves y prepararlos para cualquier asunto que se trate en el proceso de participación.

Lista de control para planear un Centro de Información

Selección de la localización

- Como la intención del Centro es informar al público, debería estar ubicado en un sitio donde haya considerable tráfico peatonal y sea accesible a las personas con medios de desplazamiento limitados.
- Los centros comerciales, los centros comunitarios o los ayuntamientos son unas de las más comunes ubicaciones para un Centro de Información.

Selección del público objetivo

- Un **Centro de Información** es generalmente creado como una fuente de orientación para la población entera.
- Cierta atención puede darse a la producción de información para segmentos específicos de la población, incluyendo comunidades con necesidades especiales de idioma, individuos minusválidos, incapacitados para el acceso a eventos públicos, mujeres con hijos pequeños que trabajan fuera del hogar, y otros que normalmente no están comprendidos en asuntos municipales.

Selección y capacitación del personal

- El personal integrante del **Centro de Información** normalmente tiene experiencia para trabajar con el público en general y posee una fuerte aptitud para comunicarse y saber escuchar.
- Es importante que el personal que atenderá al público en el Centro sepa de los asuntos de que consta el proyecto.

Preparación de la información

- Un **Centro de Información** normalmente provee los antecedentes sobre los asuntos de la acción o proyecto propuesto.
- También puede haber disponibles mapas apropiados, planos y reportes del personal.
- La mejor manera de distribuir la información es en los formatos y el idioma de los usuarios.
- La información proporcionada al público es mejor si es clara y concisa, sin dar muchos detalles de asuntos sujetos a cambios continuos.
- Cualquier material que está sujeto a cambios durante el proceso puede ser sellado con la palabra BORRADOR.

Notificación al público

- Los medios de comunicación locales o las **Publicaciones Informativas** pueden ser usados para anunciar la apertura del **Centro de Información**, diciendo dónde está localizado, horas, tipo de material y asistencia disponibles.
- El Centro mismo puede ser usado como una manera de notificar al público una vez que el público se haya familiarizado con éste.

Lista de control para manejar un Centro de Información

Preparando el local

- La exposición y presentación de información es mejor cuando están organizadas para permitir a los lectores entender las cuestiones por sí mismos, sin tener que ser guiados.
- Se pueden colocar mesas y sillas para permitir al público leer el material que les interesa.

El rol del personal/consultores

- El personal puede estar disponible para distribuir el material y para contestar preguntas con respecto a las acciones o proyectos propuestos.
- Los consultores comprometidos en el proyecto y/o sus representantes pueden estar también presentes para proporcionar asistencia al público.
- El personal también puede ayudar anotando los comentarios del público, usando hojas de comentarios o cajas o buzones de sugerencias.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados.**

Pasos a seguir tras la organización de un Centro de Información

Respondiendo a la reacción del público

- Puede elaborarse un informe registrando el número de visitantes al Centro y una recopilación de sus comentarios y ponerlo a disposición del Concejo Municipal y el público en general, el cual incluye las diversas comunidades del pueblo o la ciudad.

Planificación del tiempo requerido

- El planeamiento para un **Centro de Información** es probable que tome unas 2 semanas y media.
- Una semana es usualmente lo que se requiere para reunir y preparar el material de presentación.
- Otra semana podría requerirse para seleccionar la localización apropiada.
- Hasta una semana se requiere para organizar el Centro. Se puede capacitar al personal durante este tiempo.
- Los pasos requeridos en el planeamiento y manejo de un Centro de Información son altamente dependientes de la duración del proceso de participación. Algunos Centros son usados como una fuente inicial de información durante las fases preliminares de un proceso de participación; otros continúan operando y ofreciendo información a través del proceso.

Presupuesto para un Centro de Recursos

Aparte del tiempo del personal, varios items presupuestales pueden ser considerados cuando se planea un **Centro de Información**:

- Notificación al público: anuncios en los medios de comunicación locales o a través de las **Publicaciones Informativas**; use las capacidades de alcance de las organizaciones de la comunidad.
- Costos asociados con la preparación de información: impresos, fotocopios y preparación de exhibiciones, separatas y videos.

- Personal adicional o consultores necesarios para atender al público en el centro. Asegúrese de que, si es necesario, saben hablar el idioma pertinente, incluso el lenguaje de signos.
- Instalaciones: alquiler del local, muebles de oficina, espacio y juguetes para niños.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Centro de Información?

- Como está abierto siempre, el **Centro de Información** proporciona a una importante y diversa parte del público la oportunidad de estar mejor informados, inclusive da acceso a mujeres con horarios laborales incompatibles con eventos de consulta tradicional.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un Centro de Información?

- La retroalimentación está limitada al número de personas que asisten al Centro.
- La retroalimentación es limitada si la publicidad no tuvo también el propósito específico de llegar a las mujeres y a las comunidades marginalizadas.
- No podrán participar las mujeres y hombres que por diversas razones no puedan desplazarse con facilidad, como son la de estar a cargo de niños o ancianos, o cuyos ingresos sean bajos o limitados, o por tener discapacidades de desplazamiento.
- La operación del **Centro de Información** puede ejercer una fuerte tensión sobre el personal y los recursos económicos dependiendo de la cantidad de tiempo en que se está usando el Centro y del número de asistentes.

Sinopsis de un Centro de Información

Tiempo requerido	6-7 meses
Costos de planificación y ejecución	Altos
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Moderado
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Alcance a la Comunidad

¿Qué es?

El **Alcance a la Comunidad** incluye programas iniciados por la municipalidad que buscan una interacción directa con los ciudadanos locales y líderes de opinión. El Alcance proporciona una atmósfera relajada e informal para compartir ideas, mejorar el conocimiento y entendimiento del público de la acción o proyecto propuestos y alienta una interacción entre el público y los consejeros municipales. El Alcance puede también alentar la participación en comunidades que normalmente no se comprometen en asuntos municipales. Una variedad de estas propuestas incluye la visita a personas, a trabajadores o a grupos en sus casas, en el centro de trabajo o en los vecindarios. Los programas de **Alcance a la Comunidad** también pueden emplear el uso de varias otras herramientas de participación.

Lista de control para el planeamiento de un evento de Alcance a la Comunidad

Selección del público objetivo

- Frecuentemente una acción o proyecto propuesto afectará a segmentos de la población de manera diferente, es por eso que se crean diferentes niveles de interés dentro de la comunidad.
- Además, podrían existir segmentos de la población que característicamente no participan. Sea lo más incluyente posible al identificar los grupos poblacionales que podrían resultar afectados por una acción o proyecto propuesto. ¿Se verán algunos grupos más afectados, como por ejemplo, las mujeres o las mujeres y hombres de mayor edad o más jóvenes? ¿Se verán más afectadas las personas que no hablan los idiomas oficiales del país?

Selección y capacitación del personal

- El número de personal necesitado para actividades de alcance depende a menudo de la intención y escala del programa y del número de herramientas adicionales que incluya.

- Es importante que el personal esté familiarizado con los asuntos propuestos que están siendo abordados por la iniciativa de alcance, que esté cómodo interactuando con el público de diferentes edades, capacidades, culturas, etc. y respondiendo a sus asuntos de interés.

Anunciando el evento

- Como todas las otras herramientas, es importante promover los programas de alcance en los medios de comunicación locales (entre los que se incluyen los medios de grupos étnicos y de mujeres), dando la hora, las fechas y los asuntos a discutir.

Preparación de la información

- Pueden ser beneficiosos la información de antecedentes sobre la acción o proyecto propuesto, y si los hubiera, los documentos resumidos del proceso de participación y sus resultados.
- A menudo la información preparada está orientada a los intereses y asuntos de grupos específicos que están siendo contactados por el alcance. Proporcione información en un lenguaje claro y sencillo y use las organizaciones diversas de mujeres y las que tiene su base en la comunidad para acceder a sus redes y conocimientos especializados.
- Donde sea posible, proporcione datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. Demuestre cómo la situación afecta a diferentes mujeres y hombres debido a sus diferentes realidades.

Lista de control para manejar un evento de Alcance a la Comunidad

La localización

- Hay muchas formas diferentes de establecer un alcance a la comunidad. Pueda que comprometa el uso de otras herramientas de participación y su respectiva localización.

- Las Ferias Comunitarias son una vía que puede generar público interesado en exhibiciones y presentaciones sobre la acción o proyecto propuesto. Para asegurar la inclusión de residentes de distintos medios, las ferias comunitarias se pueden organizar en conjunción con grupos de mujeres locales y organizaciones de servicios comunitarios.
- En vez de asistir a un sitio formal, simplemente visitando la comunidad y reuniéndose con sus residentes se puede proporcionar una oportunidad de generar una discusión importante.
- A menudo los grupos objetivos no tienen el hábito de comprometerse en procesos de participación municipal. El personal tendrá que identificar y usar otros funcionarios de la ciudad o agencias que han estado en contacto frecuente con estos grupos. El desarrollo de partenariados permanentes con organizaciones de mujeres y organizaciones basadas en la comunidad, ayuda a alcanzar a dichos grupos para eventos específicos.

El rol del personal/consultores

- En lugar de invitar al público a venir a un evento, el personal juega un rol activo para llegar directamente al público e iniciar la participación.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.
- Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.
- Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.
- Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a los hombres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.
- Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.
- Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.

Pasos a seguir tras un evento de Alcance a la Comunidad

- Los resultados de un programa de alcance son a menudo elementos claves para un proceso de participación y pueden convertirse en el fundamento para reuniones futuras con la comunidad.
- Es importante que los resultados sean reportados al Concejo Municipal y a otros grupos interesados comprometidos en el proceso, incluyendo a la comunidad involucrada. El anuncio de los resultados en los medios de información local, los que tienen su base en la comunidad y los que tratan temas específicos de la mujer, puede ayudar a notificar los resultados a la comunidad.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso de planeamiento, la realización y el seguimiento de un **Alcance a la Comunidad** puede requerir aproximadamente de dos a tres semanas.
- Se requieren de por lo menos de dos a cuatro semanas para proporcionar la adecuada notificación al público.
- Durante este tiempo se puede preparar el material adecuado.
- El armar un programa depende de la naturaleza de las actividades de alcance, pero puede esperarse que tome de uno a cuatro días.
- Si se incluyen algunas herramientas adicionales como parte del programa de alcance, el tiempo anotado para el planeamiento adicional, la realización y seguimiento para cada una de las herramientas, tendrá que ser sumado a todo el tiempo considerado para el programa.

- Dependiendo de la naturaleza del programa, el evento mismo puede durar de dos a tres horas o hasta dos días.
- El procedimiento de seguimiento puede esperarse que tome de tres a cinco días, si se quiere difundir un resumen en los medios de comunicación locales.

Presupuesto para un evento de Alcance a la Comunidad

Aparte del tiempo del personal, varios items presupuestales pueden ser considerados cuando se planea un programa de **Alcance a la Comunidad**.

- Notificación al público: anuncios en los medios de comunicación locales
- La traducción a distintos idiomas
- Costos de producción asociados con la preparación de información: el fotocopiado e impresiones de las exhibiciones, separatas, presentaciones, videos, etc.
- Personal adicional o consultores requeridos para coordinar o contactar a los grupos objetivos.

Sinopsis de un evento de Acercamiento a la Comunidad

Tiempo requerido	3 a 5 semanas
Costos de planificación y ejecución	Altos
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Moderado
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Alta

- Se puede contratar a grupos de mujeres y a organizaciones con base en la comunidad con el fin de coordinar y contactar a comunidades específicas
- Instalaciones: alquiler del lugar, alquiler de una carpa, equipo audiovisual, equipos, etc.
- Costos de producción del informe de seguimiento
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un programa de Alcance a la Comunidad?

- Un programa de Alcance a la Comunidad es una herramienta importante para asegurar la participación de un gran sector de la población.
- Puede también asegurar una retroinformación equilibrada de los diferentes segmentos del público.
- Puede facilitar el desarrollo de partenariados con grupos de mujeres y organizaciones de comunidades marginalizadas.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un programa de Alcance a la Comunidad?

- Dependiendo de la escala del programa, el tratar de dar alcance a las comunidades puede significar grandes costos de tiempo y dinero al proceso de participación.
- Un programa de Alcance requiere altos recursos de personal.
- El personal necesita tener aptitudes de interacción con el público y tener la habilidad de comunicarse y escuchar satisfactoriamente.



Tablero de Anuncios Electrónico

¿Qué es?

Los **Tableros de Anuncios Electrónicos** hacen uso de la Internet para ofrecer a los usuarios una página web donde poner mensajes, y sostener discusiones sobre una variedad de temas. Este recurso fácil y económico permite el intercambio de información y la obtención de retroinformación de los usuarios que tienen acceso a la Internet.

Lista de control para la creación de un Tablero de Anuncios Electrónico

Selección del público objetivo

- De forma habitual, Los **Tableros de Anuncios Electrónicos** se usan para cubrir un sector amplio de la población en su totalidad. Es obvio que esta herramienta es utilizada únicamente por personas que tienen acceso a Internet.

Definir el propósito del tablero de anuncios

- Los **Tableros de Anuncios Electrónicos** se utilizan para incentivar el contacto con el público ofreciendo números telefónicos y direcciones, para disponer de fuentes e informaciones relevantes para los usuarios visitantes, para desarrollar una lista de voluntarios cualificados, y para alentar el diálogo y el debate sobre temas de la municipalidad.
- Es importante definir el propósito de esta herramienta antes de proceder a su diseño.

Diseñar el Tablero de Anuncios Electrónico

- Se debe considerar seriamente la organización física del **Tablero de Anuncios**.
- La mayoría de las páginas web, por ejemplo, son realmente una serie de muchas páginas. Estas comienzan con la página del "Índice" en la que el visitante puede seleccionar, por ejemplo, "Servicios", "Boletín" y/o "Material Documental". Por lo general, cada opción está vinculada con otra página.

- Proporcione las opciones adecuadas para que las personas con problemas de vista tengan acceso al sitio web.
- Es mejor definir las intenciones, el tipo y cantidad de información que se necesita para cada página.
- Ayudaría también decidir en este momento si habrá algunos asuntos en particular en el tablero, como formas en línea que el usuario puede llenar y mandar por correo electrónico directamente a la municipalidad, o foros de discusión en línea.

Preparación de información para el tablero de anuncios

- Es importante asegurar que toda la información que está siendo recolectada está en un formato compatible con el software que se usará para la elaboración del tablero de anuncios. Si no, puede ser necesario rehacer la información en el formato apropiado.

Notificación al público

- Es importante dar publicidad al **Tablero de Anuncios**, lo cual puede requerir el uso de otros medios de comunicación locales.
- Se pueden incluir direcciones Web en toda la información de contacto de la municipalidad para anunciar la página.

Selección y capacitación del personal

- El mismo personal puede desarrollar un Tablero de Anuncios si la municipalidad ya cuenta con un sitio Internet. De lo contrario sería necesario contratar especialistas para diseñar la página.

Lista de control para manejar un Tablero de Anuncios Electrónico

Anunciar la información

- Al publicar un sitio web es necesario asegurarnos que el software utilizado sea compatible entre sí y que cada uno de los enlaces entre páginas y direcciones de correo electrónico sean correctos.

Mantener el Tablero de Anuncios

- La información anunciada en el sitio web debe mantenerse al día. Se requiere una actualización constante a lo largo de la duración del proceso participatorio.
- Por ejemplo, las direcciones de correo electrónico y números telefónicos y/o de fax presentados en los tableros deberán estar registrados con exactitud.

Pasos a seguir tras la elaboración de un Tablero de Anuncios Electrónico

- Con frecuencia es posible mantener un control de las personas que han visitado la página web y qué partes de la misma registraron la mayor y la menor actividad.
- Este procedimiento es útil al actualizar la página pues permite asegurarnos que sea de la mayor utilidad para el público.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.**

- Un informe que resuma la cantidad de visitantes generada por la página, con sugerencias y/o comentarios recibidos a través del correo electrónico puede remitirse al Consejo de la Ciudad para que lo examine.

Planificación del tiempo requerido

- La planificación de un **Tablero de Anuncios Electrónico** puede requerir de cuatro a seis semanas, o más, si es necesario elaborarlo en distintos idiomas.
- Se pueden dedicar tres semanas a definir el propósito, diseñar el tablero y a recopilar y preparar la información necesaria.
- Durante este tiempo se pueden utilizar los medios de comunicación locales para difundir el Tablero de Anuncios Electrónico.
- Las semanas restantes normalmente se dedican a hacer correcciones, cambios en la organización del tablero y a asegurarse de que éste sea operativo.

Presupuesto para un Tablero de Anuncios Electrónico

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear un Tablero de Anuncios Electrónico se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificación al público: incluyendo la publicidad en los medios de comunicación locales.
- Costos de producción relacionados con la elaboración de información: material impreso y fotocopias de la información relevante; traducción si es necesario.
- La compra de software compatible.
- El registro del nombre de dominio.
- Personal adicional o especialistas contratados para la elaboración del tablero.
- Costos de seguimiento.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Tablero de Anuncios Electrónico?

- Los **Tableros de Anuncios Electrónicos** ayudan a los usuarios a compartir información y puntos de vista gratuitamente o a un costo muy bajo, en el lugar y momento que más les convenga.
- Este recurso resulta de gran utilidad no sólo a la hora de publicar grandes cantidades de información sino también al recibir comentarios o sugerencias sobre proyectos propuestos.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un Tablero de Anuncios Electrónico?

- Los costos de producción de un **Tablero de Anuncios** pueden ser altos, dependiendo del nivel tecnológico con que cuente la municipalidad.
- El personal debe ser experto y estar familiarizado con el software y el hardware utilizados.
- El valor de este recurso está limitado por la posibilidad de los residentes de hacer uso de Internet.
- Existe el riesgo de que los mensajes enviados por el público provengan únicamente de un pequeño número de usuarios

Sinopsis de un Tablero de Anuncios Electrónico

Tiempo requerido	4 a 6 semanas
Costos de planificación y ejecución	Moderados
Personal requerido	Bajo
Nivel de conocimientos especializados requerido	Alto
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Reunión Pública

¿Qué es?

A menudo las **Reuniones Públicas** se llevan a cabo con el objeto de intercambiar información. Las Reuniones Públicas representan la concurrencia de un amplio y variado sector de la población. La municipalidad comparte información mediante una presentación formal, después de la cual se otorga una oportunidad para la reacción del público mediante una plenaria de preguntas y respuestas.

Lista de control para planear una Reunión Pública

Selección del público objetivo

- Una **Reunión Pública** puede ser usada para atraer miembros del público de todo el municipio; aunque también se puede convocar a los residentes afectados por un proyecto en particular.
- Si planea realizar reuniones en un vecindario o zona geográfica específica, asegúrese de estar al tanto de las necesidades particulares de las mujeres y hombres de dicha zona y que el diseño del taller aborda los factores que inhiben su participación, como por ejemplo, la accesibilidad, interpretación, el cuidado de los niños, etc.
- Dependiendo del tema de la consulta y del tipo de sugerencias y comentarios que se soliciten, las reuniones públicas también se pueden organizar en asociación con grupos de mujeres, agencias de servicios y organizaciones de comunidades marginalizadas.

Selección de fecha, lugar y hora

- Por lo general, las **Reuniones Públicas** se realizan en la tarde, comenzando normalmente entre las 6 y 7:00 p.m. y duran de 2-3 horas.
- Es mejor si el lugar es conocido, como un colegio, biblioteca, iglesia o centro comunitario y si está cerca del proyecto propuesto. Esto atraerá a los miembros del público que estén más relacionados con el proyecto o asunto.

- Asegúrese de que se puede llegar al sitio por transporte público y que es de fácil acceso para las mujeres y hombres con diversas necesidades de desplazamiento.

Notificación al público

- Se puede llegar a un amplio y diverso sector de la población con anuncios en los periódicos que son distribuidos en la comunidad o región así como también en la radio y televisión. Los anuncios son puestos por lo menos de diez a catorce días hábiles antes de la **Reunión Pública**.
- Considere si también es necesario dirigir la publicidad a las comunidades lingüísticas de la zona y a los periódicos que ahí se publican.
- La concurrencia es mayor cuando los anuncios indican claramente la fecha, la hora y el lugar de la reunión, la propuesta o el asunto a tratarse y un número de teléfono para solicitar mayor información.

Selección y capacitación del personal

- Dos o tres personas pueden facilitar una **Reunión Pública**. Sin embargo, asegúrese de que tengan aptitudes de facilitador y dinámica de grupo.
- Si existen requisitos de idioma, verifique que el personal puede hablar los idiomas pertinentes; o contrate a mujeres y hombres que puedan hacerlo.
- Una manera de preparar al personal para una **Reunión Pública** es desarrollando una lista de preguntas que pudieran hacer los miembros del público. El personal se puede turnar haciendo las preguntas y contestándolas entre ellos.

Preparación de la información para el público

- La información que va a ser presentada durante la reunión normalmente señala el propósito de la propuesta, los asuntos principales que afectan al público, el rol del público y opciones alternativas.

- Donde sea posible, proporcione datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. Demuestre cómo la situación afecta a mujeres y hombres de manera diferente en base a sus realidades específicas.
- Los elementos auxiliares, como las diapositivas, son más efectivas cuando son lo suficientemente grandes y claras para el tamaño de la sala.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**
- **Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.**
- **Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.**
- **Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.**

Lista de control para manejar Reuniones Públicas

Arreglando la sala

- La mesa donde los participantes se registren a la entrada puede poner a la mano separatas adicionales ya sea para que las lean ahí o para que se las lleven a casa, así como también un cuestionario breve y una hoja para comentarios que aliente al público a dar opiniones adicionales.
- Si es necesario, asegúrese de que el material está disponible en los idiomas pertinentes y también para las personas con deficiencias de la vista.
- Asegurándose que la información proporcionada en la **Reunión Pública** es estampada con BORRADOR y de evitar dar muchos detalles en asuntos que van a tener frecuentes cambios, prevendrá cualquier confusión por los cambios que podrían ocurrir más tarde.
- Debe ponerse atención sobre cómo se pondrán los asientos, porque puede influir en la interacción entre los participantes. Por ejemplo, la colocación de los asientos en un semicírculo permitirá el contacto visual entre los participantes y podría aumentar la interacción.
- Con el objeto de subsanar la falta de interacción entre el personal y participantes, algunas municipalidades combinan **Reuniones Públicas** con **Casas Abiertas** o **Talleres**, ofreciendo una sesión de información más informal, ya sea anterior o inmediatamente después de la presentación formal.

La presentación

- La información regularmente se proporciona en una presentación formal que dura 30-40 minutos. El personal de la municipalidad, al igual que las organizaciones de mujeres y organizaciones con base en la comunidad, pueden hacer presentaciones. Si es necesario, contrate a un intérprete de lenguaje de signos.

- La presentación es seguida de un periodo de preguntas abierto al público.
- Los micrófonos aseguran que las preguntas y respuestas sean escuchadas claramente.

El rol del personal/consultores

- Lo ideal es que el personal que representa a la Municipalidad esté directamente comprometido con la propuesta o asuntos que están siendo discutidos, para que puedan dar respuestas adecuadas a las preguntas.
- El personal debe obtener información sobre los miembros del público para un seguimiento futuro cuando no puede proporcionarles respuestas inmediatas.

Pasos a seguir tras la realización de una Reunión Pública

- Una revisión y un resumen de los comentarios del público pueden ser documentados y difundidos al personal o a los Concejales.
- Una reunión de balance al día siguiente de la **Reunión Pública** puede ayudar a identificar asuntos que puedan mejorarse para la siguiente reunión.
- Un anuncio de seguimiento puede ser elaborado para anunciar al público sobre los resultados de la reunión.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso entero usualmente requiere un poco más de tres semanas.
- La primera semana puede ser dedicada al trabajo de preparación inicial, como es el seleccionar el lugar y hora, definir claramente el asunto, seleccionar personal y preparar un aviso público.
- La segunda y tercera semana comienzan poniendo una serie de anuncios por lo menos de diez a catorce días hábiles antes de la reunión. Este tiempo puede también ser dedicado a elaborar información para el público y proporcionar orientación y capacitación al personal.

- Un día entero es dedicado a arreglar el lugar de la **Reunión Pública**, incluyendo dos o tres horas para la conducción de la misma.
- No se requieren de más de dos días adicionales para las actividades de seguimiento.

Presupuesto para una Reunión Pública

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear una **Reunión Pública** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificación formal al público, incluyendo avisos en los medios de información locales.
- Costos de producción asociados con la preparación de exhibiciones, separatas y la presentación.
- Instalaciones y operaciones, incluyendo alquiler del local y equipo audiovisual.
- Costos de producción de documentos de seguimiento.
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos beneficios de una Reunión Pública?

- Las **Reuniones Públicas** requieren de pocos conocimientos especializados, y son relativamente pocos los recursos a planear y manejar.
- Las **Reuniones Públicas** son uno de los métodos corrientemente más usados para contactarse y comunicarse con grandes grupos de la población.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de una Reunión Pública?

- Las **Reuniones Públicas** pueden generar relaciones adversas entre los participantes y el personal, particularmente si el salón ha sido organizado situando a los participantes de frente a la mesa “de honor”.

- Un gran número de asistentes en una organización rígida limita la interacción con el personal municipal y reprime la participación.
- Por la falta de interacción de cara-a-cara entre el personal y los asistentes, las cuestiones planteadas durante el momento de preguntas y respuestas pueden llevar a discusiones entre el público.

Sinopsis de una Reunión Pública =

Tiempo requerido	3 semanas
Costos de planificación y ejecución	Bajos
Personal requerido	Bajo
Nivel de conocimientos especializados requerido	Bajo
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Moderado
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Moderado
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Audiencias Públicas

¿Qué son?

La **Audiencia Pública** es una versión, requerida por ley, de la **Reunión Pública** en la que una acción o proyecto propuesto se presenta con una posible solución, esperando se suscite una reacción o respuesta del público. Al igual que las **Reuniones Públicas**, las **Audiencias Públicas** son utilizadas para intercambiar información con el público. Una **Audiencia Pública** se utiliza normalmente para satisfacer los requerimientos reguladores. La formalidad del evento requiere que los participantes lean o presenten ideas redactadas. Normalmente se cuenta con métodos establecidos para registrar tanto los comentarios orales como escritos de los participantes.

Lista de control para planear una Audiencia Pública

Selección del público objetivo

- Una Audiencia Pública puede ser usada para atraer miembros del público de todo el municipio; aunque también se puede dirigir a los residentes afectados por un proyecto en particular.
- Si planea realizar **audiencias** en un vecindario o zona geográfica específica, asegúrese de estar al tanto de las necesidades particulares de las mujeres y hombres de dicha zona y que el diseño de la audiencia aborda los factores que inhiben su participación, como por ejemplo, la accesibilidad, interpretación, el cuidado de los niños, etc.
- Dependiendo del tema de la consulta y del tipo de sugerencias y comentarios que se soliciten, también se pueden organizar talleres en asociación con grupos de mujeres, agencias de servicios y organizaciones de comunidades marginalizadas.

Selección de la fecha, lugar y hora

- Es muy común que las **Audiencias Públicas** se celebren en la tarde, comenzando normalmente alrededor de las 7:00 p.m., con una duración de dos a tres horas.

- Como norma, las audiencias se llevan a cabo en los salones del Consejo de la Ciudad, pero también se pueden utilizar recintos conocidos situados cerca del lugar del proyecto propuesto. Asegúrese de que se puede llegar al sitio por transporte público y que es de fácil acceso para las mujeres y hombres con diversas necesidades de desplazamiento.
- La prestación de servicios de guardería permitirá que asistan más mujeres, incluso madres solteras.

Notificación al público

- Los detalles sobre el anuncio de la **Audiencia Pública** son presentados en las legislaciones o regulaciones.
- Entre los requisitos se incluyen anuncios en periódicos de la comunidad y regionales así como también en la radio y televisión con una antelación mínima de dos semanas.
- Los anuncios deben indicar claramente el proyecto propuesto que abordará la **Audiencia Pública**, la fecha, la hora, el lugar y los números telefónicos municipales de contacto.

Selección y capacitación del personal

- Las **Audiencias Públicas** normalmente involucran a miembros del Consejo al igual que al personal municipal responsable del proyecto propuesto.
- Una manera efectiva de preparar al personal consiste en desarrollar un cuestionario con preguntas que posiblemente formulen los participantes durante la Audiencia. El personal se puede turnar haciendo las preguntas y contestándolas entre ellos.

Preparación de la información para el público

- La información proporcionada al público durante la **Audiencia Pública** por lo general destaca el propósito del proyecto, los asuntos principales relacionados con el proyecto, el papel del público y las opciones alternativas.

- Donde sea posible, proporcione datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. Demuestre cómo la situación afecta a mujeres y hombres de manera diferente en base a sus realidades específicas.
- El material de apoyo visual puede complementar las presentaciones orales siempre y cuando éste sea lo suficientemente claro y su tamaño permita una fácil visualización.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.
- Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.
- Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.
- Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.
- Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.
- Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.
- Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.
- Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.

Lista de control para el manejo de una Audiencia Pública

Preparación del local

- Una mesa de recepción puede proporcionar material adicional que los participantes pueden leer ahí o llevar a casa.
- Es preferible que la información se presente como "DRAFT" (borrador) sin dar muchos detalles en asuntos que sean susceptibles a numerosos cambios. Esto prevendrá cualquier confusión por los cambios que podrían ocurrir más tarde.

El papel de los funcionarios municipales y del personal

- Como norma, el personal se sienta en la parte delantera del salón y el público se organiza en filas. Esto facilita que los participantes hablen con aquellos sentados delante en lugar de hablar entre ellos.
- Si el personal no puede proporcionar una respuesta inmediata a las preguntas de los visitantes, se recomienda anotar información de los participantes que facilite el posterior contacto para resolver la pregunta planteada.

La presentación

- La información es proporcionada en una presentación de 30 a 45 minutos.
- La presentación es seguida de un periodo de preguntas abierto al público.
- Adicionalmente al periodo de preguntas, los miembros del público entregan declaraciones formales escritas, relacionadas con los temas tratados en la **Audiencia Pública**.
- Si se espera una gran cantidad de asistentes, se deben instalar micrófonos que permitan que la información sea escuchada por todos.
- Tanto la presentación como las preguntas son normalmente grabadas.

Pasos a seguir tras la realización de una Audiencia Pública

- Una recopilación de los comentarios del público, incluidos escritos recibidos, es normalmente documentada y distribuida al personal o al Consejo.
- Una reunión de informes del personal, el día después de la **Audiencia Pública**, puede ayudar a identificar áreas que se pueden mejorar para la siguiente reunión.
- Un anuncio de seguimiento puede ser elaborado para anunciar al público sobre los resultados de la reunión.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso completo requiere aproximadamente tres semanas y media.
- La primera semana puede ser dedicada al trabajo de preparación inicial, como es seleccionar el lugar y hora, definir claramente el asunto, seleccionar personal y preparar un aviso público.
- La segunda y tercera semana comienzan poniendo una serie de anuncios con un mínimo de diez días hábiles antes de la reunión. Este tiempo puede también ser dedicado a elaborar información para el público y proporcionar orientación y capacitación al personal.
- Un día entero es dedicado a preparar el sitio de la **Audiencia Pública**, incluyendo de dos a tres horas para la conducción de la misma.
- Se requieren aproximadamente tres días más para las actividades de seguimiento, en particular se requiere reflejar cualquier entrega formal recibida por los residentes u organizaciones en los procedimientos.

Presupuesto para una Audiencia Pública

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear una Audiencia Pública se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificación formal al público, incluyendo avisos en los medios de información locales.

- Costos de producción asociados con la preparación de exhibiciones, separatas y la presentación.
- Instalaciones y operaciones, incluyendo alquiler del local, grabación y equipo audiovisual.
- Documentos de seguimiento y traducción si es necesaria.
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de una Audiencia Pública?

- Las **Audiencias Públicas** requieren de pocos conocimientos especializados, y son relativamente pocos los recursos a planear y manejar.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de una Audiencia Pública?

- Las **Audiencias Públicas** pueden generar relaciones adversas entre los participantes y el personal, particularmente si el salón ha sido organizado situando a los participantes de frente a la mesa “de honor”.
- La necesidad de que el público lea o entregue los escritos elaborados deja poco espacio a la interacción.
- Por la falta de interacción de cara a cara entre el personal y los asistentes, las cuestiones planteadas durante el momento de preguntas y respuestas pueden llevar a discusiones entre el público.

Sinopsis de una Audiencia Pública

Tiempo requerido	3 1/2 semanas
Costos de planificación y ejecución	Bajos
Personal requerido	Bajo
Nivel de conocimientos especializados requerido	Bajo
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Moderado
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Moderado
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Moderado
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Casa Abierta

¿Qué es?

La **Casa Abierta** es el evento informal mejor caracterizado como una herramienta para intercambiar información. Una **Casa Abierta** es una oportunidad para que el público se reúna y discuta una serie de tópicos con el personal municipal, a la vez que le permite al personal sondear la opinión de una gran parte de la población. El material relacionado con el proyecto propuesto es habitualmente compartido con el público a través de paneles de exhibición, colocados alrededor del local, y con material impreso que pueden llevar a casa. Un rasgo distintivo de la **Casa Abierta** es la flexibilidad brindada al público, incluyendo un horario variado de operación, permitiendo a los participantes interesados a visitar este evento cuando más les convenga. Su informalidad también alienta al personal municipal y miembros del público a conversar libremente.

Lista de control para planear una Casa Abierta

Identificación del público objetivo

- Una **Casa Abierta** puede ser usada para atraer miembros del público de todo el municipio; aunque también se puede convocar a los residentes afectados por un proyecto en particular.
- Asegúrese de que la **Casa Abierta** habilita la participación de todas las mujeres y hombres; para ello, debe abordar los factores que inhiben su participación, como por ejemplo, la accesibilidad, interpretación, el cuidado de los niños, etc.

Selección de la fecha, lugar y hora

- Que las **Casas Abiertas** tengan lugar a través del día, de 2:00 a 9:00 p.m., las hace más accesibles a una gran diversidad de residentes, particularmente a mujeres que normalmente no podrían asistir a eventos más formales y cortos en la tarde. La prestación de servicios de guardería, en la Casa Abierta, permitirá que asistan más mujeres, sobre todo madres solteras de bajos ingresos. La celebración de estos eventos en el día incrementará la participación de mujeres y personas de la tercera edad que podrían resistirse a salir de noche.

- Hacer uso de lugares y locales conocidos como colegios, iglesias, bibliotecas o centros comunitarios, también atrae a una gran audiencia. Asegúrese de que se puede llegar al sitio por transporte público y que es de fácil acceso para las mujeres y hombres con diversas necesidades de desplazamiento.
- Que se den por lo menos dos sesiones de **Casa Abierta** permite que el público participe, particularmente si una de las sesiones se da durante la tarde de un día de semana y otra durante el día en fin de semana.

Notificación al público

- Anunciando la **Casa Abierta** en periódicos de la comunidad y regionales, como también en la radio y televisión de dos a tres semanas antes, permite llegar a un gran sector de la población.
- La asistencia es mayor cuando los anuncios indican claramente la fecha, hora y lugar de la **Casa Abierta**, la propuesta o asunto a tratarse, y los números de teléfono de la municipalidad para más información.

Selección y capacitación del personal

- De cinco a seis miembros del personal pueden ayudar en una **Casa Abierta**; algunas municipalidades prefieren hacer uso de consultores.
- Por la cantidad de tiempo que se necesita para llevar a cabo una **Casa Abierta**, el personal está regularmente organizado por turnos para prevenir la fatiga, con más personal destinado a las horas de la tarde que comúnmente es más ocupada.
- El personal puede preparar algunas preguntas que el público podría hacer durante la **Casa Abierta**, y pueden preguntárselas entre sí antes que ella se lleve a cabo.

Preparación de la información para el público

- La información que está disponible en la **Casa Abierta**, puede subrayar el propósito de la propuesta, los principales asuntos que afectan a la población, el rol del público y opciones alternas.

- Donde sea posible, proporcione datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. Demuestre cómo la situación afecta a mujeres y hombres de manera distinta debido a sus diferentes realidades.
- Una presentación de vídeo o diapositivas puede ser una manera de presentar la información al público.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**
- **Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.**
- **Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.**
- **Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.**

Lista de control para manejar una Casa Abierta

Arreglando la sala

- La información es exhibida usualmente en tableros y ordenada en círculo alrededor de la sala para alentar un fluido libre de participantes.
- El colocar sillas puede impedir el flujo deseado de asistentes.
- Una mesa puede proporcionarse para que los asistentes se registren a la entrada de la **Casa Abierta**, y donde puedan obtener separatas que pueden leer allí o llevárselas a sus casas.
- Asegurar que toda la información proporcionada en la **Casa Abierta** lleve el sello de BORRADOR y evitar dar muchos detalles en asuntos sujetos a frecuente cambio prevendrá cualquier confusión por cambios que puedan suceder más tarde.
- Un breve cuestionario y una hoja de comentarios, para dar opiniones y comentarios adicionales al personal municipal, pueden ser proporcionados a los participantes para que los llenen antes de dejar la **Casa Abierta**.

El rol del personal/consultores

- El proporcionar al personal una libreta de notas para escribir las direcciones de personas y otras notas de parte del público será de mucha utilidad si es que el personal no puede dar respuesta inmediata a las preguntas planteadas.
- Vestir sencillamente y una etiqueta pegada a la ropa con el nombre impreso, refleja la naturaleza informal de la **Casa Abierta**.
- Es de mucha ayuda tener representantes del proyecto disponibles para reunirse individualmente con los participantes.

Pasos a seguir tras la realización de una Casa Abierta

- Una reunión de informes del personal al día siguiente de la **Casa Abierta** puede ayudar a identificar asuntos a mejorar en las Casas Abiertas subsiguientes.
- Una recopilación de comentarios y respuestas del público pueden ser archivadas luego de la **Casa Abierta** ya sea para el personal o el Concejo. Identifique los comentarios hechos por mujeres y los que hicieron los hombres, ya que esto generará una respuesta más pertinente para cada grupo.
- El público puede ser notificado acerca de los resultados de la Casa Abierta a través de un aviso o un boletín de noticias.

Planificación del tiempo requerido

- Mas o menos 3 1/2 semanas están dedicadas a la preparación, realización y seguimiento de una **Casa Abierta**, pudiendo ser mayor el tiempo requerido según el nivel de experiencia adquirida.
- La primera semana puede ser dedicada al trabajo de preparación inicial, como seleccionar el lugar y la hora, definir claramente el asunto, y determinar cómo se va a llegar al público objetivo, seleccionar al personal y preparar la publicidad.
- La segunda y tercera semana comienzan colocando una serie de anuncios en los medios de comunicación locales por lo menos de diez a catorce días hábiles antes de la **Casa Abierta**. Están dedicadas también a la preparación de información para el público y proporcionar al personal orientación y capacitación.
- La mañana de la **Casa Abierta** es dedicada a arreglar el local. La sesión propiamente dicha, de la **Casa Abierta**, dura normalmente de dos a siete horas en la tarde y en la noche.
- Las actividades de seguimiento requieren más o menos de media semana.

Presupuesto para una Casa Abierta

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear una Casa Abierta se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificar al público, incluyendo avisos en los medios de comunicación locales.
- Costos de producción asociados a la preparación de exhibiciones, separatas, presentaciones, videos, diapositivas, etc.
- Traducción de materiales
- Personal adicional o consultores contratados para apoyar y coordinar.
- Las instalaciones y operaciones, incluyendo el alquiler del local, refrescos, equipo audiovisual, material.
- Costos de producción de documentos de seguimiento.
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de una Casa Abierta?

- La informalidad y el largo horario de una **Casa Abierta** proveen al público la libertad de quedarse o irse en cuanto ellos quieran, y hace la participación más accesible a personas con niños pequeños, jóvenes y ancianos.
- La naturaleza informal de la **Casa Abierta** la hace muy adecuada para mayor contacto con el público para la discusión directa.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de una Casa Abierta?

- Una **Casa Abierta** requiere bastante tiempo del personal.

- Puede ser difícil asegurarse que el público esté bien representado.
- La reacción del público puede ser limitada ya que no hay preguntas específicas hechas a los participantes.

Sinopsis de una Casa Abierta

Tiempo requerido	3 1/2 semanas
Costos de planificación y ejecución	Moderados
Personal requerido	Moderado
Nivel de conocimientos especializados requerido	Bajo
Nivel de conocimientos requerido del público	Moderado
Número de participantes	Moderado
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



¿Qué son?

Un **Taller** es otra de las herramientas de intercambio de información diseñada a abordar ciertos asuntos y compartir diferentes puntos de vista entre una gran parte del público. Un elemento principal del Taller es la organización de los participantes en pequeños grupos, donde los individuos se comunican informalmente entre ellos con el apoyo de una persona capacitada. La discusión puede girar alrededor de varios asuntos o sobre un asunto específico de un tema más amplio.

Lista de control para planear un Taller

Identificación del público objetivo

- Una **Taller** puede ser usado para atraer miembros del público de todo el municipio; aunque también se puede convocar a los residentes afectados por un proyecto en particular.
- Asegúrese de que el Taller está diseñado de tal forma que incluya las necesidades de todas las mujeres y hombres; para ello, deben tenerse en cuenta cuestiones relativas a la accesibilidad, interpretación, el cuidado de los niños, dieta, etc.

Selección de la fecha, lugar y hora

- Es mejor si el lugar es conocido, como un colegio, biblioteca, iglesia o centro comunitario y si está cerca del proyecto propuesto.
- Asegúrese de que se puede llegar al sitio por transporte público y que es de fácil acceso para las mujeres y hombres con diversas necesidades de desplazamiento.
- Los **Talleres** se llevan a cabo usualmente en las noches o fines de semana con el fin de atraer a una sección representativa de residentes, y dura entre dos a tres horas o todo el día. La celebración de talleres en el día incrementará la participación de mujeres y personas de la tercera edad que podrían resistirse a salir de noche.

- La prestación de servicios de guardería permitirá que asistan más mujeres.

Notificación al público

- Anunciando el **Taller** en los periódicos de la comunidad y regionales como también en la radio y televisión con dos a tres semanas de anterioridad, es un modo efectivo de llegar a una gran parte de la población.
- Es de mucha ayuda para el público si los anuncios claramente indican el proyecto propuesto y que es motivo del **Taller**, su fecha, hora y lugar y teléfonos de la municipalidad para contactarse.
- Donde los **Talleres** enfocan a un específico grupo o comunidad, un mayor acercamiento puede ser usado para notificar al público, incluso un correo directo, o avisos en el periódico comunitario.
- Podría ser necesario tener en cuenta las cuestiones lingüísticas pertinentes.

Selección y capacitación del personal

- Por lo menos una persona es requerida para facilitar las discusiones en cada pequeño grupo de trabajo establecido en el **Taller**.
- Cierta capacitación básica en animación de grupo es esencial, como también la elaboración de una lista de preguntas que puedan plantearse durante el Taller.
- También se pueden organizar talleres en asociación con grupos de mujeres, organizaciones de servicios y de comunidades marginalizadas.

Preparación de información para el público

- La información disponible durante el **Taller** puede subrayar el propósito de la propuesta, los principales asuntos que afectan a los residentes, el rol del público y otras opciones posibles.

- Una presentación de vídeo o diapositivas pueden ser un modo adicional de presentar información al público durante los **Talleres**.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a los hombres y mujeres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**
- **Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.**
- **Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.**
- **Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.**
- **Apoye las iniciativas de liderazgo de las mujeres, sobre todo de las mujeres jóvenes, mujeres de las Primeras Naciones (indígenas), mujeres racializadas e inmigrantes, mujeres con discapacidades, etc.**

- Un componente importante del **Taller** es un cuaderno de notas que incluya los puntos a debatir y preguntas para ayudar a los participantes en sus discusiones.

Lista de control para manejar un taller

Arreglando la sala

- La información general y los antecedentes sobre el proyecto propuesto a menudo se exhibe alrededor de la sala.
- Grupos pequeños de seis a ocho participantes son organizados por temas alrededor de una mesa con sillas.
- Es de mucha ayuda equipar a cada mesa de trabajo con lapiceros (oscuros, de colores y gruesos) y hojas en blanco (papelógrafos) para recopilar e ilustrar ideas y destinar un área con pizarras para colocar las hojas.
- Pequeños manuales pueden ser proporcionados para dar contexto y orientar las discusiones.

La presentación y discusión

- Una introducción dirigida a los participantes en conjunto es un modo de empezar el **Taller**. Es de mucha ayuda identificar el proyecto propuesto, los asuntos relacionados y el rol del público.
- Donde sea posible, proporcione datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. Demuestre cómo la situación afecta a mujeres y hombres de manera distinta debido a sus realidades específicas.
- Con la ayuda de los facilitadores y los pequeños manuales, a los subgrupos más pequeños les son planteadas algunas preguntas orientadas a obtener información específica.
- Con la ayuda del facilitador, los participantes de cada subgrupo, identifican, priorizan y discuten ideas y sugerencias en relación al proyecto o la iniciativa municipal.

- La discusión está destinada a aumentar el entendimiento del grupo, realzar la importancia del proyecto y sus debilidades. No es un foro de crítica.
- Al final los participantes podrían solicitar realizar un resumen del contenido e ideas generadas en la discusión.

El rol del personal/consultores

- El personal de apoyo debe estar disponible para cada mesa de trabajo, inclusive uno o dos animadores volantes para ayudar si fuese necesario. Pueden servir de ayuda proporcionando una visión general de las discusiones de cada grupo de trabajo.
- Un relator, miembro del personal municipal y que sepa escribir correctamente, debe estar disponible en cada grupo.

Pasos a seguir tras la realización de un Taller

- Revisión y resumen de las ideas del público en un informe luego del **Taller**.
- Identifique los comentarios de los participantes con base en su género, edad, grupo étnico, raza y otros factores pertinentes. Esto permitirá un mayor entendimiento de los diversos residentes y las acciones necesarias que se deben tomar.
- Una reunión de seguimiento, con informes del personal, puede ayudar a identificar las áreas a mejorar en los siguientes **Talleres**.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso de planeamiento, realización y seguimiento de un Taller, puede requerir en total de más o menos tres semanas y media.
- Una semana es dedicada a la preparación preliminar, incluyendo la preparación de anuncios o el envío por correo a un público específico.

- Las semanas dos y tres empiezan con avisos para el público, ya sea a través de los medios de comunicación, o por correo a un público específico, por lo menos catorce días hábiles anteriores al Taller.
- Estas dos semanas pueden ser dedicadas a preparar información para el público y proporcionar al personal la orientación y la capacitación básicas.
- Normalmente se requiere de un día para arreglar el local de un taller, que puede durar de dos horas a todo el día.
- Las actividades de seguimiento requieren de dos días adicionales.

Presupuesto para un Taller

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear un **Taller** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificar al público, incluyendo avisos en los medios de comunicación locales y sellos postales pagados.
- Costos de producción asociados a la preparación de exhibiciones, separatas, presentaciones, vídeos, diapositivas, impresión, fotocopiado, etc.
- Personal adicional o consultores contratados para apoyar y coordinar.
- Intérpretes para grupos específicos de idiomas.
- Las instalaciones y operaciones, incluyendo el alquiler del local, refrescos, equipo audiovisual, material.
- Los costos de producción del informe de seguimiento (incluyendo el de traducción si es necesaria)
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Taller?

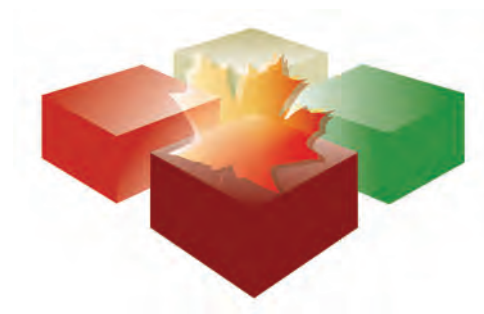
- Un **Taller** proporciona un ambiente creativo que puede inspirar a comentarios y sugerencias inéditas.
- El alto nivel de interacción alentado por el **Taller** permite que el público y el personal municipal intercambien ideas.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un Taller?

- Es importante que el personal de apoyo conozca totalmente el proyecto propuesto y tengan experiencia en dirigir y animar al grupo con el que dialoguen.
- A menudo es necesario que se den seminarios de capacitación para el personal de apoyo antes del **Taller**.
- Dependiendo de los materiales necesarios para varias mesas de trabajo de subgrupos, el costo de un **Taller** puede ser significativo.

Sinopsis de un Taller de Trabajo

Tiempo requerido	3 1/2 semanas
Costos de planificación y ejecución	Moderados
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Alto
Nivel de conocimientos requerido del público	Moderado
Número de participantes	Moderado
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Moderada
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Diseño Colectivo

¿Qué es?

Un **Diseño Colectivo** es un ejercicio donde los miembros de la comunidad, planificadores, arquitectos, diseñadores o artistas trabajan juntos para desarrollar soluciones visuales para una acción o proyecto propuesto. A diferencia de todas las otras herramientas de intercambio de información, esta provee al público (mujeres, hombres, jóvenes, personas de la tercera edad, etc.) la oportunidad de expresar sus ideas en un ambiente artístico.

Lista de control para planear un Diseño Colectivo

Identificación del público objetivo

- Un **Diseño Colectivo** puede ser usado para atraer miembros del público de todo el municipio; aunque también se puede convocar a los residentes afectados por un proyecto en particular.
- Asegúrese de que el Diseño Colectivo habilita la participación de todas las mujeres y hombres; para ello, debe abordar los factores que inhiben su participación, como por ejemplo, la accesibilidad, interpretación, el cuidado de los niños, alimentos específicos, etc.

Selección de la fecha, lugar y hora

- Es mejor si el lugar es conocido, como un colegio, biblioteca, iglesia o centro comunitario y si está cerca del proyecto propuesto. Esto tiende a atraer a un gran y variado número de asistentes.
- Asegúrese de que se puede llegar al sitio por transporte público y que es de fácil acceso para las mujeres y hombres con diversas necesidades de desplazamiento.
- La prestación de servicios de guardería permitirá que asistan más mujeres, sobre todo madres solteras de bajos ingresos.
- El lugar debe tener suficiente espacio para varias áreas de trabajo donde los dibujos tendrán lugar.

- Los **Diseños Colectivos** se llevan a cabo usualmente en las noches o fines de semana, con el fin de atraer a una parte diversificada de residentes. Requieren entre dos a tres horas o dos días completos. La celebración de talleres en el día incrementará la participación de mujeres y personas de la tercera edad que podrían resistirse a salir de noche.

Notificación al público

- Anunciando el **Diseños Colectivos** en los periódicos regionales y de la comunidad como también en la radio y televisión, con dos a tres semanas de anterioridad, es un modo efectivo de alcanzar a un gran sector de la población.
- Es de mucha ayuda para el público si los anuncios claramente indican el proyecto propuesto y que es motivo del Diseño Colectivo, su fecha, hora y lugar y teléfonos de la municipalidad para contactarse.
- Donde los **Diseños Colectivos** se dirigen a un específico grupo o comunidad, una mayor focalización puede ser usada para notificar al público, incluso por correo directo, o avisos en el periódico comunitario.
- Se deben tener en cuenta, donde corresponda, los criterios de idiomas y accesibilidad.

Selección y capacitación del personal

- A menos que diseñadores profesionales hallan acordado en proporcionar sus servicios, el personal necesita tener las aptitudes necesarias para hacer un esbozo de las propuestas del público.
- Por lo menos uno de los miembros del personal se requiere en cada pequeño grupo de trabajo. Una a dos personas son necesarias como personal de apoyo volante, moviéndose de mesa en mesa.

Preparación de información para el público

- Durante un **Diseño Colectivo** es útil que un conjunto de informaciones sea puesta a disposición de los participantes para que conozcan las cuestiones relativas al proyecto o la acción propuesta.
- Es preferible que toda la información proporcionada al público sea clara y concisa, sin dar demasiados detalles sobre puntos que pueden ser cambiados más adelante.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.
- Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.
- Identifique brechas respecto a los géneros; ej., inequidades entre mujeres y hombres que deben tenerse en cuenta en los resultados y acciones de seguimiento.
- Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.
- Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.
- Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.
- Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.
- Apoye las iniciativas de liderazgo de las mujeres, sobre todo de las mujeres jóvenes, mujeres de las Primeras Naciones (indígenas), mujeres racializadas e inmigrantes, mujeres con discapacidades, etc.

Lista de control para manejar un Diseño Colectivo

Arreglando la sala

- La interacción es mayor cuando las mesas de trabajo son limitadas a seis u ocho personas. Con un número equilibrado de mujeres y hombres se obtendrá un público más representativo.
- Cada mesa de trabajo está organizada contando con un amplio espacio en la pared para colgar esbozos grandes.
- Es también una buena idea contar con refrescos a la mano para prevenir la fatiga de los participantes.

La presentación y discusión

- El evento comienza habitualmente con una introducción de bienvenida a todos los participantes, subrayando el propósito de la acción o proyecto así como dando instrucciones de cómo proceder en el **Diseño Colectivo**.
- Después de la bienvenida los participantes se dividen en pequeños grupos de trabajo.
- El grupo entero de participantes entra en sesión plenaria en varios momentos durante el **Diseño Colectivo** y al final, para compartir resultados.

El rol del personal/consultores

- Los artistas contratados por la municipalidad esbozan los temas principales generados por los grupos.
- Pueden ser necesarios más miembros del personal para tomar nota de los comentarios de los participantes y que acompañan los bosquejos.
- Es también una buena idea contar con la presencia de algunos diseñadores profesionales, como arquitectos, ingenieros y diseñadores urbanos, con experiencia en el proceso del diseño creativo, para ayudar a los grupos de trabajo. Es importante incluir a mujeres entre los consultores profesionales.

Pasos a seguir tras la realización de un Diseño Colectivo

- Algunas municipalidades reproducen las imágenes en un folleto, que luego está a la disposición de todos los ciudadanos.
- Esto alienta a una consulta pública más amplia en el futuro como también a abrir un proceso de **Diseño Colectivo** para aquellos que no acudieron a la reunión.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso de planeamiento, realización y seguimiento de un **Diseño Colectivo**, puede requerir en total de más o menos tres semanas y media.
- Una semana es dedicada a la preparación preliminar, incluyendo la preparación de anuncios o el envío por correo a un público específico.
- Las semanas dos y tres empiezan con avisos para el público, ya sea a través de los medios de comunicación, o por correo a un público específico, por lo menos diez días hábiles anteriores al evento.

Sinopsis de un Diseño Colectivo

Tiempo requerido	3 1/2 semanas
Costos de planificación y ejecución	Moderados
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Alto
Nivel de conocimientos requerido del público	Moderado
Número de participantes	Moderado
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Moderada
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada

- Estas dos semanas pueden ser dedicadas a preparar información para el público y proporcionar al personal la orientación y la capacitación básicas.
- Normalmente, se requiere un día para arreglar la sala de un **Diseño Colectivo**, que puede ir desde dos horas hasta dos o tres días.
- Las actividades de seguimiento requieren de dos días adicionales.

Presupuesto para un Diseño Colectivo

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear un **Diseño Colectivo** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificar al público, incluyendo avisos en los medios de comunicación locales y sellos postales pagados.
- Costos de producción asociados a la preparación de exhibiciones, separatas, presentaciones, videos y diapositivas.
- Personal adicional, consultores o intérpretes contratados para apoyar y coordinar.
- Las instalaciones y operaciones, incluyendo el alquiler del local, refrescos, equipo audiovisual, material para los grupos de trabajo.
- Costos de producción del informe de seguimiento.
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

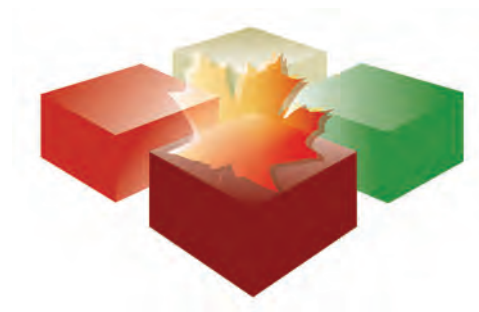
¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Diseño Colectivo?

- Los **Diseños Colectivos** con éxito son una de las más productivas herramientas de participación para generar ideas creativas y soluciones.
- Un **Diseño Colectivo** con éxito a menudo puede aumentar la confianza de los residentes en desarrollar soluciones a problemas de la comunidad.

- Los ambientes creativos de las **Casas Abiertas** y **Talleres** hacen una buena fuente de oportunidades para conducir un **Diseño Colectivo**.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de los Diseños Colectivo?

- Los materiales requeridos para las mesas de los subgrupos pueden aumentar considerablemente el costo para producir un **Diseño Colectivo**.
- Contar con aptitudes de diseño es obligatorio para un **Diseño Colectivo**, requiriendo de personal capacitado o el contrato de diseñadores profesionales.
- Un **Diseño Colectivo** requiere de mucho tiempo del personal.



Grupo de Reflexión

¿Qué es?

Un **Grupo de Reflexión** es una reunión de un pequeño grupo de personas que son formalmente invitadas a participar. Estas personas son seleccionadas para representar una amplia sección de un grupo en particular, dentro de la municipalidad. Esta reunión, permite el intercambio de información con el público en una discusión cuidadosamente dirigida por un facilitador, aportando así retroalimentación pública a la municipalidad en uno o más temas de carácter específico. Esta retroalimentación puede servir de indicador del interés del público en general y ayudar a anticipar la reacción del público a una iniciativa o acción propuesta. El grupo de reflexión también puede estar integrado únicamente por hombres o por mujeres o por personas de ambos sexos; o puede estar compuesto de personas de edad o idioma específicos.

Lista de control para planear un Grupo de Reflexión (Focus Group)

Selección de la fecha, lugar y hora

- Una sala tranquila y pequeña es a menudo seleccionada como ambiente.
- Dirigido a servir a una parte representativa de ciudadanos, con frecuencia los **Grupos de Reflexión** se desarrollan en las tardes y, dependiendo de la complejidad del asunto, pueden requerir entre dos horas o todo el día.
- Sin embargo, la celebración de talleres en el día incrementará la participación de mujeres y personas de la tercera edad que podrían resistirse a salir de noche.

Selección de los participantes

- Normalmente un **Grupo de Reflexión** alcanza los mejores resultados si incluye de 8 a 12 personas, representando una parte representativa del público objetivo.

- El público objetivo puede representar comunidades o regiones particulares, grupos demográficos o socioeconómicos, o intereses específicos afectados por un proyecto existente o propuesto.
- La selección de un grupo representativo demanda un intenso proceso de identificar al azar por lo menos a 300 ciudadanos que forman parte del público objetivo y llevar a cabo una encuesta telefónica con el objeto de seleccionar individuos interesados y apropiados. La entrevista telefónica regularmente termina una vez que se ha identificado un suficiente número de candidatos. Por lo general se seleccionan a varias personas más para servir como suplentes.
- Una guía de reclutamiento es usualmente preparada para asistir al entrevistador con preguntas claves hechas a miembros potenciales del **Grupo de Reflexión**.
- Los participantes seleccionados y los suplentes pueden ser notificados por correo por lo menos diez días hábiles antes de la sesión del **Grupo de Reflexión**.

Selección y capacitación del personal

- Se requerirá que personal especializado dedique muchas horas para manejar entrevistas telefónicas y apoyar a la discusión de los **Grupos de Reflexión**. Por esta razón, no es fuera de lo común contratar a un facilitador y entrevistador profesional. Estos pueden ser aportados por grupos de mujeres, agencias de servicios y organizaciones de comunidades marginalizadas.
- Normalmente se desarrolla una guía de entrevista para asistir a los grupos de apoyo. Esta diseñada con anterioridad a la reunión del **Grupo de Reflexión** y contiene posibles temas de discusión y preguntas clave para estimular el diálogo.
- La intervención del personal municipal usualmente comprende capacitación en la preparación y uso de las guías de reclutamiento y entrevistas, técnicas de entrevistas y de animación.

Preparación de información para los participantes del Grupo de Reflexión

- Los participantes requerirán alguna información general y antecedentes sobre los asuntos a tratarse. Esta información puede estar disponible durante la discusión del **Grupo de Reflexión**.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Siempre que sea posible, celebre reuniones de consulta en los lugares donde ya se reúnan mujeres o comunidades en particular (ej., vivienda para personas de bajos recursos, vivienda de cooperativas, escuelas, centro de atención a la infancia, centros comerciales, centros recreativos, cafeterías, etc.), y en lugares que sean accesibles y cómodos para mujeres diversas, mujeres de las Primeras Naciones (o indígenas), comunidades racializadas, mujeres y hombres jóvenes, ancianos, etc.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**
- **Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.**
- **Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.**
- **Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.**

- Donde sea posible, proporcione datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. Demuestre cómo la situación afecta a mujeres y hombres de manera distinta debido a sus diferentes realidades.

Lista de control para manejar un Grupo de Reflexión

Arreglando la sala

- Los participantes usualmente se sientan en una mesa redonda, apropiada para mantener la atención del grupo y es más adecuada para alentar la participación en las discusiones.
- Una mesa con refrescos, comida y café es una buena idea para ayudar a los participantes a sentirse cómodos y evitar la fatiga.

El debate

- El que apoya al grupo casi siempre trabaja con un guía de entrevista, a fin de mantener la dirección y la intensidad del debate.
- Grupos más pequeños, subgrupos, pueden formarse para discutir subtemas específicos. Estos pequeños grupos pueden informar después al grupo entero para una discusión general.
- Por la importancia del debate, los **Grupos de Reflexión** son usualmente grabados.
- Identifique los comentarios por género. Al anotar los comentarios específicos de las mujeres y de los hombres se producirá una respuesta más adecuada para cada grupo.

Pasos a seguir tras la realización de un Grupo de Reflexión

- Una reunión con informes del personal el día después de realizarse el **Grupo de Reflexión** puede asegurar un mejor uso de las herramientas de participación del público en el futuro.

- También se puede revisar y resumir las grabaciones para preparar la documentación apropiada para el personal, el Concejo municipal y el público.
- Otra opción es proporcionar la información a los miembros del **Grupo de Reflexión**, como también el informar al público en general los resultados a través de un aviso.

Planificación del tiempo requerido

- Aproximadamente cinco semanas son requeridas para planear, realizar y seguir adecuadamente un **Grupo de Reflexión**.
- Luego de las preparaciones preliminares, como definir claramente los asuntos y asegurar el lugar, hace falta una semana entera para definir los sectores del público objetivo y desarrollar una guía de reclutamiento.
- Una segunda semana entera puede dedicarse a entrevistar y seleccionar a los miembros y suplentes del **Grupo de Reflexión**.

Sinopsis de un Grupo de Reflexión

Tiempo requerido	5 semanas
Costos de planificación y ejecución	Altos
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Alto
Nivel de conocimientos requerido del público	Moderado
Número de participantes	Bajo
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Baja
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Moderado
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada

- Las semanas tres y cuatro pueden comenzar con una notificación formal escrita a los participantes seleccionados, por lo menos de diez a catorce días hábiles antes de la realización del **Grupo de Reflexión**. Estas dos semanas pueden también ser dedicadas a diseñar la guía de entrevistas para el personal de apoyo y preparar el material de discusión para los participantes. Durante este tiempo también puede efectuarse la orientación y capacitación del personal.
- El **Grupo de Reflexión** puede ser llevado a cabo al comienzo de la quinta semana.
- Las actividades de seguimiento pueden requerir de dos días más.

Presupuesto para un Grupo de Reflexión

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear un **Grupo de Reflexión** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Contratar personal adicional o un consultor para guiar las entrevistas y apoyar a la reunión.
- Costos de producción asociados la preparación de guías o separatas de reclutamiento y entrevistas.
- Los costos de interpretación y de la realización de un **Grupo de Reflexión** en otro idioma o para las personas con deficiencias auditivas.
- Despachar por correo las invitaciones a los participantes seleccionados.
- Incentivos para los participantes, en dinero en efectivo o en especie.
- Instalaciones y operaciones, incluyendo el alquiler del local, refrescos, grabadora.
- Costos de producción del informe de seguimiento
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Grupo de Reflexión?

- Al ser pequeño el grupo de participantes, la municipalidad tiene la oportunidad de compartir información directamente con los mismos.
- Es una manera efectiva de evaluar la opinión pública a partir de un grupo pequeño y representativo de mujeres y/u hombres.
- El control que se tiene sobre la selección de los participantes limita el riesgo de que el debate sea acaparado por intereses que no son representativos.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un Grupo de Reflexión?

- Es importante recordar que los **Grupos de Reflexión** no se organizan con la intención de alcanzar a un gran número de público.
- Son capaces solamente de agrupar opiniones generales y es limitada la manera en que se pueden aplicar directamente a la totalidad del interés público.
- Un **Grupo de Reflexión** puede demandar mucho tiempo del personal y requiere de un alto nivel de conocimientos especializados.
- Los **Grupos de Reflexión** pueden ser relativamente caros en comparación con otras herramientas.



¿Qué es?

Una **Encuesta** es típicamente una herramienta de intercambio de información con el público. Además de identificar y explicar al público temas comprendidos en una acción o proyecto propuesto, las respuestas de las preguntas de una **Encuesta** pueden dar datos concisos de la opinión pública, identificando los puntos de vista de una gran parte de los residentes de una comunidad. Puede también ser utilizada para agrupar información acerca de las características y atributos de una comunidad.

Lista de control para planear una Encuesta

Selección y capacitación del personal

- Algún nivel de conocimientos en diseñar una **Encuesta** y en técnicas de entrevista son necesarios para redactar, implementar e interpretar una **Encuesta**.
- El nivel de esfuerzo y de expertos requeridos para conducir una **Encuesta** llevan a varias municipalidades a contratar apoyo de afuera.

Definición del público objetivo

- Un primer paso es definir segmentos del público objetivo basado en análisis demográfico, y en la naturaleza del tema.
- Determine si la **Encuesta** también se llevará a cabo en otros idiomas y métodos que permitan la participación de una amplia gama de mujeres y hombres.
- Si la **Encuesta** va a evaluar el interés del público en general, en uno o más temas que afectan la comunidad entera, entonces es mejor que se dirija hacia la mayor parte de la población posible.
- Una pequeña muestra de 300 participantes seleccionada de manera aleatoria es usada cuando la Encuesta tiene el objeto de reflejar la opinión de un amplio sector de un segmento específico de la población.

Selección de un modo de encuestamiento

- Las municipalidades hacen uso normalmente de una **Encuesta** que se envía por correo, adjuntando un sobre con porte pagado, destinada a un segmento escogido de la población o distribuida de manera aleatoria entre los residentes.
- Las entrevistas de puerta en puerta también es otra manera de encuestar a los residentes de la comunidad, sin embargo los costos de este modo usualmente lo hacen poco atractivo.
- Otra alternativa la constituye la **Encuesta** por teléfono. Este es un medio económico y eficaz para identificar los puntos de vista de los residentes de la comunidad. Se debe entrevistar el mismo número tanto de hombres como de mujeres.
- Otra manera económica es la publicación de la **Encuesta** en un periódico local.

Desarrollo de las preguntas

- Las palabras correctas en las preguntas de una **Encuesta** es un elemento esencial para el éxito de la **Encuesta**.
- Preguntas concretas (cerradas), en vez de preguntas amplias (abiertas), pueden reducir el nivel de incertidumbre del participante y hacer clara la interpretación de las respuestas. Usualmente las preguntas concretas se formulan de tal manera que el que responde pueda hacerlo usando una escala de opciones: "Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No opina, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo".
- Las preguntas muy amplias, o preguntas en las cuales el participante puede dar una respuesta larga o corta, permite a los que responden dar comentarios a su propio modo.
- La identificación del género, edad, condición, grupo étnico, etc. de los participantes en la encuesta permitirá tener un mejor entendimiento de la realidad del gran número de residentes de la municipalidad.

Prueba de la Encuesta

- Una **Encuesta** tiene que ser probada antes de repartirla de manera general. Es mejor usar elementos representativos del segmento de la población para el que va dirigida la Encuesta. Esto va a identificar cualquier pregunta o elementos de la **Encuesta** que podrían necesitar una aclaración o redefinición.

Aplicación de la Encuesta

- La Encuesta se aplica por teléfono, correo o entrevistas personales, una vez que ha sido probada y recibido el visto bueno.

Pasos a seguir tras la realización de una Encuesta

- Las actividades de seguimiento pueden incluir la preparación de uno o más informes resumidos para el personal y el Concejo.
- Se pueden usar avisos o boletines para informar al público.
- La recopilación y resumen de los resultados de una **Encuesta**, incluye preparar tablas de datos, calcular porcentajes y preparar gráficos y tablas para presentar el resultado de la **Encuesta**.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**

Planificación del tiempo requerido

- Ya sea que las respuestas de la **Encuesta** se obtengan por teléfono o por correo, el proceso entero, desde el planeamiento hasta el seguimiento, puede comprender de cinco a siete semanas.
- La primera semana puede dedicarse a la preparación preliminar y capacitación del personal. La preparación del instrumento de la **Encuesta** puede también empezar con la definición de la población objetivo.
- La segunda semana puede dedicarse a la recopilación de una muestra de personas que respondan y a la preparación de las preguntas de la **Encuesta**.
- La prueba de la **Encuesta** puede tener lugar durante la semana tres.
- Las respuestas pueden ser recopiladas en una semana si se utiliza una **Encuesta** telefónica intensa.
- Por otro lado, una **Encuesta** por correo puede tomar tres semanas enteras.
- Una vez que las respuestas son recibidas, se dedica toda una semana a recopilar y sintetizar los resultados en un informe.
- Finalmente, el proceso concluye con dos días de actividades de seguimiento.

Presupuesto para una Encuesta

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear una **Encuesta/Cuestionario** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Contratar personal adicional o consultores para preparar preguntas y entrevistas.
- Costos de producción asociados con la producción de una **Encuesta** por correo.
- Personal que hable los idiomas necesarios
- El envío por correo a los participantes seleccionados y los sobres pagados para el envío de sus respuestas.

- Costos de producción del informe de seguimiento
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de una Encuesta?

- Las **Encuestas** alcanzan un gran y diverso número de personas.
- Pueden indicar efectivamente los intereses de la gran mayoría de la población en silencio.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de una Encuesta?

- Normalmente se necesita un entrevistador capacitado para realizar las **Encuestas** telefónicas y personales.
- El personal necesita tener aptitudes específicas para desarrollar un cuestionario con palabras adecuadas para la **Encuesta**.
- Dependiendo del método escogido para la distribución de la Encuesta, los costos pueden ser altos.

Sinopsis de una Encuesta

Tiempo requerido	5-7 semanas
Costos de planificación y ejecución	Altos
Personal requerido	Bajo
Nivel de conocimientos especializados requerido	Alto
Nivel de conocimientos requerido del público	Moderado
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Moderado
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Alta



Televisión Participativa

¿Qué es?

El uso de medios de comunicación públicos es un recurso clave en el intercambio de información con los residentes. La **Televisión Participativa** está creciendo y es una forma común de utilizar los medios de comunicación. Los medios interactivos, tales como los programas televisivos con conexión telefónica con los espectadores, permiten la participación de grupos diversos y difíciles de contactar. Estas consultas a través de los medios participativos también se pueden organizar con medios para grupos étnico e idiomas específicos; para ello, dichos medios se incorporarán como socios al proceso consultivo. Esto permitirá la participación de las comunidades que normalmente se quedan al margen.

Lista de control para la planificación de la Televisión Participativa

Identificación de los temas específicos a ser tratados

- Conviene que el programa de televisión se centre en los temas de fondo involucrados en el proceso.
- Si se trata de organizar el programa de televisión alrededor de demasiados temas se deja muy poco espacio para diálogos relevantes.
- Dependiendo de la duración del programa y el número de temas involucrados en el proceso, podría ser necesaria la transmisión de varios programas, cada uno enfocado en un tema en particular

Selección de las personas a entrevistar

- La presentación de entrevistas televisadas de los diversos interesados es una buena manera de presentar muchos de los temas involucrados en el proceso.
- El equilibrio entre los diferentes puntos de vista expuestos durante las entrevistas puede conducir a una mejor información proporcionada al público y a un debate más útil.

- Asegúrese de que las mujeres y los hombres estén representados por igual.
- Asegúrese de que las mujeres y los hombres de comunidades marginalizadas también estén incluidas como entidades interesadas.

Preparación de los libretos

- El uso de libretos asegura que todos los temas involucrados en el proceso sean atendidos.
- Un libreto es elaborado para cada entrevista programada.

Notificación al público

- El uso de otros medios de comunicación, como periódicos, radio o **Tablero de Anuncios Electrónico**, son una manera efectiva de asegurar que una gran parte del público sea informada del programa de televisión.
- Generalmente se avisa del evento con una a dos semanas de anticipación
- Videos de promoción donde aparezcan el Alcalde o Concejales, pueden ser emitidos en la televisión local antes de la fecha acordada para la transmisión del programa.

Lista de control para el manejo de un programa de Televisión Participativa

Preparación del programa de televisión

- Las reuniones ciudadanas por Internet deben contar con un panel moderador para debatir y recibir comentarios de la audiencia.
- Los debates puede alternarse con entrevistas grabadas y/o fragmentos de vídeo donde se muestren imágenes del área o de la acción o del proyecto propuesto.
- El público general puede estar incluido mediante llamadas telefónicas tanto a programas de televisión como de radio.

- Al final se puede efectuar un sondeo de las repuestas del público a los programas de televisión a fin de obtener un mayor indicador de la opinión pública.

El rol del personal/consultores

- Es útil contar con miembros del personal que están involucrados en el proceso para que puedan realizar comentarios o para que participen en el mismo debate.
- Una persona imparcial, posiblemente una figura de la televisión, puede ser contratada para facilitar la realización del programa.

Pasos a seguir tras un programa de Televisión Participativa

- Los comentarios de los residentes son registrados y puestos a disposición tanto del Consejo ciudadano como del público en general. Identifique lo comentarios de los participantes con base en su género, edad, grupo étnico y otros factores pertinentes. Esto permitirá un mayor entendimiento de los diversos residentes y las acciones necesarias que se deben tomar.
- La estación de televisión puede producir cuadros y tablas indicando el número estimado de televidentes.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Aproveche plenamente los partenariados con organizaciones de mujeres locales para acceder a sus redes y conocimientos especializados, y establezca contacto con las mujeres que están marginalizadas en la comunidad. Donde corresponda, proporcione apoyo financiero para habilitar consultas incluyentes.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**
- **Apoye las iniciativas de liderazgo de las mujeres, sobre todo de las mujeres jóvenes, mujeres de las Primeras Naciones (indígenas), mujeres racializadas e inmigrantes, mujeres con discapacidades, etc.**

Planificación del tiempo requerido

- El proceso de planificación, dirección y seguimiento de un programa de **Televisión Participativa** puede requerir de 3 1/2 a 4 1/2 semanas.
- Se estima que se requieren dos días para labores administrativas, selección de temas, selección de entrevistados y redacción de los libretos.
- Se necesita una semana para filmar vídeos como material de apoyo, tales como entrevistas o anuncios propagandísticos.
- Si se utilizan anuncios propagandísticos, estos serán filmados con una o dos semanas antes de la transmisión del programa para asegurar que el público ha sido adecuadamente informado.
- Se requiere otra semana para la edición final de los fragmentos de vídeo.

Presupuesto para un programa de Televisión Participativa

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear un programa de **Televisión Participativa** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Notificación del público, la cual puede incluir anuncios en los periódicos, radio, uso de **Tableros de Anuncios Electrónicos** y/o fragmentos de vídeo promocionales transmitidos por la estación de televisión local días antes de la presentación del programa.
- Costos de producción asociados con la filmación y la edición del vídeo. Este pago se efectúa directamente al canal de televisión.
- Pago al personal adicional que se requiera contratar para facilitar la producción del programa televisivo.
- Costos de producción del informe de seguimiento.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un programa de Televisión Participativa?

- La **Televisión Participativa** es un recurso efectivo que garantiza una forma de participación completa de parte del público.
- Los gastos se pueden reducir significativamente si se logra que la estación de televisión colabore con contribuciones.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un programa de Televisión Participativa?

- Para que un **Programa de Televisión Participativa** sea exitoso, debe presentar todos los puntos de vista posibles de la acción o proyecto propuesto. Si se dejaran de lado asuntos relevantes, el público dejaría de tener confianza en la validez del programa.

Sinopsis de un programa de Televisión Participativa

Tiempo requerido	3 1/2 a 4 1/2 semanas
Costos de planificación y ejecución	Bajos
Personal requerido	Moderado
Nivel de conocimientos especializados requerido	Bajo
Nivel de conocimientos requerido del público	Bajo
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Moderada



Sesión de Mediación

¿Qué es?

La **Sesión de Mediación** es un proceso voluntario en el cual todas las partes involucradas en un conflicto acuerdan intentar resolver sus diferencias. Estas diferencias son, en ocasiones, consecuencia de la falta de comunicación o la mala interpretación de los mensajes recibidos. Cuando los demás recursos han sido agotados, una **Sesión de Mediación** puede lograr conciliar a las partes involucradas de manera tal que una acción o proyecto no fracase. En el marco de la participación ciudadana, este recurso aparece como una manera efectiva de comprometer la participación de un pequeño grupo de ciudadanos en la toma de decisiones respecto de un tema crucial.

Lista de control para la planificación de una Sesión de Mediación

Selección de la hora, el lugar y la fecha

- Como norma, las sesiones son conducidas en la noche en los salones del Consejo Municipal.
- Dependiendo de la naturaleza del conflicto o del grado de abuso de confianza que haya ocurrido, las reuniones se pueden celebrar en una localidad de mayor imparcialidad y acceso.

Invitación de los participantes

- La identidad de los grupos involucrados se hace explícita, dada la naturaleza del conflicto existente.
- Normalmente, los grupos son contactados e invitados a asistir a la **Sesión de Mediación** o a enviar a un representante.

Preparación de la información para los participantes

- A estas alturas de la acción o proyecto propuesto, los grupos han asistido a una serie de sesiones y son conscientes de los intereses que están en juego.

- Es de suma importancia identificar los diversos temas de conflicto sostenidos por los grupos invitados.

Selección y capacitación del personal

- Se recomienda que el personal seleccionado para facilitar las sesiones de mediación cuente con la experiencia necesaria en resolución de conflictos y mucha práctica en técnicas de comunicación y escucha.
- La persona que actúe de mediador debe ser seleccionada por ambas partes y no es imprescindible que forme parte del personal.
- Los mediadores pueden ser otras mujeres y hombres de experiencia y respetados de la comunidad.

Lista de control para el manejo de una Sesión de Mediación

Disposición de los asientos

- Se recomienda que los asientos sean distribuidos de manera tal que tanto los mediadores como los representantes de los grupos invitados puedan mantener un permanente contacto visual.
- Si se optara por ubicar a los participantes uno frente del otro, se podría generar un clima hostil. Del mismo modo, ubicar al mediador al frente de la mesa de negociaciones, puede ser interpretado como asignación de autoridad lo cual también dificultaría la mediación.
- Una disposición circular asegura no sólo el equilibrio en la exposición de los diversos puntos de vista, sino también el que el contacto visual entre los participantes se mantenga a lo largo de toda la negociación.

Desarrollo de la sesión

- Se recomienda definir el problema, desde el principio y con franqueza, desde las distintas perspectivas. Este procedimiento requiere que a los grupos involucrados se les proporcione una explicación de la razón de dichos puntos de vista.

- Es importante considerar tanto problemas reales como de percepción.
- Una vez que las dos perspectivas han sido expuestas, los participantes confirman la precisión de sus perspectivas. Esto despeja cualquier duda acerca de la manera en que el conflicto es visto por los grupos.
- Los grupos entonces están en condiciones de aproximarse a posibles soluciones. Para que esto se logre, conviene iniciar la negociación tratando temas puntuales que los participantes puedan resolver fácilmente. De manera gradual se van introduciendo temas de fondo, ampliando las áreas que tengan en común.

Papel del personal y/o consultores

- El papel primordial del mediador es ofrecer posibles vías de solución a los conflictos planteados. Cuando el mediador no es parte del conflicto, sus propuestas serán mejor aceptadas por ambos grupos.
- Se puede considerar como mediador a un miembro del personal o a un concejal; o bien, a un(a) líder de confianza de la comunidad.
- Se puede requerir a otro miembro del personal para que ofrezca información técnica durante la sesión.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.**
- **Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.**

Pasos a seguir tras la Sesión de Mediación

- Es útil preparar un resumen de los eventos con la finalidad de que las partes verifiquen sus posiciones y cualquier acuerdo que se pueda presentar.
- Un informe señalando los resultados de la sesión debe ser presentado al consejo para su revisión.
- Puede que no se requiera una notificación pública de los resultados por razones de confidencialidad. Esto deberá ser decidido por los grupos involucrados.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso de planificación, manejo y seguimiento de una **Sesión de Mediación** normalmente requiere 2 1/2 semanas.
- Se requieren dos semanas para enviar invitaciones a las partes involucradas.
- En este tiempo se puede identificar los distintos asuntos de las partes involucradas.
- Si es necesaria una capacitación del personal, ésta debe llevarse a cabo durante este tiempo.
- Se requiere un día para establecer y dirigir la sesión que puede durar de dos a tres horas.
- Las actividades de seguimiento pueden tomar dos días más.

Presupuesto para una Sesión de Mediación

Además del presupuesto destinado para el personal, a la hora de planear un programa de **Sesión de Mediación** se deben incluir varias partidas presupuestarias.

- Invitación de los grupos incluyendo los gastos de correo, si éste es utilizado como medio para hacer llegar las invitaciones.
- Costos de producción asociados con la elaboración de material: impresos, fotocopias, etc.

- Instalaciones: refrescos, equipo audiovisual, etc.
- Costos de producción del informe de seguimiento

¿Cuáles son algunos de los beneficios de una Sesión de Mediación?

- El uso de una **Sesión de Mediación** puede prevenir el estancamiento de una acción o proyecto propuesto.
- Con frecuencia las **Sesiones de Mediación** aclaran las fuentes de conflicto que normalmente provienen de la falta de comunicación o de malentendidos.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de una Sesión de Mediación?

- Las sesiones podrían ser vistas como una demora innecesaria en el proceso de toma de decisiones.
- El personal debe tener aptitudes para saber comunicarse y escuchar, y poseer habilidades para sobrellevar correctamente el conflicto.

Sinopsis de una Sesión de Mediación

Tiempo requerido	2 1/2 semanas
Costos de planificación y ejecución	Bajos
Personal requerido	Bajo
Nivel de conocimientos especializados requerido	Alto
Nivel de conocimientos requerido del público	Alto
Número de participantes	Bajo
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Baja
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Bajo
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Alta



Grupo de Ciudadanos Consejeros

¿Qué es?

Un **Grupo de Ciudadanos Consejeros** es otra herramienta de participación pública usada frecuentemente. Los grupos están conformados por un pequeño número de ciudadanos voluntarios (mujeres, hombres, jóvenes, personas de la tercera edad, etc.) quienes representan varios intereses, puntos de vista y áreas especializadas dentro de la comunidad. Los grupos pueden cumplir un gran número de roles y a menudo incluyen al público en el proceso de la toma de decisiones. Algunos de los roles más comunes son:

- Como un paso preliminar en definir un proceso de participación pública más amplio;
- Como indicador del apoyo del público a un plan propuesto antes de ser aceptado;
- Como una fuente de consejo técnico independiente;
- Como un cuerpo de revisión de políticas o procedimientos existentes y cambios recomendables;
- Como un cuerpo de toma de decisiones, encargado de administrar el desarrollo de una acción o política; y,
- Como organismo de control, para asegurar que la municipalidad cumpla con sus compromisos.

Lista de control para planear un Grupo de Ciudadanos Consejeros

Definición del propósito y el alcance del Grupo

- Mientras que el Grupo mismo será responsable de definir sus términos de referencia precisos, la municipalidad puede trazar grandes lineamientos para esos términos, incluyendo sus expectativas y el asunto que el Grupo abordará.
-

Selección de los miembros del Grupo

Hay tres métodos que son usados para seleccionar a los miembros:

- Los miembros pueden ser seleccionados directamente, ya sea por la municipalidad o por terceros imparciales, como un cuerpo local elegido, o por un comité de la municipalidad y los interesados pertinentes. Estos métodos ofrecen una simple y eficiente manera de balancear los diferentes intereses representados en la comunidad.
- Alternativamente, los miembros del Grupo pueden ser elegidos por miembros del público en las **Reuniones Públicas** organizadas específicamente para este propósito. Mientras que ofrece una gran oportunidad para el involucramiento de los ciudadanos en el proceso de selección, este método requiere de mucho tiempo y corre el riesgo de conducir hacia una sobrerepresentación de grupos de intereses específicos.
- Finalmente, la municipalidad puede definir los criterios de selección y hacer uso de los medios de comunicación locales para invitar a los residentes a proponer nombres de candidatos.

Independientemente del método que adopte, debe asegurarse que el Grupo cuenta con una representación equilibrada de mujeres y hombres al igual que de la diversidad de los residentes de la municipalidad.

Confirmación de los miembros del Grupo seleccionados

- Los candidatos seleccionados pueden ser formalmente notificados por escrito por lo menos dos semanas con anterioridad a la primera reunión del Grupo.
 - Limitando el Grupo a un máximo de 15 miembros impedirá que se convierta en un grupo difícil de manejar para poder organizarse y alcanzar acuerdos generales.
-

Selección y capacitación del personal

- Una sesión de orientación es apropiada cuando un miembro del personal es elegido para servir como Presidente o Miembro del Grupo Consejero. Cuando el Grupo está compuesto enteramente por ciudadanos, el personal jugará solamente el rol de apoyo. Alguna orientación básica sobre el rol del Grupo contribuirá a establecer relaciones positivas entre miembros del Grupo y el personal.

Preparación de información para el Grupo

- El personal municipal generalmente prepara paquetes de información, subrayando los asuntos que van a ser discutidos por el Grupo, enviándolos con tiempo para la primera reunión. También se requerirán paquetes de información para cualquier reunión subsiguiente.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Garantice que, donde sea posible, los datos se desagreguen por género, raza, edad, ingreso, origen étnico y otros factores socioeconómicos pertinentes.**
- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**
- **Programe las reuniones a distintas horas del día y no sólo por las noches. Puede que las mujeres se resistan más a salir de noche y tienen numerosas responsabilidades familiares a esas horas.**
- **Garantice la seguridad de los eventos de consultas, como por ejemplo, que haya zonas iluminadas, acceso fácil al transporte público, etc.**
- **Otorgue apoyo práctico para ayudar a las mujeres, a los residentes de bajos ingresos, a las personas con ingresos fijos, etc., a asistir a las reuniones. Los apoyos pueden incluir: subsidios al transporte, cuidado de los niños, servicio de traducción, edificios accesibles a las mujeres y hombres discapacitados, y alimentos que tengan en cuenta las restricciones dietéticas por cualquier número de razones.**

Lista de control para manejar un Grupo de Ciudadanos Consejeros

Aclarando el rol del Grupo y los procedimientos

- La primera reunión del Grupo puede ser usada para aclarar varios aspectos de su propósito y procedimientos.
- El presidente puede ser elegido entre los miembros del Grupo, en lugar de tener a alguien designado por la municipalidad.
- El presidente es regularmente alguien que puede alentar los debates en grupo y trabajar para llegar a un acuerdo general.
- El Grupo puede escoger entre llegar a un consenso en lugar de tener que votar para decidir los asuntos.
- El Grupo también puede llegar a acuerdos sobre asuntos como la confidencialidad de cualquier material proporcionado al grupo, porque es más que seguro que tendrán que ser cambiados antes de hacerlos públicos.

Horario de las reuniones

- Es mejor decidir si el horario que se dará a las reuniones va a ser en fechas fijas, o si se convocarán únicamente cuando sean necesarios.
- Dependiendo del asunto, un Grupo se puede reunir con la frecuencia de cada semana, o no tan frecuente como una o dos veces al año.

El papel del personal

- El rol del personal es proporcionar apoyo al Grupo con la preguntas que necesiten un estudio posterior.
- El personal puede también asumir como su tarea el mantener archivadas las actas del Grupo.

Pasos a seguir tras la reunión del Grupo de Ciudadanos Consejeros

- Las actas de las reuniones pueden ser usadas para preparar un informe para el personal o el Concejo.
- El informar al público de todos los resultados, especialmente los comentarios finales del Grupo, mantendrá al público al día del progreso del Grupo. Esto asegurará que el grupo refleje las opiniones del público y que éste adquiera los conocimientos necesarios a la par que el Grupo.

Planificación del tiempo requerido

- Dependiendo de la manera en que los miembros del Grupo hayan sido seleccionados, el proceso entero para la iniciación de la primera reunión del Grupo requerirá un mínimo de tres semanas, y un máximo de seis semanas. Reuniones subsiguientes requerirán aproximadamente una semana para prepararlas, llevarlas a cabo y continuarlas.

Sinopsis de un Grupo de Ciudadanos Consejeros

Tiempo requerido	3-6 semanas
Costos de planificación y ejecución	Moderados
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Moderado
Nivel de conocimientos requerido del público	Alto
Número de participantes	Bajo
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Alta

- Asegúrese que haya igual representación de mujeres como de hombres, a menos que el grupo se haya establecido específicamente para impulsar la participación e inclusión de las mujeres. Puede que también los grupos de jóvenes y de personas de la tercera edad deseen contar con participantes dedicados a sus experiencias en particular.
- Asegúrese también que las mujeres y hombres provenientes de grupos de residentes marginalizados y de bajos ingresos estén representados en los Grupos de Consejeros.
- Dos días son requeridos para el trabajo preparatorio inicial, como el determinar el tipo de Grupo, escoger un método para la selección de los participantes, seleccionar el personal de apoyo, y hacer los arreglos para tener una sala de reuniones en el Ayuntamiento. Esta etapa puede incluir la selección de miembros de Grupo donde son identificados por la municipalidad o por terceros.
- Dos semanas y media adicionales son requeridas si el proceso de selección comprende anuncios a través de los medios de comunicación dirigidos a atraer propuestas de los residentes. Tres semanas y media pueden ser requeridas si el proceso de selección comprende una **Reunión Pública**.
- Una vez que los candidatos son seleccionados, son necesarias dos semanas completas para notificar y confirmar a los miembros del Grupo.
- Durante este tiempo, una semana puede ser dedicada a preparar información para el Grupo y proporcionar cualquier orientación y capacitación necesarias para el personal.
- Una vez que los miembros del Grupo han sido confirmados, un día completo es requerido para armar y manejar cada reunión, incluida la reunión misma que requiere de dos a tres horas.
- Dos días son luego requeridos para el seguimiento de actividades entre cada reunión, y después de la reunión final.
- Las reuniones subsiguientes requerirán aproximadamente de una semana para preparar, realizar y hacer el seguimiento.

Presupuesto para un Grupo de Ciudadanos Consejeros

Además del personal, otros aspectos presupuestales deben ser incluidos cuando se planea un **Grupo de Ciudadanos Consejeros**.

- Notificar al público, (si fuera necesario) inclusive con avisos en los medios de comunicación locales.
- Llevar a cabo una **Reunión Pública** (si fuera necesario).
- Costos de producción asociados a la preparación de folletos, presentaciones previas a cada reunión.
- Los locales y operaciones, incluyendo el alquiler del local y refrescos para cada reunión.
- Gastos de los miembros del grupo, incluyendo viajes locales, guardería y comidas para cada reunión.
- Los costos de producción del informe de seguimiento y pagos de avisos al público para cada reunión.
- El informe final y su publicación.
- Una gran parte de los costos asociados con un **Grupo de Ciudadanos Consejeros** depende del número de sus reuniones.
- Decidir cuáles son los costos asumidos por la municipalidad y cuáles, si hubiesen, serán asumidos por los miembros del Grupo, evitará posibles conflictos y confusiones.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Grupo de Ciudadanos Consejeros?

- Los miembros del Grupo tienen la oportunidad de estar mejor informados acerca de los asuntos antes de llegar a conclusiones, y tener una mejor idea de las consecuencias de sus decisiones.
- La municipalidad se beneficia de la pericia, conocimientos y experiencia de las mujeres y hombres en el Grupo.

- La municipalidad gana una percepción del punto de vista del público, luego de un análisis exhaustivo de la situación.
- Los **Grupos de Ciudadanos Consejeros** pueden ser un enlace de comunicación muy útil con la comunidad que representan.

¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un Grupo de Ciudadanos Consejeros?

- Hay un riesgo de que el Grupo no sea percibido como representante adecuado del público en general o de los residentes afectados por la propuesta.
- Es muy importante mantener abierto y visible al público el proceso del Grupo, de modo que cuando sus recomendaciones finales sean presentadas, el público crea en ellas.
- Dependiendo del tiempo dado al Grupo, los costos pueden convertirse en considerables y el tiempo de personal requerido puede crear una situación de presión en los recursos del personal.
- Dependiendo de los métodos escogidos para seleccionar a los miembros del Grupo, puede tomar mucho tiempo su integración.



Referéndum

¿Qué es?

Un **Referéndum** es el proceso mediante el cual se le ofrece al público la posibilidad de decidir a través de un voto general. El **Referéndum** es legislado por el Gobierno Provincial. Existen dos tipos de **referéndums**: aquellos donde los resultados son vinculantes jurídicamente y requieren del Consejo para sustentar o rechazar un estatuto. Los residentes inician este tipo de **Referéndum** y requiere un número mínimo de firmas de residentes para ser iniciado. Se aprueba el estatuto cuando no se obtiene el número mínimo de firmas. El segundo tipo de **Referéndum** es aquel en el que el Consejo de la Municipalidad puede utilizar los resultados para calibrar la opinión pública. Los resultados de este tipo de **Referéndum** no son vinculantes jurídicamente para la Ciudad.

Lista de control para la planificación de un Referéndum

Identificación del público objetivo

- La audiencia adecuada involucrada en el **Referéndum** dependerá de si el reciente estatuto aprobado afecta a la municipalidad entera o a áreas específicas dentro de dicha municipalidad.
- La audiencia adecuada incluye los residentes, en edad legal de vota, afectados por el estatuto en las áreas relevantes.

Inicio de los referéndums

- Los nuevos estatutos de zonificación son anunciados en el periódico local, notificando al público que los votantes cualificados pueden requerir que el estatuto sea sometido a **Referéndum**.
- El aviso indica las condiciones para ser un votante cualificado y el número mínimo de firmas necesario para iniciar un **Referéndum**. El aviso indica también la ubicación, la fecha y la hora en la que un registro abrirá las puertas a los residentes interesados en solicitar un **Referéndum**.

- El aviso debe ser publicado con ocho días de antelación a la apertura del registro.
- El registro normalmente se abre por un día entero, entre las 9.00 a.m. y las 7.00 p.m.
- Los votantes cualificados pueden consultar el estatuto propuesto en la sala de la municipalidad durante horas de servicio y durante las horas del proceso de registro.
- Los residentes en edad de votar que deseen iniciar un **Referéndum** proporcionan su nombre, dirección y firma en el registro.
- Los resultados del registro se proporcionan al Consejo.

Preparación de la lista de votantes

- Una lista deberá ser proporcionada una vez que se recojan las firmas requeridas.
- Se solicita que los residentes corroboren que sus nombres aparecen en las listas.
- En caso que el nombre de algún residente no apareciera en la lista, se le deberá indicar el procedimiento adecuado a fin de efectuar la incorporación.

Selección del lugar, fecha y hora

- El tiempo y duración de un **Referéndum** está designado en la legislación, la cual usualmente requiere que se lleve a cabo en un plazo de 90 días desde la fecha de adopción del estatuto, y que se fije un horario de entre 9:00 a.m. y 7:00 p.m.
- En general, se escoge un día para el referéndum en que se pueda convocar al mayor número de votantes.
- Los recintos de votación son ubicados, por lo general, en lugares conocidos y de fácil acceso al público, como son las escuelas, bibliotecas, iglesias, ayuntamientos o centros comunitarios. Estos lugares deben ser lo suficientemente espaciosos, a fin de evitar muchedumbres.

Notificación al público

- Aquellas personas registradas en la lista del referéndum reciben una notificación diez días antes de la fecha de la elección, en la cual se indica cuál será el estatuto sujeto a votación, la fecha y el lugar en que se puede consultar el estatuto, el día, fecha y lugar de la votación, y finalmente, el día y hora en que los resultados serán anunciados.
- Se publicarán anuncios en el periódico y también se podrán enviar directamente a los residentes incluidos en la lista de votantes.
- El anuncio debe incluir un mapa del área afectada. La elegibilidad de los votantes se limita a aquellos que vivan en el área en cuestión.
- Además de la publicación de anuncios, las diversas coaliciones que promueven ya sea el voto a favor o en contra, pueden realizar visitas domiciliarias y elaborar **Publicaciones Informativas**.

Selección y capacitación del personal

- El personal que se requiere es el mismo que el de un proceso de votación formal. Estos incluyen un/a director/a de escrutinio y personal de apoyo para vigilar la totalidad del proceso.
- Además, en cada centro electoral deben estar presentes un monitor y un secretario de papeletas electorales.
- La legislación delimita las tareas específicas del personal.

Consejos sobre la manera de ser incluyente

- **Asegúrese de que la información se proporcione en lenguaje sencillo y claro.**
- **Practique estrategias proactivas y trate de llegar a las mujeres y a las mujeres y hombres marginalizados para asegurarse de incluirlos.**

Preparación del tema en cuestión

- El tema en cuestión es preparado y aprobado por el Consejo de la Municipalidad.
- Si el tema en cuestión es claro y fácilmente entendido ayudará a hacer legítimos los resultados del **Referéndum**.

Preparación de información para el público

- El Consejo puede concretar un presupuesto para fines de comunicación.
- Se debe entregar a cada recinto electoral una lista impresa de votación con sus respectivas instrucciones.
- Una vez que las papeletas electorales son impresas, se debe registrar el número exacto de las mismas.

Lista de control para el manejo de un Referéndum

Arreglando la sala

- La legislación detallará los requisitos para el salón de votaciones.
- El salón de votaciones deberá ser accesible a personas con discapacidades físicas.

El rol del personal/consultores

- Un referéndum es como cualquier elección, donde se requiere de un Director de escrutinio y de personal de apoyo.
- En cada recinto electoral deberá estar presente un miembro del personal pagado.
- Una vez que se termina el periodo de votación, un monitor de papeletas electorales contabiliza los votos bajo la supervisión de un secretario. Cada monitor de papeletas electorales colocará los resultados en un sobre sellado que entregará directamente al Director de escrutinio.

Pasos a seguir tras el Referéndum

- Los resultados del **Referéndum** se anuncian públicamente.
- El Consejo acata el resultado del **Referéndum**, ya sea para aceptar o rechazar el estatuto propuesto.

Planificación del tiempo requerido

- El proceso debe empezar dentro de los tres meses (90 días) de la presentación del estatuto propuesto.
- Se requieren dos semanas para iniciar el **Referéndum**, incluyendo la notificación al público sobre la necesidad de firmar el registro.
- En dos o tres días se prepararan los anuncios del **Referéndum**.
- Se requiere hasta de tres semanas para preparar y finalizar una lista de votantes del **Referéndum**.
- En una semana se prepara y aprueba el tema principal del **Referéndum**.
- Se requieren dos semanas para hacer publicidad al **Referéndum**.
- Las actividades de seguimiento requerirán por lo menos una semana entera.

Sinopsis de un Referéndum

Tiempo requerido	4-5 meses
Costos de planificación y ejecución	Moderados
Personal requerido	Alto
Nivel de conocimientos especializados requerido	Bajo
Nivel de conocimientos requerido del público	Moderado
Número de participantes	Alto
Habilidad para llegar a un gran sector del público	Alta
Nivel de conocimientos adquirido por el público	Alto
Utilidad en adquirir retroinformación del público	Alta

Presupuesto para un Referéndum

- Los costos relacionados al **Referéndum** pueden variar enormemente. Éstos se basarán tanto en la extensión del área como en el tema que se trate.
- El presupuesto es sometido a votación por parte del Consejo para ayudar a financiar el **Referéndum** y los gastos de comunicaciones.

Además del presupuesto destinado para el personal, los siguientes son los costos que normalmente genera un **Referéndum**:

- La información al público para que inicie el **Referéndum**, y el **Referéndum** en sí.
- Costos de producción asociados con la elaboración de papeletas electorales.
- Personal y consultores adicionales requeridos para supervisar el proceso de la votación.
- Instalaciones: alquiler del lugar
- Costos de producción del informe de seguimiento
- Anuncios de seguimiento dirigidos al público.

¿Cuáles son algunos de los beneficios de un Referéndum?

- Un **Referéndum** es un recurso democrático que permite a todos los residentes tomar parte en el proceso de toma de decisiones.
- El resultado del proceso es definitivo y concluyente.

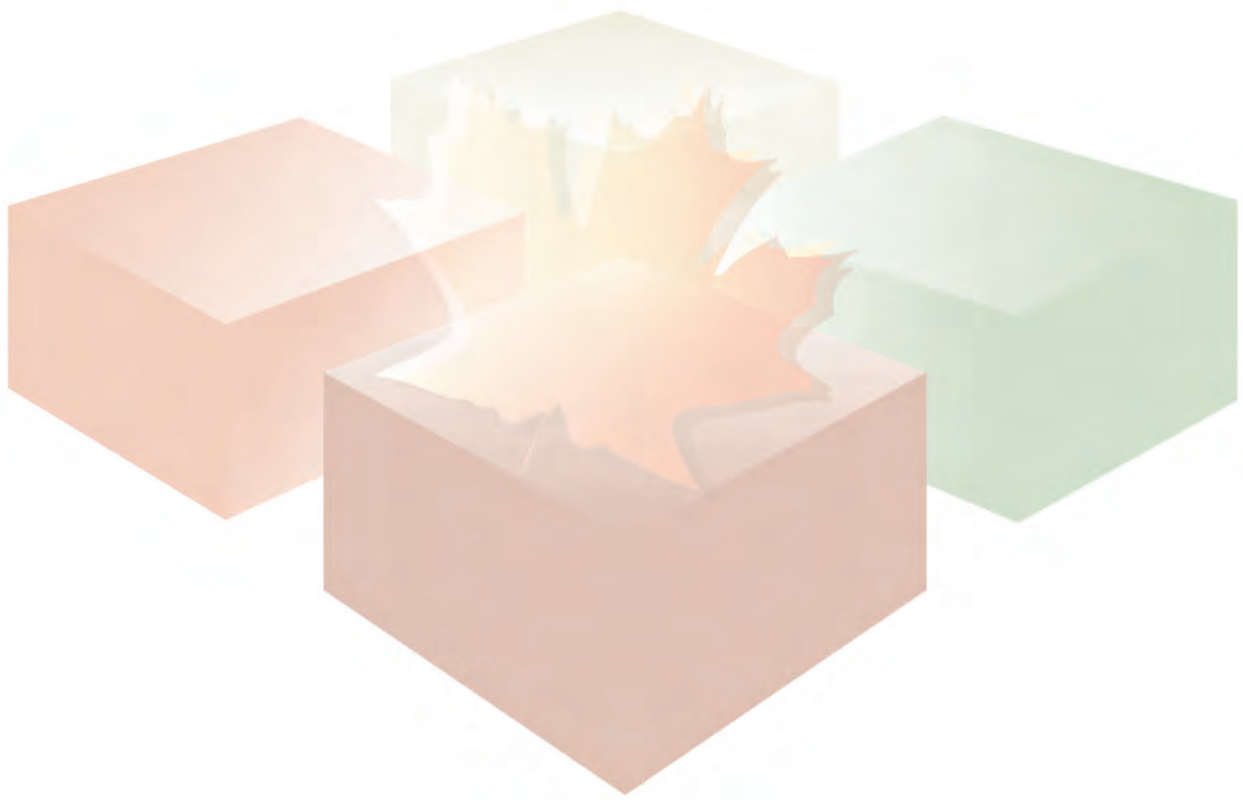
¿Cuáles son algunas de las limitaciones de un Referéndum?

- Los costos y el tiempo comprometido asociados con un **Referéndum** son considerables.
- Se necesitan importantes recursos de personal para llevar a cabo un **Referéndum**.
- Puede que los resultados de un **Referéndum** produzcan divisiones, puesto que hay muy poca posibilidad para consultar y formar consenso.

Hojas de trabajo

Cada una de las tres hojas de trabajo incluidas en esta sección, proveen una revisión de los pasos básicos necesarios en el planeamiento y ejecución de un instrumento de participación. Cada hoja de trabajo incluye también sugerencias y notas recordatorias, puestas con la intención de promover la conceptualización del instrumento en el contexto propio de cada municipalidad. Las realidades específicas de su propia municipalidad requerirán, frecuentemente, diferentes formas de hacer uso de estos instrumentos.

Con la variedad de instrumentos incluidos en esta sección, se pretende reflejar los diferentes propósitos de la participación pública. En la Preparación de una Publicación Informativa (hoja de trabajo 1) se trata principalmente de la difusión de información al público; Planificación de una Reunión Pública (hoja de trabajo 2) está enfocada en el intercambio de información con los miembros del público; y Organización de un Grupo de Ciudadanos Consejeros (hoja de trabajo 3) muestra cómo situar a los miembros del público para que puedan proporcionar asesoría formal.



Hoja de trabajo 1 – Preparación de una publicación informativa

1. Propósito

En la preparación de una Publicación Informativa, el primer paso es identificar el propósito por el cual dicha publicación podría ser usada en su Ciudad.

Los papeles típicos desempeñados por una Publicación Informativa son los siguientes:

- Informar al público sobre un tema
 - Notificar al público acerca de un evento a realizarse
 - Incentivar la retroinformación del público
 - Otros propósitos
-
-
-
-

2. Temas

Temas que retomará la Publicación Informativa

¿Es la Publicación Informativa adecuada al tema a tratarse? Hay que tomar en cuenta que:

- Las Publicaciones Informativas contribuyen a reducir la mala comunicación y desconfianza del público sobre agendas ocultas.
 - Las Publicaciones Informativas pueden mejorar la perspectiva que los residentes tienen de su rol en el proceso, con lo cual aumenta su nivel de participación.
 - Mientras que este instrumento es el mejor medio para informar, son muy limitadas las oportunidades que ofrece para recibir retroalimentación del público.
 - Los costos podrían ser significativos si para su publicación se contratara a un editor.
-
-
-
-

3. Público

Seleccionar el público al que va dirigida la publicación

En la selección del público, tome en consideración los siguientes grupos:

- El público en general
- Residentes de un área geográfica específica que está siendo afectada por una propuesta en particular
- Grupos de interés especial afectados por una propuesta en particular
- Grupos o comunidades que normalmente no participan en la toma de decisiones, entre ellos:
 - Mujeres en toda su diversidad
 - Ancianos y jóvenes
 - Comunidades lingüísticas y racializadas y otras mujeres y hombres marginalizados
 - Comunidades de bajos ingresos
 - mujeres y hombres discapacitados
 - mujeres y hombres de las comunidades de las Primeras Naciones

Considere la preparación de una lista de comunidades u organizaciones que recibirán la Publicación Informativa:

4. Contenido

Preparación del contenido de la publicación

Una Publicación Informativa incluye habitualmente, el siguiente contenido:

- Descripción del historial de la problemática
- Datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc.
- El lenguaje usado respeta la sensibilidad de las mujeres y comunidades marginalizadas y a la vez incluye a las mujeres y a dichas comunidades.
- El lenguaje es claro
- Razones para que el público participe en el proceso de consulta
- Descripción del proceso de participación
- Identificación de eventos planificados, fechas y horas
- Informe de los avances en el proceso de participación
- Estar al día en las decisiones y acontecimientos de gran importancia en el proceso
- Información de contactos para las municipalidades

5. Formato

Seleccionar un formato para la publicación

El formato elegido en particular dependerá del propósito, del asunto, el público y contenido, y estará definido con referencia al tiempo y presupuesto disponible:

- Artículos u hojas sueltas en el periódico de la comunidad o de la ciudad
- Boletín Municipal/Departamental
- Panfletos
- Boletines o comunicados de prensa
- Formato electrónico
- Otros formatos

Considerar la motivación para que el público proporcione retroalimentación como parte de la publicación a través de uno o varios métodos:

- Incluyendo hojas de comentarios o encuestas que los lectores puedan separar de la publicación
- Poniendo líneas telefónicas con el propósito de informar
- Proporcionando la dirección de los Tableros de Anuncios Electrónicos

6. Fecha

Seleccionar una fecha para la distribución de la publicación

Al seleccionar la fecha considere lo siguiente:

- Es mejor que la fecha en que se decide lanzar la información coincida con eventos clave que ocurren en el proceso.
- Cuando se usa una publicación para anunciar un evento consultativo, debería dejarse suficiente tiempo para preparar al público

- Asegúrese que también los grupos de idiomas específicos reciban comentarios y sugerencias, si es que fueron consultados
- Asigne más tiempo si se prevé la traducción a otros idiomas

Establecer el tiempo requerido

En la preparación de un plan de trabajo, tenga en cuenta los pasos siguientes. Considere presentar un número estimado de días o semanas para cada paso:

- Trabajo inicial de preparación _____
- Preparación del material escrito _____
- Tiempo de publicación _____
- Tiempo para la traducción _____
- Distribución _____
- Actividades de seguimiento _____

7. Actividades de seguimiento

Tomar en consideración varias opciones cuando una publicación ha proporcionado oportunidades de retroinformación del público:

- Asegurarse de que se reciban los cuestionarios llenados por el público
- Archivar los comentarios y sugerencias del público
- Identificar los comentarios en función del género, es decir, según los comentarios específicos realizados por mujeres y hombres
- Incluir los comentarios del público en la siguiente Publicación Informativa

8. Presupuesto

Preparación de un presupuesto

Considere los siguientes costos:

- Costos de publicación de un boletín
- Anuncios en los medios de comunicación si es que no se cuenta con donaciones en especie
- Costos de traducción
- Gastos de franqueo postal por envíos a los participantes seleccionados
- Gastos de franqueo postal prepagado, para que los participantes devuelvan los cuestionarios y tarjetas con sus respuestas
- Contratar a una editorial
- Personal adicional a medio o a tiempo completo

9. Financiamiento

Identificar las fuentes de financiamiento para una Publicación Informativa

Considerar una serie de mecanismos para costear los gastos:

- Fondos provenientes del departamento
- Fondos provenientes de otros servicios municipales
- Contribuciones en especies (servicios de voluntarios, local)
- Patrocinadores / donaciones en efectivo
- Fondos provenientes de altos sectores del gobierno
- Fondos de fuentes internacionales
- Otros _____

Hoja de trabajo 2 – Planificación de una reunión pública

1. Temas

El primer paso es definir el/los tema/s de discusión en la Reunión Pública

¿Es una Reunión Pública apropiada para este tema? Hay que tomar en cuenta que:

- Las Reuniones Públicas son uno de los métodos más usados para entrar en contacto y mantener la comunicación directa con grandes grupos de la población.
 - Las Reuniones Públicas ofrecen a las municipalidades la oportunidad de realizar una presentación formal a un gran sector de la población.
 - La cantidad de residentes y la formalidad de la reunión limitan la interacción con el personal municipal y por ende su participación.
-
-
-
-

2. Público

Seleccionar el público objetivo

Entre los sectores de público a considerar, se encuentran:

- El público en general
- Residentes de un área geográfica específica que está siendo afectada por una propuesta en particular
- Grupos de interés especial afectados por una propuesta en particular
- Grupos o comunidades que normalmente no participan en la toma de decisiones, entre ellos:
 - mujeres en toda su diversidad
 - personas de la tercera edad y jóvenes
 - comunidades lingüísticas y racializadas y otras mujeres y hombres marginalizados
 - comunidades de bajos ingresos
 - mujeres y hombres discapacitados
 - mujeres y hombres de las comunidades de las Primeras Naciones (o pueblos indígenas)

Considere la preparación de una lista de comunidades u organizaciones a invitar:

3. Lugar

Teniendo en mente el tipo de público, identificar los posibles lugares para una Reunión Pública

En la selección del lugar, tenga en cuenta los siguientes factores:

- Que le sea familiar al público
- La proximidad del lugar al servicio de transporte público
- La accesibilidad del lugar para las mujeres y hombres con diversas necesidades de desplazamiento
- La proximidad del lugar al proyecto propuesto

- El tamaño del lugar en proporción con el tamaño previsto del público
- La viabilidad de prestar servicios de guardería ahí mismo

Considerar la preparación de una pequeña lista de posibles lugares:

4. Fecha

Seleccionar la fecha y hora de la reunión

Factores a considerar cuando se selecciona la fecha y hora:

- Tiempo suficiente para notificar al público
- Tiempo suficiente para orientar y/o capacitar al personal
- Flexibilidad suficiente para permitir la participación del público deseado
- Seleccionar la fecha y hora del día que convenga a los grupos que desee alcanzar, por ejemplo, es probable que las madres y los ancianos prefieran una reunión durante el día

Establecer el tiempo requerido

Al preparar un plan de trabajo tenga en cuenta los siguientes pasos. Considere presentar un número estimado de días o semanas para cada paso:

- Trabajo inicial de preparación _____
- Tiempo requerido para anunciar _____
- Tiempo de capacitación del personal adicional _____
- Organización del local de la reunión _____
- Tiempo de seguimiento _____

5. Personal de consulta

Asegurar una adecuada representación del personal en la Reunión Pública

En la selección del personal, hay que tomar en consideración los siguientes factores:

- Por lo menos uno o dos miembros del personal deben tomarse el tiempo necesario para prepararse, participar y darle seguimiento a la Reunión Pública
- El personal debe sentirse cómodo en la presentación al público y respondiendo a sus preguntas
- El personal debe estar familiarizado con los asuntos que afectan a los residentes
- Asegurarse que el personal esté integrado por hombres y mujeres
- El personal deberá tener experiencia trabajando con una amplia gama de comunidades
- ¿Habla el personal alguno de los idiomas que podría haber en el público?
- El personal a medio tiempo/consultores podría ayudar al personal permanente cuando fuese necesario

Proporcionar capacitación básica al personal

Un mínimo de capacitación puede comprender:

- Una introducción a los temas clave a discutir
- Descripción de la comunidad afectada y de los grupos involucrados
- Practicar cómo responder a las posibles preguntas que el público pudiera hacer

Considerar la preparación de una lista de preguntas que el público pudiera hacer durante la Reunión Pública:

6. Contenido

Preparar información para la reunión

Hay que tener en cuenta que la información debe identificar lo siguiente:

- Propósito del proyecto o de la propuesta
- Principales temas relacionados con el proyecto/propuesta
- Se deben proporcionar datos desagregados por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. para demostrar la manera en que la situación afecta a mujeres y hombres de manera distinta.
- Los miembros del equipo responsable del estudio o del proyecto
- Asegurarse que las mujeres y los hombres estén representados por igual.
- Asegurar que el proceso de consulta es inclusivo y que está dirigido a todos
- Los criterios pertinentes de evaluación usados por la municipalidad
- Pasos propuestos en el proceso de participación pública
- El rol del público en el proceso
- Opciones alternativas que están siendo consideradas

Considerar el formato o grupo de formatos que serán usados para presentar la información en la Reunión Pública:

- Presentación formal oral
- Acompañamiento audiovisual
- Resumen del informe
- Boletines de una página
- Afiches/material visual
- Otros _____

Considerar cualquier información adicional a ser proporcionada antes de la reunión:

- Distribuir paquetes de información a los residentes
- ¿Debe estar el material informativo en otros idiomas?
- Con anterioridad a la reunión, asegurar la cobertura del asunto por los medios de comunicación, incluyendo los que abarcan asuntos específicos de las mujeres y grupos étnicos
- Distribución de una publicación informativa

7. Publicidad

Notificar al público

Hay que tener en cuenta que los avisos son cortos y que generalmente hacen énfasis en los siguientes puntos:

- El tema a tratarse en la Reunión Pública
- La razón por la que el tema es importante para hombres y mujeres y la forma en que los afecta de manera diferente
- Por qué es necesario conocer la opinión del público
- Hora y fecha de la Reunión Pública
- El programa de la reunión

Considerar qué medios de comunicación serían los más apropiados para llegar al público objetivo:

- Periódicos locales
 - Boletines comunitarios
 - Radio, incluyendo la de la comunidad
 - Televisión
 - Boletines municipales/departamentales
 - Otros _____
-

8. La reunión

Dirigir la reunión pública

Mantenga en mente lo siguiente cuando realice la reunión pública:

- Pedir a miembros del público que dejen su nombre, dirección y o número de teléfono para luego poder contactarlos
- La disposición de los asientos para el personal y los miembros del público
- Duración y contenido de una presentación formal
- Oportunidad de retroinformación del público, incluyendo un período de preguntas y respuestas
- Asegurarse que tanto las mujeres como los hombres puedan tomar la palabra
- Definir claramente el rol del personal y representantes del proyecto
- Proporcionar información adicional
- Pedir a los participantes que llenen un cuestionario Asegurarse que el cuestionario solicita información sobre género, raza, grupo étnico, edad, escala de ingresos, etc., de modo que obtenga datos desagregados y pueda tener en cuenta diversas necesidades.

Pasos de seguimiento

Considerar las acciones a tomar una vez que la Reunión Pública haya finalizado:

- Llevar a cabo una reunión con el personal para evaluar la Reunión Pública
- Escribir el acta de la reunión incluyendo la retroinformación del público y desagregue los comentarios del público por género, raza, grupo étnico, edad, habilidad, etc.
- Asegurarse de que se reciban los cuestionarios llenados por el público
- Proporcionar un informe resumido de la reunión al personal y/o al Consejo y presente la retroinformación basándose en los datos desagregados
- Preparación de un aviso público con un resumen de la reunión
- Considerar la necesidad de una segunda reunión pública
- Considerar la posibilidad de hacer uso de un instrumento diferente o una combinación de ellos

9. Presupuesto

Preparar un presupuesto para el evento

Considere los siguientes costos:

- Publicidad
 - Costos de producción de la información y presentación
 - Traducción
 - Interpretación para las personas con insuficiencias auditivas
 - Costos de capacitación del personal
 - Personal adicional o consultores
 - Instalaciones: alquiler del local, refrescos, equipo audiovisual
 - Documentos de seguimiento y publicidad
 - Otros costos _____
-

10. Financiamiento

Identificar las fuentes de financiamiento para la reunión pública

Considerar una serie de mecanismos para costear los gastos:

- Fondos provenientes del departamento
- Fondos provenientes de otros servicios municipales
- Contribuciones en especies (servicios de voluntarios, local)
- Patrocinadores / donaciones en efectivo
- Fondos provenientes de altos sectores del gobierno
- Fondos de fuentes internacionales
- Otros _____

Hoja de trabajo 3 – Organización de un grupo de ciudadanos consejeros

1. Temas

La organización de un Grupo de Ciudadanos Consejeros requiere, como primer paso, definir el (los) asunto(s) a tratarse.

¿Es el Grupo de Ciudadanos Consejeros adecuado para tratar el tema en cuestión? Hay que tomar en cuenta que:

- Normalmente los Grupos están formados por un grupo pequeño de voluntarios de la comunidad representando una amplia gama de puntos de vista y áreas de pericias.
 - Los Grupos de Ciudadanos Consejeros pueden ser un enlace de comunicación muy útil con la comunidad que representan.
 - Se podría percibir que el Grupo de Ciudadanos Consejeros no representa adecuadamente al público en general o a los residentes afectados por una propuesta.
 - Dependiendo del tiempo que se le ha dado al Grupo, los costos pueden ser altos y el proceso puede crear problemas con los recursos de personal.
-
-
-
-

2. Creación del grupo

Decidir el papel del Grupo

Considerar las siguientes opciones cuando se defina el papel general del Grupo de Ciudadanos:

- Evaluar la opinión de las mujeres y de los hombres
- Caja de resonancia (que proporcione opiniones y reacciones en general)
- Un cuerpo independiente de revisión técnica
- Recomendar cambios en las políticas o procedimientos actuales
- Un grupo de dirección, para toma de decisiones
- Un grupo de vigilancia, que asegure la responsabilidad en la rendición de cuentas y la transparencia en la toma de decisiones por parte del personal municipal

Selección de los miembros del Grupo

El público representado por el Grupo dependerá del tema particular que se trate y podría incluir cualquiera de los siguientes:

- El público en general
- Residentes de un área geográfica específica que está siendo afectada por una propuesta en particular
- Grupos de interés especial afectados por una propuesta en particular
- Grupos o comunidades que normalmente no contribuyen en la toma de decisiones, incluyendo:
 - Ancianos y jóvenes
 - Comunidades lingüísticas y racializadas y otras mujeres y hombres marginalizados
 - comunidades de bajos ingresos
 - mujeres y hombres discapacitados
 - mujeres y hombres de las comunidades de las Primeras Naciones (o mujeres y hombres indígenas)

En gran medida, el Grupo será juzgado por la composición de sus miembros. Considere los siguientes métodos para la selección de un grupo que sea equilibrado y que tenga credibilidad:

- Que la municipalidad haga los nombramientos directamente
- Que haga los nombramientos una entidad de terceros neutral
- Que sean elegidos por el público asistente a una reunión pública
- Que sean nombrados por la municipalidad en base a nominaciones hechas por el público
- Asegurarse que el Grupo cuenta con una representación equilibrada de mujeres y hombres al igual que de la diversidad de los residentes de la municipalidad

Preparar una lista con criterios de selección para ser usada cuando se hagan los nombramientos o se busquen nominaciones para formar los Grupos:

3. Personal de consulta

Selección y capacitación del personal.

La capacitación del personal dependerá de su nivel de participación definido por el Grupo y podría incluir lo siguiente:

- La orientación básica sobre el papel del Grupo es pertinente cuando todos los miembros del Grupo son residentes.
- Una sesión de orientación comprensiva es pertinente cuando un miembro del personal es escogido para que ocupe la Presidencia del Grupo de Ciudadanos o actúe como miembro de él.

4. La reunión

Preparar la información para la primera reunión del Grupo.

Tenga en cuenta que el Grupo podría necesitar información técnica y de antecedentes, tal como:

- Propósito del proyecto o de la propuesta
- Principales temas relacionados con el proyecto/propuesta
- Desagregue los datos por género, raza, edad, ingreso, condición, etc. para demostrar la manera en que la situación afecta a mujeres y hombres de manera distinta
- Miembros del equipo de estudio
- Cualquier criterio de evaluación pertinente usado por la municipalidad
- Pasos propuestos en el proceso de participación pública
- El papel del Grupo en el proceso
- Opciones alternativas a considerarse en el proceso

Determinación del programa para la primera reunión

Considerar la inclusión de algunos de los siguientes puntos en el programa para la primera reunión:

- Elegir al presidente de entre los miembros del Grupo
- Determinación del proceso de votación
- Aclaración de los términos de referencia del Grupo
- Definición del papel del personal de la municipalidad
- Reglamentos de confidencialidad del material otorgado al Grupo
- Reglamentos de financiamiento por los gastos en que incurran los miembros del Grupo
- Horario de futuras reuniones

Actividades de seguimiento

Varias opciones pueden ser consideradas una vez que la reunión del Grupo haya tenido lugar:

- Las actas de las reuniones pueden ser usadas para preparar informes para el personal o el Concejo
- Las Publicaciones Informativas pueden ser usadas para mantener al público al tanto de los progresos del Grupo
- Poner especial cuidado en proporcionar al público en general la oportunidad de revisar y evaluar cualquier recomendación dada por el Grupo

5. Fecha

Establecer el tiempo requerido

Al preparar un plan de trabajo tenga en cuenta los siguientes pasos. Considere presentar un número estimado de días o semanas para cada paso:

- Trabajo inicial de preparación _____
- Selección de los miembros _____
- Confirmar la participación de los miembros _____
- Información para la primera reunión _____
- Tiempo de capacitación para el personal adicional _____
- Apoyo para la primera reunión _____
- Tiempo de seguimiento _____

6. Presupuesto

Preparación del presupuesto

Considere los siguientes costos:

- Notificación al público
- Costos de una reunión pública
- Costos de información / presentación / producción (multiplicado por el número de reuniones)
- Gastos de los miembros (multiplicado por el número de reuniones)
- Costos de local (multiplicado por el número de reuniones)
- Costos de producción del informe de seguimiento
- Costos de publicidad dirigida al público
- Costos asociados con la extensión del mandato del Grupo

7. Financiamiento

Identificar las fuentes de financiamiento para el Grupo de Ciudadanos Consejeros.

Considerar una serie de mecanismos para costear los gastos:

- Fondos provenientes del departamento
- Fondos provenientes de otros servicios municipales
- Contribuciones en especies (servicios de voluntarios, local)
- Patrocinadores / donaciones en efectivo
- Fondos provenientes de altos sectores del gobierno
- Fondos de fuentes internacionales
- Otros _____

Recursos Adicionales

Bibliografía recomendada

Conner, Desmond M. 1994. Participación Constructiva de Ciudadanos: *Un Libro de Recursos*. Victoria, BC: Development Press. <http://www.islandnet.com/~connor/resource.html>

Creighton, J. 1992. *Haciendo participar a los ciudadanos en la toma de decisiones comunitarias*: Guía. Washington, DC: Programa para Resolver los Problemas Comunitarios. <http://www.ncl.org/ncl/pcps.htm>

Asociación de Normas Canadienses (ANC). 1996. Guía para la Participación Pública. Etobicoke, Ontario: Asociación de Normas Canadienses. <http://www.cssinfo.com/info/csa.html>

Graham, Katherine A. y Susan D. Phillips. Eds. 1998. *Compromiso de los Ciudadanos: Lecciones de Participación de los Gobiernos Locales*. Toronto, Ontario: Instituto Canadiense de Administración Pública. <http://www.ipaciapc.ca>

Instituto para Planeamiento y Dirección Participatoria (IPDP). 1993. *Guía de Participación de los Ciudadanos para Funcionarios Públicos y otros profesionales al Servicio del Público*. Monterey, California: IPDP. <http://www.ipmp-bleiker.com/>

Instituto de Reglamentos para Ciencia y Tecnología (IRCT). 1994. Participación Comunitaria en la Práctica: *Libro de Casos*. Murdoch WA, Australia: ISTP, Murdoch University. <http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Instituto de Reglamentos para Ciencia y Tecnología (IRCT). 1994. Participación Comunitaria en la Práctica: *Lista de control de Talleres*. Murdoch WA, Australia: Instituto de Reglamentos para Ciencia y Tecnología, Murdoch University. <http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Instituto de Reglamentos para Ciencia y Tecnología (IRCT). 1994. Participación Comunitaria en la Práctica: *Escuchando a todas las voces*. <http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Instituto de Reglamentos para Ciencia y Tecnología (IRCT). 1988. Participación Comunitaria en la Práctica: *Guía- Recurso de Participación Comunitaria para la participación Pública en el Proceso de Planeamiento*. <http://www.wistp.murdoch.edu.au/ABOUT/students.htm>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 1997. Libro sobre la Participación. <http://www.iadb.org/exr/english/POLICIES/participate/index.htm>

Kubiski, Walter S. 1992. *Participación de los Ciudadanos en los 90: Realismo, Dificultades y Oportunidades*. Winnipeg, Manitoba: Instituto de Estudios Urbanos, Universidad de Winnipeg. <http://www.uwinnipeg.ca/~ius/title.htm>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 1998. *Dando poder a la gente- Guía de Participación*. Nueva York, PNUD. <http://www.undp.org/csopp/paguide.htm>

El Banco Mundial. 1996. Libro de Recursos de Participación del Banco Mundial. El Banco Mundial, Washington DC. <http://worldbank.org/html/edi/sourcebook/sbhome.htm>

Recursos Bibliográficos en línea

Asociación Internacional para la Participación Pública (IAP2) <http://pin.org/iap2.htm>

Red de Participación Pública (PIN) <http://www.pin.org/>

Sistemas de Desarrollo Electrónico y de Información del Medioambiente (ELDIS) Página principal de participación <http://nt1.ids.ac.uk/eldis/pr/pra.htm>

Netpower! De cómo la Internet está cambiando la política: <http://www.us.net/indc/column2.htm>

Dirección de Planeamiento de la Tierra y los Recursos: Directrices de Participación Pública. <http://www.luco.gov.bc.ca/lrmp/guidelns.htm#APP2>

Participación Pública en Canadá: Desarrollo, Estatus actual y Tendencias. <http://www.islandnet.com/connor/ppcanada/ppcanada.html>