

Universidad Empresarial Siglo 21

Trabajo Final de Graduación
Proyecto de Aplicación Profesional

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

**Redes Institucionales, un medio para el crecimiento
de las Organizaciones No Gubernamentales:
Asociación Civil Podemos Hacer Algo.**

Alumna: María de la Paz Grandó
RPI 606

-2008-

Índice

1. Introducción	1
2. Tema	2
3. Justificación	3
4. Objetivo General de indagación	5
Objetivos Específicos de indagación	5
5. Marco Institucional	6
6. Marco de Referencia	12
7. Marco Conceptual	19
8. Diseño Metodológico de Investigación	31
9. Relevamiento de Datos	38
10. Consideraciones finales del Trabajo de Campo	45
11. Análisis de Factibilidad	49
12. Proyecto de Aplicación Profesional	51
13. Plan de Acción	52
14. Cronograma de Actividades	64
15. Presupuesto	65
16. Flujo de Caja	66
17. Evaluación	67
18. Conclusión	70
19. Bibliografía	72
20. Anexos	73

1. Introducción

El presente Trabajo Final de Graduación realizado como proyecto de aplicación profesional de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales de la Universidad Siglo 21, se enmarca en una organización no gubernamental, la Asociación Civil Podemos Hacer Algo, un centro de asistencia, orientación y prevención de delitos contra la integridad sexual. El tema a desarrollar será el establecimiento de vínculos institucionales con organizaciones afines a la problemática de los delitos sexuales.

En la primera etapa de este trabajo el lector encontrará el tema de abordaje, su justificación enmarcada en el contexto de las Organizaciones no gubernamentales y la necesidad de intervención de un profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales. Luego se expondrán los objetivos de Indagación que permitirán establecer un diagnóstico.

También se presentan, dentro de un marco institucional, los antecedentes, estructura y actividades de la Organización Civil Podemos Hacer Algo, junto a un marco teórico y de referencia de los conceptos utilizados en este trabajo. Luego, el lector encontrará el diseño metodológico que proporcionará la información necesaria para el logro de los objetivos.

La investigación será de tipo exploratoria y descriptiva, para realizarla se harán entrevistas en profundidad a directivos de la Asociación, y se confeccionará también un mapa de públicos de organizaciones afines a nivel nacional, los datos extraídos serán evaluados de forma cualitativa y cuantitativa permitiendo un análisis profundo y global del tema en estudio.

En última instancia, una vez detectada la problemática, se elaborará un plan de acción con estrategias de comunicación tendientes a la generación de vínculos institucionales entre la Asociación Civil Podemos Hacer Algo y organizaciones afines a nivel nacional.

2. Tema:

**Redes Institucionales, un medio para el crecimiento
de las Organizaciones No Gubernamentales:
Asociación Civil Podemos Hacer Algo.**

3. Justificación

En Argentina, en los últimos años se ha observado un creciente aumento de organizaciones sociales promoviendo acciones que intentan, desde diferentes ámbitos, cambiar las realidades adversas de sus comunidades.

Para que los esfuerzos de estas organizaciones sean exitosos, tengan trascendencia y perduren, es necesaria la generación de proyectos sustentables y compartidos, tanto en la ejecución de las acciones para alcanzar los objetivos, como en la unión de capacidades y convicciones.

Esta vinculación entre instituciones que comparten preocupaciones comunes, implica necesariamente pensar en las características de las organizaciones, en su capacidad de articulación para la generación de proyectos conjuntos y en su capacidad de comunicación, siendo esta última la clave del éxito en la lógica de las redes Institucionales.

Frente a la reciente obtención de personería jurídica de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo N° 361 "A"/07, (Ver Anexo IV y V, Estatuto y Acta de constitución respectivamente) surge la necesidad de intervención en el área de comunicación, con el fin de introducir a la misma en el Tercer Sector para generar alianzas, articular recursos, compartir información, conocimientos y experiencias con organizaciones relacionadas a la temática que se trata en la Organización.

Para lograr que las relaciones establecidas y por establecer sean exitosas, se debe conocer con precisión lo que se quiere comunicar, a quién y las formas en que se va a realizar; no es casual que la comunicación sea la herramienta facilitadora de estos procesos; es aquí donde las Relaciones Públicas cumplen un rol fundamental.

Estas condiciones indican que el profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales es la persona más idónea para llevar a cabo esta tarea, diseñando estrategias de comunicación, orientadas a generar relaciones recíprocas y confiables entre la organización y su público objetivo, en este caso la gestión de la generación de vínculos institucionales de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo con organizaciones relacionadas a la temática de Asistencia, Orientación y Prevención de Delitos contra la Integridad Sexual.

4. Objetivo General de Indagación

Detectar y evaluar las necesidades de establecer vínculos institucionales de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo, a los fines de tender redes con organizaciones relacionadas a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

4.1 Objetivos Específicos de Indagación

1. Identificar los tópicos que forman parte de la problemática de delitos contra la integridad sexual.
2. Indagar acerca del establecimiento de vínculos institucionales con organizaciones afines a la problemática que trata la organización.
3. Identificar organizaciones nacionales relacionadas a la problemática que trata la Asociación Civil Podemos Hacer Algo.
4. Identificar y caracterizar organizaciones nacionales con las cuales la Asociación Civil Podemos Hacer Algo debería tender vínculos.

5. Marco Institucional

5.1 Historia de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo

“Una madre recorre de noche el parque más grande de la ciudad de Córdoba para matar al hombre que violó a su hija. Un fiscal desesperado sospecha de los taxistas, los comisionistas, los técnicos en informática, los albañiles. Alguien propone contratar profesionales para enviarlas como carnada a las garras del psicópata. En la intimidad de su hogar, una mujer no puede creer que el hombre que todo el país busca, sea su marido...” (Watson; 2005: 2)

Esta es la historia policial argentina con mayor repercusión de la última década: durante trece años un solo hombre violó a casi un centenar de jóvenes en algunas de las zonas más céntricas y concurridas de la ciudad de Córdoba.

Marcelo Mario Sajen, fue un fantasma que atemorizó a toda una provincia durante años, hasta que en el año 2004, lo que venía siendo un caso más de delitos sexuales, se transformó en un problema político, en una noticia nacional. Fue en Agosto de ese mismo año cuando una de sus víctimas decidió escribir un e-mail con el fin de alertar a la sociedad de lo que estaba ocurriendo, la forma en que actuaba y los lugares donde interceptaba a sus víctimas. (Ver e-mail en Anexo I).

“La carta recorrió el país y el mundo vía e-mail, alertando, informando y previniendo a todas las potenciales víctimas de este tipo de delitos que atentan contra la integridad sexual de las personas.

La respuesta de la gente fue inmediata, solidaria y comprometida. Gracias a eso descubrimos que no estábamos solas, que existen personas con la misma preocupación, responsabilidad y predisposición que nuestro grupo.

Comenzamos a trabajar en conjunto con cada una de las víctimas que nos contactaban con el fin de proporcionarles la contención e información necesaria

para que se hiciera justicia, para que pudieran recibir un tratamiento psicológico adecuado, para que sus historias no quedaran en el olvido.” (Carpeta de Identidad Institucional de la Asociación. Ver Anexo II).

Al poco tiempo comenzaron a organizar marchas reclamando seguridad y justicia, lograron que se proporcionara a los estudiantes un servicio de transporte gratuito para ciudad universitaria, se ordenó la realización de un banco de datos de toda la fuerza policial y la penitenciaria.

Pero lo más importante es que lograron que se identifique y se capture a un delincuente que se mantuvo impune durante trece años, que en el transcurso de ese tiempo pasó desapercibido y sació su enfermedad con casi cien víctimas.



Una de las marchas organizadas por el grupo, en pedido de justicia y seguridad.



El 28 de Diciembre del 2004, el Gobernador de la Provincia de Córdoba José Manuel de la Sota, en una conferencia de prensa, realizó un pedido de captura nacional para Marcelo Mario Sajen. Finalmente horas después lograron capturar al hombre más buscado del país. Dos días después, murió tras su intento de suicidio.

“...la pesadilla había terminado, sentíamos alivio, una promesa se había cumplido, el agotamiento de esos cuatro meses de euforia se hacia notar y se aproximaba un descanso merecido (...) Una historia se cerraba, pero nacía una enorme responsabilidad en cada una de nosotras. Nuestras voces se habían escuchado, cada vez mas personas se animaban a contar su historia. Nuestra lucha traía cambios y debía continuar” (Fragmento de nota realizada a la Presidenta de la Asociación en el suplemento “casos policiales” del diario Día a Día: domingo 4/11/2007)

Hoy Podemos Hacer Algo es una Asociación Civil destinada a la asistencia, orientación y prevención de delitos contra la Integridad Sexual. Acompañan a víctimas y familiares en el proceso terapéutico y judicial, realizan campañas de prevención en diferentes ámbitos de la sociedad para prevenir este tipo de ataques, informando qué hacer, qué no hacer y dónde acudir en caso de que ocurran.

5.2 Visión

Abordar la problemática de delitos contra la integridad sexual de las personas, a escala nacional y en convenio con otras organizaciones afines previniendo este tipo de delitos para lograr la disminución del índice de abuso sexual en el país.

5.3 Misión

Proporcionar orientación y asistencia pertinente a quienes hayan sido víctimas de este tipo de delitos, intentando disminuir la violencia sexual abordando esta problemática desde una visión interdisciplinaria, realizando acciones preventivas y otras tendientes a la promoción de la no-violencia.

5.4 Valores

- Compromiso: Porque sabemos que el dolor persiste, aún con el paso del tiempo.
- Confidencialidad: Porque tuvimos miedo. Porque necesitábamos confiar en alguien.
- Respeto: Porque entendemos la magnitud de las secuelas de una violación. Por que vivimos la revictimización.
- Eficiencia y Calidez: Porque fuimos víctimas de la inoperancia. Porque para alguien que sufre no hay tiempo de espera. Porque quien tiene contacto cercano con una víctima debe estar capacitado para hacerlo. Porque del tratamiento que reciba la víctima dependerá el tiempo para que deje de serlo.

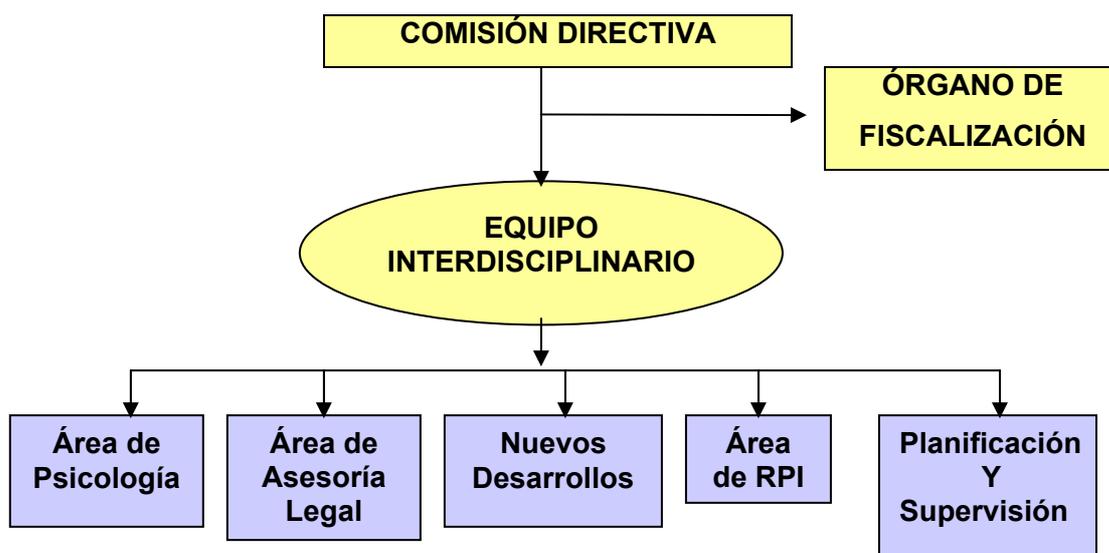
5.5 Actividades Organizacionales

- Proporcionar orientación, asesoramiento gratuito, abordaje psico-terapéutico, seguimiento social y contención psíquico-afectiva a víctimas de abuso sexual.
- Diseñar programas debidamente autorizados por el Estado Nacional y/o Provincial de rehabilitación para abusadores sexuales.
- Promover acciones que ayuden a reducir la incidencia de Abusos en la República Argentina,
- Proporcionar herramientas para reflexionar acerca de la violencia sexual y sus efectos educando a la comunidad en general sobre la prevención de la problemática de violencia sexual en todos sus ámbitos (Las tareas educativas revestirán el carácter de no formal.
- Fomentar la cooperación y el diálogo de todos los sectores sociales y políticos para la promoción de la no-violencia.
- Promover la generación de información acerca de la problemática de la violencia sexual.
- Brindar información respectiva a las distintas formas de prevención de delitos contra la integridad sexual.
- Dignificar la vida, el reconocimiento y respeto de los derechos humanos.
- Asesoramiento legal ad-honorem a víctimas y/o familiares de las mismas según la naturaleza del caso.
- Asesoramiento y asistencia gratuita en el proceso de denuncia.
- Diseño y establecimiento de estándares de procedimientos y protocolo para la atención de víctimas de delitos contra la integridad sexual.
- Diseño de instrumentos adecuados de registro de violencia sexual en diferentes instituciones.
- Articulación de acciones preventivas e informativas a nivel interinstitucional e intersectorial.
- Fomentar la capacitación y formación de los integrantes de esta asociación a los fines de concretar satisfactoriamente los objetivos.

Fuente: Estatuto de la Asociación Civil podemos Hacer Algo. (Ver Anexo IV)

5.6 Estructura Organizacional

El organigrama de la Asociación Podemos Hacer Algo establece cinco áreas de trabajo a partir de las cuales se intenta lograr el cumplimiento de la misión y los objetivos institucionales.



Fuente: Carpeta de Identidad Institucional. (Ver Anexo II)

6. Marco de Referencia

6.1 El Tercer Sector

“La sociedad argentina ha experimentado durante los años noventa el surgimiento y desarrollo de una gran cantidad y variedad de organizaciones no gubernamentales.” <http://www.salvador.edu.ar/csoc/idicso/docs/aongpp001.pdf> (28/11/2007). *“...la emergencia de estas organizaciones que existían con anterioridad, con la diferencia de que en este momento se presentan como alternativa para la promoción e implementación de políticas públicas y defensoras de los derechos de ciudadanía (social, política y económica).”* <http://www.comunidar.org.ar/caracterizacion.htm> (28/11/2007)

Estas organizaciones, destinadas a prestar un servicio específico frente a problemáticas presentes en sus comunidades, tuvieron una propagación tal que hace necesario enmarcarlas en un determinado fragmento de la sociedad.

En el momento de encontrar una definición del lugar que ocupan estas organizaciones en la estructura social, observamos una característica distintiva de estas organizaciones, una preocupación casi generalizada de distinguirse de dos grandes sectores: el Estado y el mercado, considerados el primer y segundo sector respectivamente. Podríamos decir entonces, que el conjunto de estas organizaciones se definen, no por lo que son, sino, por lo que no son.

Como bien lo explican Tobar y Fernández Pardo (2001), cuando se refieren al tercer sector como *“El conjunto de iniciativas autónomas y organizadas para la gestión y promoción de valores y bienes sociales. Como un tejido espontáneo de formas de organización que se autodefinen negativamente en relación al Estado (en tanto “no gubernamentales”) y en relación al mercado (en tanto “no lucrativas”). A simple vista se trataría, entonces de aquel espacio que resta de la suma de estos elementos, ocupado por una extensa y variada trama de asociaciones voluntarias tales como:*

- *Sociedades de fomento,*
- *Fundaciones,*
- *Colectividades,*
- *Clubes,*
- *Sociedades de beneficencia o caridad,*
- *Asociaciones Civiles, Etc.* (Tobar y Fernández Pardo; 2001: 42)

Sin embargo, el hecho de que sean organizaciones autónomas e independientes del Estado, no significa que se encuentren aisladas del sistema a la hora de implementar acciones, brindar servicios o gestionar recursos para su subsistencia.

“En cuanto a la relación que mantienen con el Estado es evidente que las organizaciones no gubernamentales, en cierto modo, han de relacionarse e interactuar con disposiciones de poder público (...) Las relaciones entre ellas pueden ser las siguientes:

- *Control y tutela, se trata de relaciones previstas en los marcos legales de otorgamiento de personería jurídica.*
- *Fomento, algunos recursos públicos otorgados a las ONG bajo la forma de subvenciones o exención de impuestos.*
- *Concertación, se trata de una pauta de colaboración con un ente público con la finalidad de alcanzar determinados resultados y obtener beneficios.*
- *Convenios, es frecuente que se materialicen a través de la atención primaria en combinación con las subvenciones. Las grandes ONG participan por lo general de este tipo de relación.”* (Tobar y Fernández Pardo; 2001: 48)

Este sector surge principalmente de la ausencia del Estado en cuestiones básicas para el desarrollo de una sociedad, frente a esta situación las organizaciones sociales se desempeñan canalizando intereses particulares de los ciudadanos, centrándose en valores de justicia y defensa de derechos, actuando como intermediarios políticos no partidarios.

6.2 Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG)

“Argentina cuenta en la actualidad con 51.750 fundaciones, asociaciones y organizaciones sin fines de lucro. En ellas trabajan alrededor de 3 millones de personas, de cuales 2 millones seiscientos cincuenta y cinco mil son (cerca del 85 % del total) son voluntarios.”

<http://www.comunidar.org.ar/caracterizacion.htm> (28/11/2007)

Este tipo de Organizaciones constituyen la base del tercer sector, la mayoría surgieron a fines del siglo XIX, impulsadas a partir del movimiento de la Cruz Roja y Caritas, muchas de estas instituciones se fundaron después de la segunda guerra mundial.

Siguiendo a Tobar y Fernández Pardo (2001) podemos decir que una Organización No Gubernamental, es un equipo de personas que, sensibilizadas por un problema social, se reúnen, comparten una misión y generan acciones cuyos objetivos solidarios están enfocados en generar cambios de vida en otros seres humanos.

La Organización de Naciones Unidas nos brinda una definición mas acabada de lo que se entiende por Organizaciones no Gubernamentales cuando declara que son:

“cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común. Las ONG's llevan a cabo una

variedad de servicios humanitarios, dan a conocer las preocupaciones ciudadanas al gobierno, supervisan las políticas y apoyan la participación política a nivel de comunidad. Proporcionan análisis y conocimientos técnicos, sirven como mecanismos de alerta temprana y ayudan a supervisar a implementar acuerdos internacionales. Algunas están organizadas en torno a temas concretos como los derechos humanos, el medio ambiente o la salud.”

http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/093003efoque_ong.html
(02/12/07)

Si bien comenzamos a definir a estas organizaciones como algo que no son y a describir sus actividades como un accionar generalizado frente a diferentes problemáticas, existen una serie de características que las especifican y agrupan:

a) Son organizaciones estables con un grado mínimo de estructura, personalidad jurídica y capacidad legal de acuerdo con la normativa vigente.

b) Están integradas por ciudadanas y ciudadanos asociados a partir de unas convicciones y motivaciones compartidas a favor de la cooperación y la solidaridad. Son por tanto una parte del llamado Tercer Sector o “Sector Social”, es decir, una expresión particular del movimiento asociativo voluntario de la sociedad civil.

c) Son organizaciones sin ánimo de lucro empresarial, personal o grupal. La totalidad de los ingresos obtenidos deben dedicarse a sus proyectos de desarrollo, educación y sensibilización, exceptuando los necesarios para el funcionamiento de la organización.

d) Se nutren de recursos económicos aportados por donaciones privadas y/o subvenciones públicas, así como del trabajo voluntario (a veces parcialmente profesionalizado) de sus colaboradores.

e) Tienen autonomía institucional y decisoria respecto a cualquier instancia gubernamental, intergubernamental o cualquier otra ajena a la

organización. En particular, son entidades independientes de los gobiernos, no surgen a instancias de éstos ni, por tanto, han de defender los mismos intereses, lo cual no significa que no reciban financiación de las administraciones públicas o que no puedan realizar acciones conjuntas.”
(Diccionario de Acción Comunitaria y Cooperación al Desarrollo
<http://dicc.hegoa.efaber.net/listar/mostrar/16222/11/2007>).

Como podemos observar las ONG son parte del desarrollo social, económico y democrático de sus países; asesoran, desarrollan nuevos conceptos e influyen en la opinión pública. Muchas de ellas con una visión de cambio y transformación a nivel social, que lamentablemente con el paso del tiempo caen en una frustración de sus acciones.

Sería lógico pensar en el largo plazo como una condición necesaria para generar un cambio radical en problemáticas que viene acarreado una sociedad desde hace décadas; pero es justamente esto lo que termina frustrando a las ONG.

Esa diferenciación constante del Estado y de empresas privadas, las ha llevado a una falta de planificación y profesionalización, tanto en estrategias administrativas, comunicacionales, de vinculación, de subsistencia, etc. *“Las personas que gestionan las instituciones sin fines de lucro tienden a estar tan convencidas de que están haciendo lo correcto, que ven la institución como un fin en si mismo... y eso es, en definitiva, una burocracia”.* (Peter Drucker, citado en Torti; 2006:28)

Para que esto no ocurra sería fundamental aplicar en estas organizaciones algunas herramientas, generalmente utilizadas en el sector empresarial, para la consecución de sus objetivos.

6.3 Delitos contra la Integridad Sexual

La Asociación Civil Podemos Hacer Algo orienta sus actividades y tiene su razón de ser en la asistencia, orientación y prevención de Delitos contra la Integridad Sexual, por esto es necesario aclarar algunos conceptos y modificaciones relacionados al tema.

Nuestro derecho se rige por el principio de legalidad, donde sólo se consideran delitos los definidos en el código penal, excluyendo como tal a todo aquel que no figure en el mismo, por esto y para poder brindar una definición completa y acertada de este tipo de delitos, se expondrá el artículo completo:

Artículo 119 – “Será reprimido con reclusión o prisión de seis meses a cuatro años el que abusare sexualmente de persona de uno u otro sexo cuando, ésta fuere menor de trece años o cuando mediare violencia, amenaza, abuso coactivo o intimidatorio de una relación de dependencia, de autoridad, o de poder, o aprovechándose de que la víctima por cualquier causa no haya podido consentir libremente la acción.

La pena será de cuatro a diez años de reclusión o prisión cuando el abuso por su duración o circunstancias de su realización, hubiere configurado un sometimiento sexual gravemente ultrajante para la víctima.

La pena será de seis a quince años de reclusión o prisión cuando mediando las circunstancias del primer párrafo hubiere acceso carnal por cualquier vía.

En los supuestos de los dos párrafos anteriores, la pena será de ocho a veinte años de reclusión o prisión si:

- a) Resultare un grave daño en la salud física o mental de la víctima;*
- b) El hecho fuere cometido por ascendiente, descendiente, afín en línea recta, hermano, tutor, curador, ministro de algún culto reconocido o no, encargado de la educación o de la guarda;*
- c) El autor tuviere conocimiento de ser portador de una enfermedad de transmisión sexual grave, y hubiere existido peligro de contagio,*
- d) El hecho fuere cometido por dos o más personas, o con armas;*

e) El hecho fuere cometido por personal perteneciente a las fuerzas policiales o de seguridad, en ocasión de sus funciones;

f) El hecho fuere cometido contra un menor de dieciocho años, aprovechando la situación de convivencia preexistente con el mismo.

En el supuesto del primer párrafo, la pena será de tres a diez años de reclusión o prisión si concurren las circunstancias de los incisos a), b), d), e) o f).” (Código Penal, Actualización: Denominación del Título III, Lib. II según ley 25.087).

Esta ley (25.087) fue sancionada el 14 de Abril de 1999, donde se modifica el capítulo concerniente a las agresiones sexuales. Sustituyendo el título de “Delitos contra la honestidad” por el de “Delitos contra la integridad sexual”. Esta modificación implicó un avance importante en cuestiones de género, el tratamiento a la víctima, el sexo del ofensor/a, la elección de realizar la denuncia o no, ya que es considerado un principio de instancia privada. Además la nueva ley excluiría, las alusiones, interrogatorios y pruebas que pretendan indagar sobre la “honestidad” de las víctimas, un paso interesante en este tipo de delitos.

7. Marco Conceptual

7.1 Comunicación Organizacional

Consideramos que cualquier organización independientemente del fin que persiga, debería entre otras cosas generar estrategias comunicacionales tanto a nivel interno como externo para conseguir una mayor eficiencia en el logro de sus objetivos.

Veamos una aproximación a las características de una organización:
“es un ser vivo, tiene un cuerpo, una historia, evoluciona y cambia, vive en un entorno determinado con el cual se relaciona, siendo la organización modificada por el entorno, a la vez que ella actúa sobre el entorno con su evolución y cambio. El reconocimiento de esta situación ha hecho que la organización tenga necesidad de comunicarse por sí misma, buscando su integración no sólo económica, sino social con el entorno.” (Capriotti; 1992: 15)

Teniendo en cuenta que *“las comunicaciones institucionales van siendo aquellos procesos que fluyen vertical, horizontal y oblicuamente hacia adentro o hacia fuera de una organización, por medio de las cuales las personas integrantes se relacionan entre sí, intercambiando mensajes en busca de armonía y homeostasis.”* (Avilia Lammertyn; 1999: 188). Podríamos decir que para hacer frente a esta dinámica constante del entorno, es necesario conocerlo y definir los vínculos existentes. De esta forma se podrá desarrollar una planificación de la comunicación que se adecue a cada momento y situación, a cada público en particular.

Comunicación Interna: tiene como fin involucrar a las personas en los objetivos de la organización y crear un clima interno de bienestar.

Comunicación Externa: es aquella que se realiza para conectar a la institución con los grupos de personas con que se vincula por un interés común.

Lograr visibilidad pública implica tener una elaborada estrategia de comunicación externa. Pero, para comunicarse con la comunidad es imprescindible previamente tener muy en claro hacia dentro de la organización cual es la misión institucional, cuales son los objetivos a corto plazo, cual es la visión con respecto a la problemática con la que trabaja la organización, quienes son sus destinatarios, quienes son sus socios institucionales, etc.

Annie Bartoli (1992) en su libro “Comunicación y organización: La organización comunicante y la comunicación organizada”, expone una clasificación que nos será de gran utilidad.

“Las comunicaciones externas están comprendidas por:

- *Comunicación externa operativa de los miembros de la organización con los distintos asociados o interlocutores;*
- *Comunicaciones externas estratégicas, que consiste en la constitución de una red que permite desarrollar relaciones positivas con actores considerados clave; en una actitud de vigía, es decir, como captadora de información proveniente del medio que provee a la organización de material de análisis que proporciona elementos de ayuda para la decisión estratégica.*
- *Información externa de notoriedad que permite a la institución informar con el fin de dar a conocer sus productos, de mejorar la imagen en general, desarrollar su notoriedad.” (Bartoli;1992: 100)*

La comunicación es un elemento fundamental en toda institución humana, ya que permitirá el flujo de mensajes que posibilitarán la interrelación de sus componentes entre si y con el medio en el que se desenvuelve. Por esto tanto en una empresa, como en un Organismo No Gubernamental, es de gran

importancia plantear una estrategia de comunicación con el fin de lograr sus objetivos, generar vínculos nuevos y fortalecer los ya existentes.

Para el tema que nos compete, el de comunicación aplicada a una Asociación civil para la generación de vínculos, lo principal será como bien dice Ariel Torti (2006) *“derribar la creencia de que las causas morales de bien público no requieren de ningún tipo de auditoría en todos sus sentidos y dimensiones. Cada acción que produce una organización es un canal de comunicación, que previamente requiere de una elaborada estrategia, detectando y desarrollando los canales de comunicación que se dispongan.”* (Torti; 2006; 22)

Siguiendo a este autor decimos que los procesos de comunicación eficientes ofrecen a las ONG beneficios que serán fundamentales para la concreción de alianzas con otras organizaciones:

1. La comunicación genera confianza, transparencia, credibilidad. Sumando la eficiencia y la transparencia, el producto que se obtiene es el bien máspreciado de una organización: la credibilidad. El rol que juega la comunicación en esta fórmula es fundamental.
2. La comunicación brinda un lugar frente a la opinión pública y los líderes de opinión. Ser una organización respetada y considerada modelo en el tema que le atañe, la ubica ineludiblemente en un lugar de referencia.
3. La comunicación facilita la concreción de alianzas estratégicas con todos los sectores. Las organizaciones que son protagonistas del cambio en sus comunidades y que comunican externamente sus acciones logran más alianzas que las que no realizan este proceso.
4. La comunicación acerca voluntarios a la organización.
5. Ayuda a cumplir la misión institucional en mayor escala.
6. Incentiva a que los integrantes se profesionalicen.
7. Ayuda en el proceso de procuración de recursos económicos y materiales.

En nuestro caso la democratización de la información juega un papel fundamental, es sumamente necesario debilitar las tendencias de dominación a partir de la acumulación de información. Es posible que tiempo atrás, concentrar, acumular y centralizar información generara una supuesta sensación de poder, pero en el caso de las redes solidarias no comunicar es perder oportunidades.

La comunicación estratégica en organizaciones sin fines de lucro requiere de una precisa visión del contexto social y del entorno organizacional. Por lo tanto, surge la necesidad de diferenciar en primer término los públicos de una organización, incorporando las nociones de comunicación, segmentación de públicos, los canales más idóneos de comunicación que se van a utilizar y la calidad de los mensajes.

7.2 Públicos

Toda organización está conformada por personas que forman públicos, estos determinan la dirección que tomará la organización y su razón de ser, es por esto que es de vital importancia la definición y clasificación de los públicos con los que interactúa, con el fin de identificar quienes son sus destinatarios y elaborar una estrategia de comunicación idónea para cada uno de ellos.

“Se denomina público a aquel agrupamiento humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias y cuya categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional.” (Avilia Lammertyn; 1999; 129)

Otro concepto define a un público como *“Un sistema libremente estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema o tema, interactúan, ya sea cara a cara o por medio de canales interpuestos, y se comportan como si fueran una sola unidad”*. (Grunig; 2000; 236)

En toda organización social, al igual que cualquier otra institución, existen diversos tipos de públicos, que resulta imprescindible diferenciar ya que cada público interpreta el mensaje transmitido desde la organización según su relación, expectativas y necesidades. Por esto resulta de gran importancia la adaptación de cada mensaje al público que corresponda.

Una clasificación que será de utilidad para este trabajo es la que propone Avilia Lammertyn:

- **Internos:** *Son los públicos que están estrechamente vinculados a los designios de la organización, se encuentran compenetrados fuertemente con su misión específica e integran la plantilla de colaboradores permanentes.*
- **Mixtos:** *Si bien no están estrechamente vinculados a los designios de la organización, tienen cercana relación con su misión específica, aunque no integran su plantilla de colaboradores permanentes. Se los subdivide según su cercanía con la vida organizacional en :*
 - **Semi-internos:** *Son aquellos que sin pertenecer a la organización tienen estrecha relación con ella y coadyuvan fuertemente a la consecución de sus objetivos.*
 - **Semi-externos:** *Son aquellos que sin pertenecer a la organización tienen una relación cercana, pero no tan estrecha como los semiinternos, aunque mayor que la que poseen los públicos externos.*
- **Externos:** *Influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo, por ejemplo consumidores (actuales o potenciales), periodistas, líderes de opinión, etc. (Avilia Lammertyn; 1999; 130)*

En todo vínculo que la organización establece con su público, interviene la subjetividad,

“El público a través del diálogo permanente que mantiene con la empresa, va construyendo una idea de lo que la empresa “es”, esto es, que la internaliza. La empresa por su parte, también internaliza a sus públicos, construyendo ideas de lo que cada uno de sus públicos “son”; El hecho que ambas partes se internalicen genera un modo particular de relación, de la cual resultan conductas mas o menos fijas, un pattern o pauta de conducta produciendo cierta previsibilidad en los actos de cada uno.” (Scheinson; 1993: 91)

“El vínculo entre un público y una organización será mas armonioso, cuando mas determinada tenga la empresa la ubicación, características y necesidades de ese publico. En cada publico y en cada organización, subyace una o varias necesidades, en las que el vínculo halla su fundamento motivacional.” (Scheinson; 1993: 93) Es por esto tan importante que la organización identifique las expectativas y necesidades que llevan a la generación de un vínculo institucional. Para lograrlo deberá hallar primordialmente intereses en común entre las partes para que la relación se justifique y adquiera orientación.

“La comunicación es un hecho social y como tal adquiere las dimensiones complejas de nuestro entramado de relaciones humanas: comunicar es planificar qué calidad de conversaciones vamos a tener los miembros de la organización, cómo realizamos alianzas con otras organizaciones sociales, cómo nos vinculamos con otros sectores y cómo difundimos lo que se produce en la organización”. (Torti; 2006: 22)

A partir de una correcta segmentación de los públicos se podrá determinar el tipo de relación que se quiere establecer, en este punto estamos haciendo referencia a los distintos vínculos de una institución.

7.3 Vínculos Institucionales

Si bien las ONG difieren en su forma con las organizaciones comerciales, también generan vínculos internos y externos que las definen y que serán fundamentales para su misión.

“Las Organizaciones están vinculadas con otros sistemas por medio de las consecuencias; ya sea cuando la organización tiene consecuencias sobre otro sistema, o cuando otro sistema tiene consecuencias sobre la organización. Los sistemas vinculados, o interpenetrantes, pueden ser otras organizaciones o pueden ser públicos, grupos de personas con intereses comunes que no están siempre formal o institucionalmente organizados.” (Grunig y Hunt; 2000; 229)

Otra definición denomina la relación públicos-organización, como vínculo institucional, señalando que *“Todo vínculo es una estructura compleja, que incluye a un sujeto y un objeto, la interacción que hay entre ambos, y en la que se suscitan momentos de comunicación y aprendizaje.”* (Scheinsohn; 1993; 90)

Siguiendo a Scheinsohn decimos que los vínculos no tienen una estructura estática, están en continuo cambio y movimiento, cambian las organizaciones, cambian sus aspiraciones y el contexto que las rodea, esto genera que la relación también se modifique, donde las partes que interactúan se van definiendo y retroalimentando mutuamente.

Existen diferentes tipos de vínculos clave para la supervivencia de una Organización:

1. **Vínculos Posibilitadores:** Son vínculos con organizaciones y grupos sociales que proporcionan la autoridad y controlan los recursos que hacen posible la existencia de la organización, por ejemplo Accionistas, Legisladores, Reguladores Gubernamentales, Etc.
2. **Vínculos Funcionales:** Son vínculos con organizaciones o públicos que proporcionan inputs y toman outputs:
 - Vínculos de Input. Estos vínculos incluyen relaciones con empleados, sindicatos y proveedores de materias primas.
 - Vínculos de Output. Pueden darse con otras organizaciones que utilicen los productos de la organización, también pueden ser con consumidores individuales de productos o servicios.
3. **Vínculos Normativos:** Estos vínculos se establecen con organizaciones que se enfrentan a problemas similares o que comparten valores parejos, pueden ser Asociaciones, Grupos Políticos, Colegios Profesionales, etc.
4. **Vínculos Difusos:** Son los elementos de la sociedad que no pueden ser claramente identificados por ser miembros de organizaciones formales, son públicos que surgen cuando la organización tiene consecuencias sobre los individuos externos a la organización, por ejemplo, ecologistas, residentes de la comunidad, estudiantes, minorías, etc. (Grunig; 2000; 232).

La construcción de vínculos se presenta aquí como una estrategia clave para la integración de diferentes actores tales como organizaciones del tercer sector, organismos gubernamentales, empresas, etc. Donde los integrantes de la alianza comparten un objetivo y se benefician, beneficiando a otros.

Estas alianzas pueden ser concretadas para llevar a cabo acciones puntuales o integrar proyectos de cierta permanencia, con intenciones de conformar una red de organizaciones trabajando en pos de un objetivo común.

7.4 Redes

La denominación de redes hace referencia a *“Los vínculos de libre adhesión entre aquellas organizaciones que comparten preocupaciones comunes relativas a un tema o a una cuestión particular. Son agrupaciones semiformales en las cuales cada miembro permanece autónomo en sus actividades pero establece agendas conjuntas en los campos de trabajo comunes.”* (Diccionario de Acción Comunitaria y Cooperación al Desarrollo <http://dicc.hegoa.efaber.net/listar/mostrar/163> 22/11/2007)

Esta forma de vinculación tiene modalidades formales e informales, su estructura suele ser bastante flexible, su funcionamiento esta basado en objetivos comunes, con actividades compartidas y una comunicación interna fluida, permitiéndose compartir experiencias, información y conocimientos para desarrollar acciones con un grado de impacto mayor.

Mario Róvere, experto en Redes Sociales, identifica cinco niveles de involucramiento de las personas en todo proceso de construcción de alianzas:

1. Reconocer que el otro existe y aceptarlo.
2. Interesarse y saber lo que el otro hace.
3. Colaborar esporádica y recíprocamente; A partir del conocimiento se construye el “trabajar con”. En el inicio de la relación la colaboración suele ser esporádica, pero es a partir de estas acciones puntuales que se comienzan a estructurar vínculos de reciprocidad.
4. Cooperar compartiendo actividades y recursos.
5. Compartir objetivos y proyectos. (Róvere, citado en Torti; 2006: 55)

“El espacio de la red no tiene límites precisos, dada la naturaleza dinámica de sus vínculos, puede expandirse o contraerse según sean sus relaciones y las perspectivas de sus fines. La interacción de los miembros la contrapone a la fragmentación o compartimentación propia de estructuras en verticales burocratizadas. Sus funciones son cambiantes al igual que el papel de sus integrantes.” (Fundación de Organización Comunitaria http://www.fundacionfoc.org.ar/red_02.htm 03/04/08).

Para construir procesos de articulación con cada una de las organizaciones interesadas, es fundamental evaluar: *¿Qué ofrece cada Organización?, ¿Qué otros actores creen en la propuesta?, ¿Cómo se comunican en la Red? Y por último ¿Cómo sigue el proceso de articulación a futuro?* (Torti; 2006: 62) Por esto es fundamental el análisis de cada una de las organizaciones con las que sería posible tender vínculos.

“El sistema de alianzas contribuye, por un lado, a conseguir de una forma óptima los fines de interés social que persiguen las organizaciones. Por otra parte el sistema de alianzas nos permite organizarnos mejor y reforzar el convencimiento de la importancia que tienen las actividades que se realizamos en nuestras organizaciones. Conociendo qué hacen otros que trabajan con nuestras mismas inquietudes, compartiendo nuestras experiencias, aunando esfuerzos, nos estimulamos mutuamente y nos convencemos de la trascendencia de lo que hacemos” (Real Pérez; 1998: 310)

Para que una alianza sea exitosa debería haber un nivel de organización y planificación tal, donde las funciones estén definidas, los esfuerzos coordinados y articulados para que los resultados perduren y sean satisfactorios para sus aliados. En este proceso se volvería fundamental que la información circule libremente para el desarrollo sostenido de las alianzas, generando en el día a día la sensación de que compartir es la esencia de las

exitosas articulaciones comunitarias, actuando en red para hallar nuevas soluciones a viejos, complejos y redimensionados problemas comunitarios.

7.5 Las Relaciones Públicas y la Integración Social

Las Relaciones Públicas son una herramienta que permite diseñar una estrategia de comunicación planificada para que las organizaciones puedan mantener, mejorar o crear relaciones con sus públicos existentes o potenciales, mejorando los canales de comunicación, informando sobre sus objetivos y actividades. Aunque su implementación resulta fundamental para cualquier Organización, la realidad nos indica que esta no es la percepción que tienen las ONG.

“Las Relaciones Públicas son herramientas poco utilizadas en el sector de las ONG. Y es comprensible, para muchas de ellas, compenetradas profundamente en temas humanitarios y sociales, les resulta superfluo redundar en dar a conocer su labor, que a primera vista es crucial. Ahora, la comprensión de la relación entre la sostenibilidad del proyecto, la comunicación y las Relaciones Públicas, han acrecentado el interés sobre el tema. La falta de comunicación limita el campo de acción de las ONG.”

(Agenda de la Comunicación.Net. 28/11/07)

http://www.agendadelacomunicacion.net/archivos/RRPP_para_ONG.pdf

Este tipo de organizaciones también requieren de una estrategia que les permita vincularse con la sociedad en la cual realizan su labor, por lo que es importante entender a las Relaciones Públicas como el vehículo necesario para transmitir la información pertinente para cada uno de sus públicos. Esta aplicación es fundamental para evitar que la comunicación de las acciones de las ONG quede acotada sólo a sus destinatarios directos y voluntarios.

“Es un lugar común identificar a las entidades privadas con el profesionalismo y a las entidades sociales con las buenas intenciones. Sin

embargo las dificultades económicas y un entorno cada vez más adverso llevó a las cada vez más influyentes ONG de los países subdesarrollados a profesionalizarse y a incluir en sus agendas estrategias de comunicación.”

Teniendo en cuenta la creciente importancia que están adquiriendo este tipo de organizaciones en nuestra sociedad, resulta difícil de comprender que no se le destine un papel fundamental a las relaciones públicas. Siendo ésta una profesión sumamente aplicable a este sector, pudiendo convertirse en una herramienta clave para, entre otras cosas, dar a conocer la razón de ser de la organización y sus actividades, buscar organizaciones afines y formar redes, encontrar patrocinadores, donantes y voluntarios y crecer en el sector del que forman parte de manera profesional y estratégica.

8. Diseño Metodológico

8.1 Ficha Técnica:

Tipo de Investigación	Exploratoria/ Descriptiva
Metodología de Investigación	Cualitativa / Cuantitativa
Técnica de Investigación	Entrevista en profundidad Análisis documental
Instrumento de Investigación	Guía de pautas Mapa de públicos
Población	Organizaciones no gubernamentales nacionales afines a la problemática de delitos contra la integridad sexual.
Muestra	10 organizaciones por provincia

8.2 Tipo de Investigación

Esta investigación adquiere un perfil exploratorio y descriptivo ya que nos permitirá conocer las características constantes del objeto, sus dimensiones y funcionamiento.

Este tipo de estudio “...responde a la necesidad de lograr claridad sobre la naturaleza del problema o de alguna de las variables o aspectos en el implicados, buscando lo nuevo sobre la confirmación de lo que ya sabemos. Las exploraciones proveen datos para que sean clasificados, ordenados, analizados e interpretados con el fin de descubrir ideas y relaciones nuevas...” (Vieytes, 2004: 90).

Una de las ventajas que ofrece el estudio exploratorio es su flexibilidad respecto a la metodología a utilizar, permitiendo elaborar diferentes alternativas para lograr los objetivos de investigación.

En cuanto a su metodología será cualitativa, dado que tiene como finalidad describir en forma detallada contextos sociales, estableciendo un marco de ideas generales a través de dimensiones y categorías de análisis, a su vez esto se corresponde con los objetivos de indagación planteados anteriormente, para la vinculación institucional de la Asociación Civil podemos Hacer Algo.

Siguiendo esta línea (como afirma Viejtes) el objetivo de la investigación cualitativa es *“...construir esquemas conceptuales que hagan comprensible la información empírica, tratando de encontrar las razones por las cuales los hechos sociales en determinado contexto ocurren de cierta manera y no de otra.”* (Viejtes, 2004: 70)

Los principales instrumentos de recolección de datos que se utilizarán en esta investigación serán entrevistas en profundidad y análisis documental.

Para las entrevistas se elaborará una guía de pautas orientada a conocer las expectativas y necesidades de vinculación institucional de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo, se realizaran a miembros de la comisión directiva de la organización.

“Las entrevistas constituyen un recurso privilegiado para acceder a la información desde la perspectiva del actor. El objetivo central es captar lo que es importante en la mente de los informantes: sus significados, perspectivas y definiciones; en suma, el modo en que ellos ven, clasifican y experimentan el mundo (...) permite obtener una información contextualizada y holística, en palabras de los propios entrevistados.” (Viejtes, 2004: 661)

Por otro lado se confeccionará un mapa de públicos para establecer el repertorio de asociaciones del tercer sector a nivel nacional, con las que se podría tender vínculos, sus principales características y su idoneidad para tender vínculos con otras organizaciones. Dada la suma importante de asociaciones existentes, nos vemos en la obligación de segmentar nuestro análisis, por lo que la muestra será de 10 organizaciones por provincia, siempre y cuando se relacionen estrechamente con la problemática planteada.

Para lograr identificar los tópicos que forman parte de los Delitos contra la Integridad Sexual, se elaborará un listado de temas relacionados a la problemática, que se verán plasmados en las variables de configuración del mapa de públicos como “Área Temática”.

8.3 Guía de Pautas

La siguiente guía de pautas fue confeccionada para la realización de entrevistas a miembros de la Comisión Directiva de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo, con el fin de detectar las necesidades y expectativas de vinculación de la organización.

Necesidades / Expectativas de vinculación

- Motivos de vinculación
- Objetivos de vinculación
- Indicadores de selección de organizaciones a vincular
- Resultados esperados
- Tipos de comunicaciones / frecuencia
- Evaluación / control de las comunicaciones
- Accesibilidad a la información de la Asociación

Entrevista

La entrevista, fue realizada a Verónica Caligari, vicepresidente de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo. (Ver Anexo III)

8.4.1 Variables de configuración y categorías del Mapa de Públicos

1. Tipo de Organización: Hace referencia a la conformación legal de la organización, si posee personería jurídica o no.

a) Asociación Civil: *“Las asociaciones son entidades creadas con un objeto altruista o de bien común, de carácter abierto al ingreso y egreso de asociados, que se sostienen con las cuotas que aportan periódicamente sus integrantes y las donaciones de personas que colaboran con la institución. Deben estar inscriptas en la Inspección General de Justicia, que es quien las dota de personería jurídica y deben organizar la administración y representación de la entidad, el gobierno y la labor de fiscalización.”* (Roitbarg; 1995:109)

b) Fundación: *“Son entidades sin fines de lucro que se conforman a partir de un patrimonio que se afecta al cumplimiento de un fin de bien común. La fundación no tiene asociados, debe inscribirse en la Inspección General de Justicia para obtener personería jurídica, también debe organizar su representación legal, administración, fiscalización y gobierno.”* (Roitbarg; 1995:109)

c) Otros: esta categoría abarca grupos no formales (sin personería jurídica), tales como grupos comunitarios, grupos vecinales, también abarca organizaciones que pertenecen al sector empresarial.

2. Área Temática:

- a) Abuso sexual
- b) Asesoramiento a ONG's
- c) Atención primaria de la salud
- d) Derechos Humanos
- e) Discriminación
- f) Gestión de vínculos (redes)
- g) Menores en riesgo
- h) Reinserción familiar
- i) Sexualidad

- j) Social /humana
- k) Violencia familiar
- l) Género

3. Destinatarios:

- a) Amas de casa
- b) Familia
- c) Instituciones educativas
- d) Jóvenes
- e) Mujeres
- f) Niños
- g) Organizaciones
- h) Profesionales
- i) Sociedad en general

4. Actividades:

- a) Asesoramiento
- b) Asistencia financiera
- c) Asistencia técnica
- d) Atención primaria
- e) Capacitación
- f) Defensa de derechos
- g) Difusión
- h) Investigación
- i) Prevención
- j) Promoción social

5. Participación en Redes:

- a) Si
- b) No
- c) No Especificado

6. Página Web:

- a) Si
- b) No

9. Relevamiento de Datos

A continuación se expondrán los resultados obtenidos a partir de la elaboración del mapa de públicos de organizaciones existentes en el país, afines a la problemática de Delitos contra la Integridad sexual. La muestra final fue realizada con 200 organizaciones de Argentina.

Tipo de Organización:

En esta clasificación podemos observar que de un total de 199 Organizaciones relevadas, 106 están conformadas como Asociaciones Civiles, representando un 53% del total de la muestra, a su vez el 47% restante está conformado por Fundaciones y otros grupos no formales dedicados a la problemática, compuestos por una diferencia mínima de 49 y 45 organizaciones respectivamente.



Área Temática:

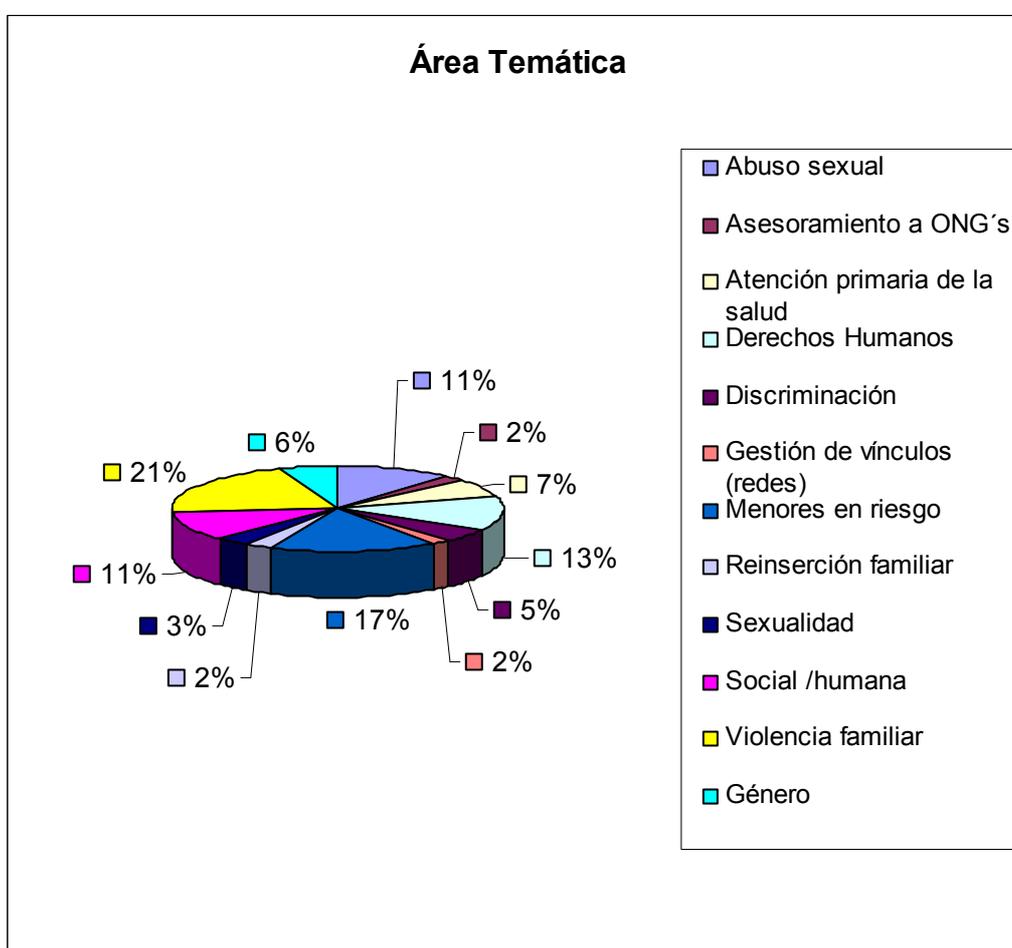
En este punto podemos distinguir los tópicos que forman parte de los Delitos contra la Integridad Sexual y las principales áreas que abarcan las organizaciones en estudio.

En una primera instancia, podemos observar una marcada tendencia hacia la problemática de violencia familiar, abarcando el 21% del total, compuesto por 110 organizaciones; otro tópico que sobresale de este análisis con el 17% (88 organizaciones), es el de menores en riesgo, muy relacionado también con la problemática predominante.

Es oportuno aclarar que al tratarse de tópicos que componen una misma problemática, la de Delitos contra la Integridad Sexual, no existen en este análisis organizaciones que se dediquen exclusivamente a un área. Por ejemplo las organizaciones destinadas a cuestiones de Género, también abarcan temas tales como Sexualidad, Discriminación, Abuso sexual y Violencia familiar entre otros.

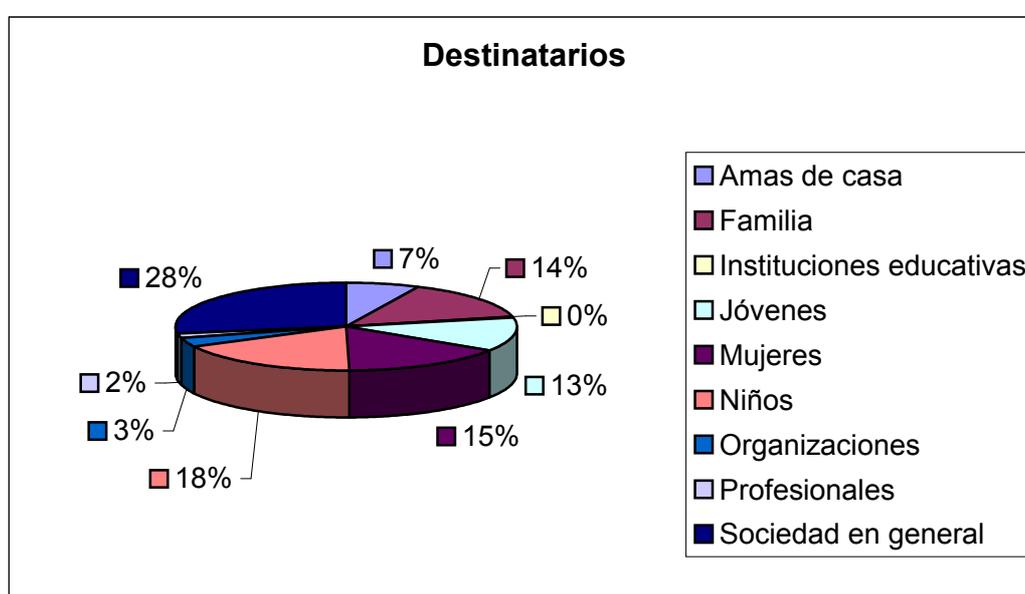
Siguiendo con la exposición de datos, contamos con 71 organizaciones dedicadas a Derechos Humanos, con una presencia del 13%. Por otro lado, observamos 61 organizaciones que comprenden al abuso sexual y 60 dirigidas a cuestiones sociales / humanas, abarcando el 11% en ambos casos.

El 27% restante se divide en proporciones similares donde, 36 instituciones destinan sus actividades a la atención primaria de la salud, con un 7%, 32 a cuestiones de género con un 6%, 28 en discriminación con un 5% y por último identificamos en proporciones menores, organizaciones destinadas a sexualidad (18), reinserción familiar (13), asesoramiento a Ong's (10) y gestión de vínculos (10).



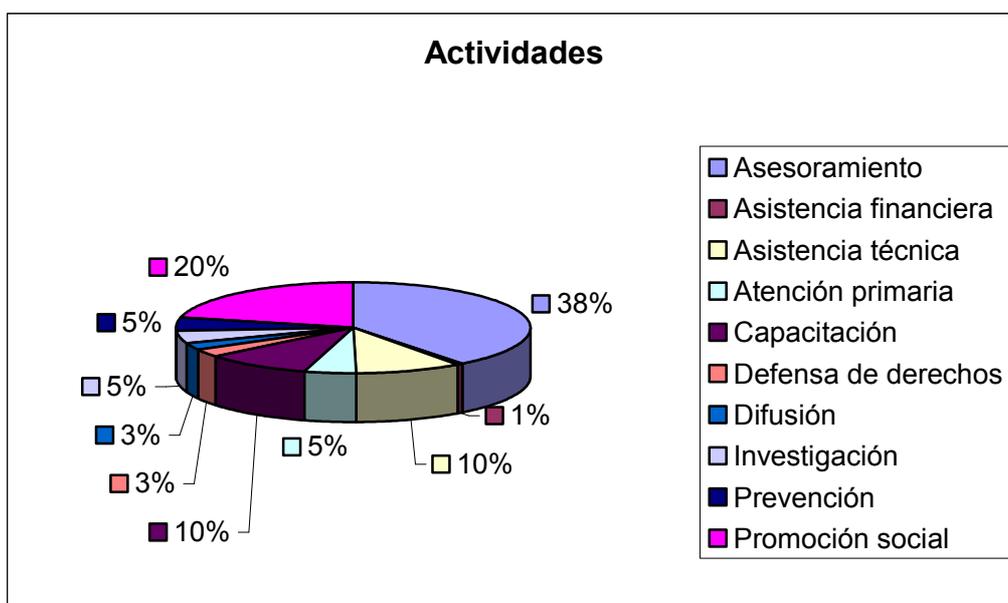
Destinatarios:

Con relación a este punto predominan las actividades orientadas a la sociedad en general, familia, mujeres, niños y jóvenes. También podemos observar, en una proporción mucho más pequeña, algunas organizaciones que destinan sus acciones a profesionales, instituciones educativas y otras organizaciones, siendo estas últimas el principal objetivo para la gestión de redes.



Actividades:

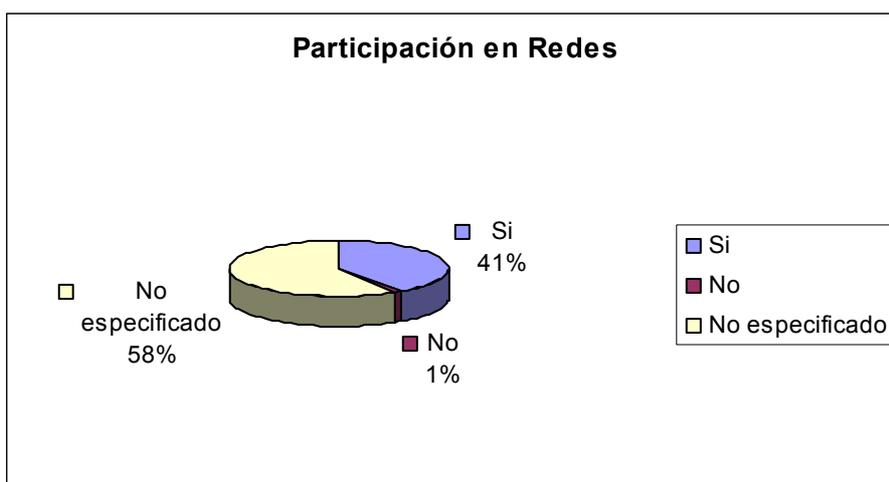
En esta categoría analizaremos las principales actividades que realizan las organizaciones en estudio. Como podemos observar existe una gran tendencia hacia las acciones de asesoramiento y promoción social, abarcando el 38% y el 20% respectivamente. Unas 68 organizaciones destinan sus tareas a capacitación y asistencia técnica para las problemáticas que tratan. Por último, como se observa en el gráfico, con diferencias porcentuales mínimas entre ellas, encontramos diversas organizaciones orientadas a la defensa de derechos, investigación, difusión y prevención entre otras.



Participación en Redes:

Este punto resulta fundamental para nuestro trabajo y se encuentra en estrecha relación con el gráfico siguiente que muestra las organizaciones que cuentan con Página Web.

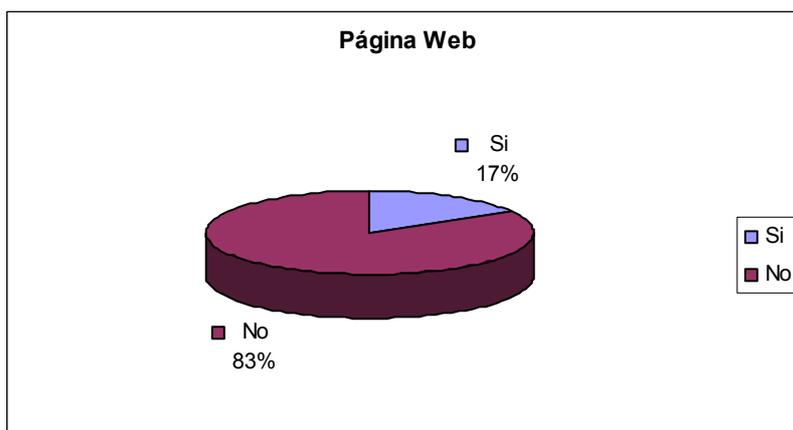
Se encontraron 80 organizaciones que trabajan a través de vínculos institucionales con otras organizaciones, desempeñando tareas de asesoramiento, difusión e investigación en diferentes ámbitos. Por otro lado observamos con un 58% organizaciones que en la declaración de sus actividades, objetivos y otras características, no especifican la presencia en redes o el trabajo conjunto con otras organizaciones.



Página Web:

En este último punto observamos las organizaciones que cuentan con Página Web, mencionábamos la relación entre este punto y el anterior, debido a la influencia que tiene el hecho de poseer Página Web a la hora de tender redes a nivel nacional; Aunque este no sea un factor determinante para hacerlo, si, se observa que las organizaciones con presencia en la Web, tienen participación en redes ya establecidas y realizan actividades en conjunto con otras organizaciones.

En el siguiente gráfico observamos un porcentaje del 17% que comprende a 33 organizaciones que poseen Página Web, una porción mínima en relación a las 166 organizaciones que hasta el momento no la poseen.



10. Consideraciones finales del Trabajo de Campo

A continuación se expondrán las conclusiones obtenidas a partir de los resultados arrojados de la etapa de investigación.

En una primera instancia, para lograr identificar las organizaciones con las que la Asociación Civil Podemos Hacer Algo podría tender vínculos, se indagó acerca de los tópicos que forman parte de la problemática de Delitos contra la Integridad Sexual, dando como resultado una variedad de temas que abarcan desde el abuso sexual, hasta menores en riesgo, pasando por cuestiones de género, discriminación y violencia familiar entre otros. Este listado nos permitió ampliar la búsqueda de organizaciones a nivel nacional relacionadas a la problemática, ya que de 200 instituciones en estudio, solo unas pocas tienen como objeto principal la atención de víctimas de delitos sexuales.

En una segunda instancia se indagó acerca de las necesidades y expectativas de la Asociación a la hora de tender vínculos con otras organizaciones. A través de la entrevista realizada a la Vicepresidenta y el análisis de diferentes documentos de la organización, podemos inferir que las principales falencias residen en la poca, casi nula, presencia de esta institución en el Tercer Sector y la imperiosa necesidad de ampliar su campo de acción en la temática que tratan. Un factor importante es la reciente obtención de Personería Jurídica de la organización, que entre otras cosas permitirá la realización de convenios formales y recíprocos con otras instituciones.

Por otro lado se observa un gran desconocimiento de organizaciones afines a la problemática a nivel nacional, por parte de los integrantes de la Asociación. Lo que a su vez se ve reflejado en las principales actividades de la organización, como lo expresa la Vicepresidenta cuando afirma: *“...nos contactan desde otras provincias solicitando asesoramiento y contención y nos encontramos con que, no conocemos organizaciones similares a la nuestra o*

que traten la misma temática y mas importante aún que lo hagan con el respeto y responsabilidad que merece.”

Con la única organización con quien se vinculan actualmente, FUNDAIF una fundación destinada a investigaciones psicológicas, no han implementado ninguna estrategia de comunicación, sino que lo hacen informalmente. En este caso, existía una relación previa de los integrantes de ambas organizaciones, por lo que la falta de formalidad en la modalidad de trabajo conjunto y las distancias entre ambas organizaciones, no fueron, ni son una dificultad. Sin embargo a la hora de tender vínculos a nivel nacional, como se pretende, la falta de una estrategia clara y formal de comunicación, como así también los medios para realizarla, se constituye en el principal problema de la Asociación.

En cuanto a las herramientas de comunicación que utilizan, son muy acotadas y para objetivos o fechas puntuales relacionadas a la temática. No existe una planificación estratégica en la comunicación, se presenta un acontecimiento, planifican la campaña y la llevan a cabo. Éstas suelen ser masivas, en vía pública y en diferentes establecimientos educativos; los soportes que utilizan son generalmente, folletos y afiches.

Si bien los resultados de las campañas que se realizaron fueron satisfactorios, con una estrategia bien definida y planificada ampliando estas herramientas y soportes se lograría una presencia en la sociedad más perdurable y efectiva.

Por otro lado, la organización tiene buenas relaciones con periodistas de los principales medios de comunicación de la Ciudad de Córdoba, sin embargo estos espacios no son optimizados, la asociación solo tiene presencia en medios, frente a un caso de violación o abuso sexual que hubiera sido publicado y en el que la organización estuviera trabajando. En este punto consideramos que la asociación podría estar posicionada en los diferentes medios como referente en la problemática, con mayor presencia, teniendo en

cuenta que es la única asociación en la provincia dedicada exclusivamente a los delitos sexuales. A su vez esto proporcionaría mayor prestigio a la organización facilitando la gestión de vínculos con otras instituciones.

Para lograr identificar y caracterizar a las diferentes organizaciones que podrían llegar a ser relevantes para la Asociación Civil Podemos Hacer Algo, se confeccionó el Mapa de Públicos, donde a través de las variables y categorías que abarca pudimos detectar las características principales y necesarias para el objetivo de nuestro trabajo.

Una primera clasificación, que hace referencia a la conformación legal de las diferentes organizaciones, determinará el tipo de relación que se podría establecer, por ejemplo en organizaciones sin personería jurídica se podrían realizar trabajos en conjunto, pero en un marco de cooperación, informal y para acciones concretas, ya que no se podrían establecer convenios formales de larga duración con obligaciones legales para las partes.

Con respecto a las organizaciones constituidas legalmente, fundaciones y asociaciones civiles, por las formas de gobierno y administración que poseen será menos burocrática la vinculación con asociaciones que con fundaciones, pero a su vez a la hora de realizar proyectos conjuntos de gran envergadura, será conveniente hacerlo con fundaciones, ya que poseen mayor prestigio a nivel social.

Otra diferencia entre estas organizaciones es la conformación de la comisión directiva, en las asociaciones civiles los mandatos tienen una duración de dos años; en las fundaciones los fundadores conservan el cargo por diez años, con la opción de ser vitalicios. Esta perdurabilidad en el cargo genera una forma de trabajo que si bien brindan continuidad en sus acciones, suelen derivar en una cultura organizacional anquilosada, lo que podría dificultar nuevas iniciativas o proyectos en conjunto.

Con relación al área temática que abarcan las diferentes organizaciones, se encontraron pocas destinadas exclusivamente a los delitos sexuales, pero como explicábamos anteriormente, contemplan esta problemática junto a otras tales como violencia familiar, menores en riesgo, cuestiones de género, etc.

Otra característica que se observó fueron los destinatarios de estas organizaciones, solo 13 destinan sus acciones a otras organizaciones con el principal objetivo de tender redes, aunque esta realidad no se constituya en una dificultad para nuestros objetivos, si nos permitirá detectar para que organizaciones será una prioridad tender vínculos y para cuales será una actividad secundaria.

Si bien estos son factores importantes para nuestro trabajo, consideramos que para nuestro objetivo debemos focalizarnos en las herramientas de comunicación y las modalidades de colaboración más utilizadas en estas instituciones. Respecto a la participación en redes identificamos varias instituciones que forman parte de redes ya existentes, donde desempeñan tareas de asesoramiento, difusión e investigación en diferentes ámbitos. También se observó que el hecho de poseer página Web facilita este tipo de relaciones, ya que todas las organizaciones que poseen página Web trabajan en red con otras instituciones y grupos afines.

En síntesis podemos decir que el principal problema de la Asociación Podemos Hacer Algo es la falta de una estrategia de comunicación perdurable. Lo que deriva en una mínima presencia en el sector de las organizaciones sociales, en medios de comunicación y en instituciones afines a la problemática de los delitos contra la integridad sexual.

Para lograr subsanar esta falencia desde una visión profesional de las Relaciones Públicas, se desarrollará un plan de comunicación con diversas tácticas y nuevas herramientas para insertar a la organización en el tercer sector a nivel nacional, con el fin último de generar redes institucionales.

11. Análisis de Factibilidad

	Alta	Moderada	Baja
Política			
Económica			
Técnica			
Humana			
Material			

- Política: Los integrantes de la Comisión Directiva de la Asociación Podemos Hacer Algo muestran un gran interés respecto a la investigación de este trabajo y los posibles aportes que de él se desprenden para la gestión de redes Institucionales.
- Económica: Teniendo en cuenta el tipo de organización sobre el que estamos trabajando, una Organización No gubernamental, sin fines de lucro y con un presupuesto escaso, la implementación de herramientas de un plan de acción muy costoso, sería difícil de efectuar. No obstante la falta de disponibilidad monetaria, la organización solventará los costos del proyecto con acciones de búsquedas de fondos, padrinazgos y colaboraciones de voluntarios y socios de la Asociación.
- Técnica: En relación a las tecnologías necesarias la institución Podemos Hacer Algo cuenta con herramientas que le permitirán llevar a cabo el plan de acción, teniendo en cuenta que la mayoría de las tácticas se tratarán de soportes digitales, podemos inferir que la factibilidad es alta.
- Humana: La organización cuenta con personas capacitadas en Relaciones Públicas, Comunicación, Publicidad y Diseño que integran áreas de Relaciones Institucionales y Nuevos Desarrollos, por lo que la factibilidad del plan de acción en este aspecto es alta.

- Material: Si bien la Asociación no cuenta con edificio propio, si posee un espacio cedido por una fundación, dedicada a investigaciones psicológicas, donde disponen de los recursos materiales y tecnológicos que se necesitarán para llevar a cabo el proyecto de aplicación. Sin embargo al ser un espacio cedido y compartido no se podría contar con la disponibilidad permanente del lugar.

Para concluir con este análisis, podemos decir que la factibilidad es Alta, si bien de los aspectos económicos y materiales se desprende una factibilidad moderada, no consideramos que sea un impedimento para el logro de objetivos, por lo que podemos inferir que es posible llevar a cabo el plan de Relaciones Públicas.

12. Proyecto de Aplicación Profesional

12.1 Objetivo General de Aplicación

Posicionar a la Asociación Civil Podemos Hacer Algo dentro del tercer sector a nivel nacional.

12.2 Objetivos Específicos de Aplicación

1. Generar presencia en organizaciones afines a la problemática que trata la Asociación Civil Podemos Hacer Algo.
2. Formalizar instrumentos de cooperación entre la Asociación Podemos Hacer Algo y organizaciones afines.
3. Generar espacios de trabajo compartido con organizaciones locales.
4. Instalar a la Asociación Podemos Hacer Algo como referente en la problemática de delitos sexuales en medios de comunicación masivos y especializados del sector.

13. Plan de Acción

Táctica 1: Página Web y mailing

Denominación: Podemos en RED

Objetivo: Facilitar el contacto entre la Asociación civil Podemos Hacer algo y otras organizaciones afines a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

Destinatarios: Organizaciones nacionales afines a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

Actividad: Esta táctica cuenta con dos actividades principales, en primer lugar se diseñará la página Web de la Asociación y a continuación se elaborará un mailing de presentación institucional con una invitación a visitar la página Web de la Asociación Podemos Hacer Algo.

- Página Web:

Para realizarla se deberán respetar los colores institucionales y la información proporcionada por la Asociación. La página tendrá diferentes links o “botones” donde el usuario podrá navegar las diferentes secciones de la página. El contenido de las secciones será:

“Qué Hacer”, Uno de los principales objetivos de la asociación es prevenir e informar acerca de los delitos sexuales, por esto nos parece pertinente esta sección donde se proporcionará información de dónde acudir en caso de haber sufrido un ataque sexual, que se debe hacer, que no se debe hacer y cómo prevenir estos ataques en diferentes ámbitos.

“Quienes somos”, esta sección estará orientada a una presentación institucional, donde se expondrán los antecedentes históricos, misión, visión, valores, estructura organizacional, convenios y proyectos en red con otras organizaciones.

“Novedades”, será un compilado de noticias y actividades relacionadas a la temática. Se publicará información sobre congresos, encuentros, novedades en el ámbito legal y psicológico, actividades de la Asociación y otras organizaciones. Esta sección se abrirá en un blog, este es un espacio que por sus características no requiere de conocimientos en programación, esto permitirá actualizar la información periódicamente, desde cualquier lugar y por cualquiera de las personas autorizadas a hacerlo.

“Medios”, en este sector se encontrarán notas de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo publicadas en diferentes medios de comunicación, esto servirá para brindar mayor información sobre las actividades que se desarrollan, generando una publicidad positiva de la organización.

“Colaboran con nosotros”, este será un espacio de agradecimiento y publicidad para quienes colaboran con la organización, también habrá un formulario de contacto para personas interesadas en colaborar con la asociación.

- Mailing:

Esta actividad consiste en el envío de información a modo de presentación institucional a las diferentes organizaciones afines a la Asociación Civil Podemos Hacer Algo.

Para desarrollar el contenido de la presentación institucional, se adaptará la información de la carpeta de identidad institucional de la Asociación (ver Anexo II) a un formato digital, haciendo hincapié en la historia, actividades,

objetivos y formas de contacto, en este último punto se invitará al destinatario a visitar la Página Web.

Tiempos: Una vez finalizado el diseño y programación de la Página Web, se enviará el mailing por única vez a las organizaciones de la base de datos obtenida a partir del mapa de públicos. La actualización de la página Web se realizará cada tres meses, a excepción de la sección “novedades” que se actualizará periódicamente o semanalmente según las necesidades.

Recursos: Para la confección y diseño de la página Web se necesitará un diseñador Web, un programador, un servicio de hosting y adquirir el dominio de la página. El presupuesto para poder llevar a cabo esta actividad es de \$1850 iniciales, más \$115 del servicio de hosting semestral, más \$75 anuales para adquirir y mantener el dominio de la página.

En lo que respecta al envío del mailing se necesitará un programa que facilite el envío de e-mail a bases de datos de gran tamaño, este programa se denomina Mail Bomber y es de descarga gratuita. Si bien la asociación no dispone de un amplio presupuesto destinado a actividades de comunicación, la táctica sigue siendo viable debido a colaboradores voluntarios que desempeñarán las actividades de diseño, programación y hosting. La organización sólo incurriría en los gastos anuales de dominio (\$75).

Control: Para evaluar el impacto de estas actividades se implementará un medidor de visitas (phpmyvisites), también de descarga gratuita, que permitirá llevar un control de la cantidad de visitas, el tiempo de navegación promedio por persona y otros datos relevantes a los fines de esta medición. También se implementará un buzón de sugerencias en el boletín institucional para que los usuarios puedan opinar acerca del contenido de la Página Web.

Táctica 2: Carpeta de presentación de convenios

Objetivo: Formalizar los instrumentos de cooperación entre la Asociación Podemos Hacer Algo y otras organizaciones.

Destinatarios: Organizaciones nacionales afines a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

Actividad: Consiste en elaborar una carpeta que contenga todo lo necesario para poder establecer un convenio de cooperación con otra organización. La carpeta se imprimirá con un diseño institucional, en papel de ilustración semi mate de 300 gr. en el interior tendrá dos solapas para contener la información. La solapa izquierda tendrá todo lo relacionado a la Asociación, presentación institucional, copia del estatuto de la asociación (esto es importante por el objeto social de la organización, que es lo que delimita sus actividades, también servirá para demostrar la forma jurídica y el N° de personería en caso de que la otra institución desee verificarlo), Folletería y tarjetas de contacto. En la solapa derecha se encontrará todo lo relacionado al convenio por establecer, un modelo de convenio marco y un modelo de proyecto conjunto entre ambas organizaciones, estos dos instrumentos tendrán tantas copias por carpeta como organizaciones en convenio.

Tiempos: La carpeta de convenios se confeccionará en el término de 15 días y estará a disposición de la organización de forma permanente para cuando resulte necesaria su utilización. En un principio se imprimirán 100 carpetas, la cantidad y frecuencia se irá ajustando a las necesidades de la organización.

Recursos: Para llevar a cabo esta actividad se necesitará de un diseñador gráfico para el diseño de la carpeta y papelería institucional (hojas membretadas, tarjetas de contacto, etc.). Dentro de la organización hay personal con conocimientos en publicidad y diseño gráfico, por lo que no se

incurriría en estos gastos. En cuanto a la impresión, Podemos Hacer Algo posee un convenio informal con la municipalidad de Córdoba pudiendo acceder a la imprenta del municipio para impresión de folletos, afiches y tarjetas de contacto. El costo de las carpetas por 100 unidades impresas es de \$600, para el contenido de las carpetas será necesaria una resma de hojas A4 \$19, los cartuchos para la impresora tienen un valor de \$35 c/u, en esta ocasión necesitaremos uno negro y otro de color. Esta actividad tendría un costo total de \$689.

Control: Para medir esta acción, necesitaremos una evaluación por parte de las personas de la comisión directiva de la asociación, que serán los principales usuarios de estas carpetas, se indagará a través de un registro de comentarios, acerca de la utilidad y/o necesidad de los instrumentos contenidos en la carpeta. A medida que se vayan utilizando y generando convenios, se irán agregando o quitando instrumentos contenidos en la misma.

Táctica 3: Evento Institucional

Denominación: Juntos Podemos Más

Objetivo: Generar espacios de trabajo compartido con organizaciones locales para construir vínculos y alianzas fructíferas entre la Asociación Civil Podemos Hacer Algo y organizaciones afines.

Destinatarios: Organizaciones de la Ciudad de Córdoba afines a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

Actividad: El evento se realizará con el objetivo de presentar la institución, las actividades que desarrolla, la forma de trabajo y el proyecto de formar redes con otras organizaciones locales. Se llevará a cabo una vez por año en el mes de Abril y tendrá lugar en la sede de la Asociación.

Se invitará al evento a organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y privadas relacionadas a la problemática, las invitaciones se enviarán a la sede de cada organización. Debido al espacio reducido del lugar del evento, solo se invitarán a dos personas por organización.

Como dijimos anteriormente, el objetivo de esta estrategia es generar espacios de trabajo conjunto con otras organizaciones, por lo que en este primer encuentro también se dará lugar a que las organizaciones invitadas puedan presentarse y describir las actividades que desarrollan.

En el momento de la presentación de la Asociación Civil Podemos Hacer Algo se hará entrega de una carpeta con información de la misma (carpeta institucional, Folletería y tarjetas de contacto) a lo que se adjuntará una ficha, que deberá ser entregada antes de retirarse, para completar con los datos de cada organización, representantes, y temas en los que les interesaría trabajar en conjunto con la asociación. Se entregará una carpeta por persona.

Para concluir el evento se invitará a los asistentes a una recepción con empanadas y vinos para generar un ambiente distendido, propicio para establecer contactos y compartir opiniones respecto al motivo del evento.

Tiempos: El evento se realizará una vez por año en el mes de Abril. Las invitaciones se enviarán con 10 días de anticipación, solicitando confirmación de asistencia. Cada organización dispondrá de 5 min. para la presentación de sus objetivos y actividades. La duración del evento no deberá superar las 3 hs., comenzará a las 19 hs. para finalizar a las 22 hs.

Recursos: Para desarrollar esta actividad, se deberá confeccionar la invitación al evento, será de tipo formal en una hoja A4 con una breve descripción de los objetivos y actividades de la organización, en una tarjeta aparte se invitará a participar del evento informando lugar, hora, día y cantidad de invitados. Esto irá en sobre de papel reciclado color maíz, membretado (20

unidades), que tendrá un costo de \$15, más una resma de hojas \$19, la tarjeta de invitación tiene un valor de \$8 x 20 unidades. Para el evento se necesitarán 60 sillas para los asistentes, una mesa para los disertantes, que después se utilizará para la recepción y un equipo de audio con micrófono. Para el material que se entregará a los asistentes, serán necesarias, 100 carpetas institucionales simples de cartulina tamaño A4 \$90, y fichas de contacto en la misma cantidad. Para la recepción se encargarán 10 docenas de empanadas que tendrán un costo de \$150, servilletas \$6 y 100 copas descartables \$92. La distribuidora de bebidas “La Catorce”, donará las gaseosas y vinos. La actividad en su totalidad tendrá un costo de \$380.

Control: A la ficha que se entregará a los asistentes para completar con los datos de cada organización, representantes, y temas en los que les interesaría trabajar en conjunto con la asociación, se agregarán dos puntos relacionados a las valoraciones personales respecto del evento.

Táctica 4: Stands en congresos

Objetivo: Lograr presencia en congresos, cursos y debates relacionados a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

Destinatarios: Organizaciones nacionales y profesionales afines a la problemática de delitos contra la integridad sexual.

Actividad: Consistirá en el montaje de un stand en congresos, seminarios, exposiciones y debates relacionados a la temática. Donde se brindará información de la asociación, actividades y formas de contacto, habrá también a disposición de los interesados, carpetas institucionales, folletería y afiches de prevención de delitos contra la integridad sexual. En el stand habrá dos personas brindando información, y recopilando datos de otras

organizaciones o particulares interesados, las personas que permanecerán en el stand serán integrantes de la asociación preferentemente.

Tiempos: Se elaborará un calendario anual con los diferentes encuentros, principalmente en la Ciudad de Córdoba, las fechas de presencia con stand dependerán de los días de realización del evento. Se deberá contactar con aproximadamente un mes de antelación a los organizadores para poder llevar a cabo esta actividad.

Recursos: Se necesitará una mesa, dos sillas, un mantel, un banner institucional e información de la organización (carpeta institucional, folletos, afiches y tarjetas de contacto). La asociación cuenta con todos estos recursos, para la impresión de las carpetas institucionales, se necesitará una resma de hojas A4 \$19 y un cartucho de tinta negra \$35. Por ser una organización para el bien común y social, no se incurriría en gastos de alquiler de espacio. El total de gastos para esta actividad será de \$54.

Control: Se realizará una breve encuesta a quienes se acerquen al stand, se les preguntará acerca de su percepción de la presencia de la organización en el congreso y expectativas de recepción de información. Se les solicitará algunos datos como dirección de e-mail, nombre y apellido y profesión. Estos datos se agregarán a la base, para el envío del boletín institucional (táctica N° 5).

Táctica 5: Boletín Institucional

Objetivo: Informar acerca de novedades en la temática, eventos, proyectos y nuevas actividades de la asociación, a través de un canal de comunicación digital.

Destinatarios: Organizaciones afines a la problemática, periodistas y personas interesadas en la recepción del boletín institucional.

Actividad: El objetivo principal de esta táctica es mantener informados a los destinatarios del boletín acerca de las novedades de la asociación y la problemática de delitos contra la integridad sexual. Para realizarlo será necesaria una recopilación periódica de noticias, actividades, congresos y eventos relacionados.

Para su realización se respetarán los colores institucionales, el logotipo y formatos utilizados por la asociación. Figurarán también los teléfonos de la asociación, dirección de la Página Web, e-mail de contacto y lugares donde acudir en caso de ser víctima de este tipo de delitos.

El contenido del boletín, estará compuesto por diferentes secciones:

- Editorial: Será redactada por los integrantes de la organización, de forma anónima, y hará alusión a experiencias, reflexiones y opiniones frente a la problemática.
- Institucional: Este espacio se utilizará para comunicar novedades de la organización, convocatorias, eventos, etc.
- Noticias: Se publicarán artículos periodísticos de delitos sexuales, leyes y todo lo relacionado a la temática. Cada nota tendrá un resumen de la noticia y un link para acceder a la noticia original.
- Agenda: se publicará información relacionada a congresos, jornadas de capacitación, debates, eventos en fechas especiales, cursos y demás actividades relacionadas. Cada información publicada, tendrá cita y link de la fuente de donde se obtuvo.

Para el envío del boletín se utilizará una base de datos ya existente en la organización, que se irá actualizando a medida que aumente la demanda de recepción. En la página Web habrá una opción de suscripción que abrirá una ventana donde figurará la descripción del contenido del boletín y la dirección de e-mail para solicitar la recepción del boletín institucional.

Tiempos: La recopilación de la información se hará periódicamente desde el área de Relaciones Públicas, se irá armando el contenido para ser publicado. El envío será mensual entre los días 10 y 15 de cada mes.

Recursos: Para esta actividad será necesario contar con una computadora con acceso a Internet, una o dos personas dedicadas a la recopilación de información, armado de contenido y una base de datos con las direcciones de correo donde se enviará el boletín. Para el envío será necesario el programa utilizado para el mailing de la táctica N° 1, que permite envíos masivos para bases de datos de gran tamaño. Los recursos necesarios para esta actividad están contemplados dentro del presupuesto general de la organización, por lo que no se incurría en gastos para el desarrollo de la táctica.

Control: Esta herramienta cuenta con la ventaja de obtener un feedback de manera inmediata, en caso de que así lo quisieran sus destinatarios. El boletín llega a la casilla de correo como un e-mail común brindando la posibilidad de “responder” al emisor, esas respuestas ingresan directamente a la bandeja de entrada de info@podemoshaceralgo.org, que es revisada periódicamente, este será un espacio para críticas, sugerencias, opiniones y consultas. Esto colaborará en la elaboración del contenido del boletín.

Otra forma de control que se aplicará será el movimiento en la cantidad de personas que reciben el boletín por mes, donde se evaluará cuantas personas solicitaron la suscripción y cuantas la remoción de la base de datos.

Táctica 6: Contacto con periodistas

Denominación: Ayudanos a informar

Objetivo: Instalar a la Asociación Civil podemos Hacer Algo como referente en la problemática de delitos contra la integridad sexual en medios de comunicación masivos y especializados del tercer sector.

Destinatarios: Periodistas de medios de comunicación masivos y especializados del tercer sector.

Actividad: Se elaborará material escrito y digital para enviar a periodistas de medios de comunicación, el material contendrá una nota de presentación y sensibilización frente a la problemática que trata la asociación, una carpeta con información de los antecedentes, las actividades que desarrolla, objetivos y proyectos, también se adjuntarán folletos y material de prevención. En la nota que encabezará la presentación se hará hincapié en la predisposición por parte de la organización para brindar información, estadísticas, datos y novedades relacionadas a la problemática. Se proporcionará el nombre de la persona y los medios para establecer contacto con la asociación.

Lo descrito anteriormente será elaborado en soporte papel, en un sobre dirigido al periodista y se enviará a su lugar de trabajo. Una vez enviado se realizará una llamada telefónica para confirmar la recepción del material, en esta comunicación se consultará al periodista si desea recibir el boletín institucional de forma mensual en su casilla de correo electrónico, a modo de actualización de actividades y novedades de la temática.

Para lograr desarrollar esta actividad será necesaria la elaboración de una base de datos de periodistas de medios de comunicación masivos y especializados, con nombre y apellido, teléfono, dirección laboral, e-mail, sección y medio al que pertenecen.

Tiempos: El material se enviará por única vez en los primeros días del mes de Marzo, para asegurarnos que nuestros destinatarios ya se encuentren en actividades normales, después de las vacaciones. La llamada de confirmación de recepción del material se realizará al día siguiente del envío. El boletín institucional, en caso de que deseen recibirlo se enviará del 10 al 15 de cada mes.

Recursos: Para esta actividad se necesitarán tantos instrumentos de comunicación como periodistas incluidos en la base de datos, sin embargo se hará una aproximación de 50 periodistas para poder realizar los cálculos correspondientes. Necesitaremos entonces, 50 carpetas institucionales \$300, 50 sobres blancos membretados tamaño oficio \$15, folletos, afiches, notas de presentación \$19 (resma de hojas) y tarjetas de contacto. La organización ya cuenta con estos últimos recursos, por lo que no habría que adquirirlos. A este cálculo habrá que agregarle el costo de envío \$ 30. La táctica tendrá un costo final de \$364.

Control: Para medir el impacto y efectividad de esta acción se preguntará vía telefónica al periodista si considera útil la información proporcionada y se indagará acerca de que otras herramientas considera necesarias que puedan ser brindadas por la organización.

Otra forma de control que se aplicará será la elaboración de un clipping de medios, a cargo del área de Relaciones Públicas de la organización, esta tarea comenzará en el mes de Octubre del año anterior a ser enviado el material, hasta el mes de Octubre del año siguiente. De esta forma se podrá comparar la presencia de la organización en los medios antes y después de esta táctica.

14. Cronograma de Actividades

Táctica	Actividad	Año 2008			Año 2009															
		Oct	Nov	Dic	Enero	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct						
Podemos en Red	Diseño	■	■	■																
	Programación			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Elaboración Mailing					■														
	Implementación Web						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Implementación Mailing						■													
	Actualización Web								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Actualización Sec. Novedades							■		■		■		■		■		■		■
	Control					■			■		■		■		■		■		■	■
Convenios	Planificación y Diseño	■	■	■																
	Diseño Gráfico		■	■																
	Impresión		■	■	■															
	Implementación			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Control			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Juntos podemos más	Planificación y Diseño					■	■	■	■	■										
	Impresión						■	■	■	■										
	Envío de invitación							■	■	■										
	Realización del evento								■	■										
	Control								■	■										
Podemos estar	Planificación				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Actualización Calendario				■		■		■		■		■		■		■		■	
	Impresión					■		■		■		■		■		■		■		
	Control					■		■		■		■		■		■		■	■	
Boletín Institucional	Planificación	■	■	■																
	Diseño y Programación		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Elaboración de contenido		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Implementación			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Control			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ayudanos a informar	Planificación y Diseño				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Impresión					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Implementación						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Clipping	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Control							■												
Evaluación Final												■	■	■	■					

15. Presupuesto

Es oportuno aclarar que el presupuesto de este plan fue elaborado teniendo en cuenta que la organización en la que se aplicará, es una ONG, por lo que se intentó disminuir los costos de manera tal que no incida en la calidad de los instrumentos. Los honorarios del profesional de Relaciones Públicas serán donados a la asociación.

TÁCTICA	COSTO
Podemos en RED	
- Dominio de Página Web	\$75
Carpetas para Convenios	
- Impresión	\$600
- Hojas A4 80gr.	\$19
- Tinta negra	\$35
- Tinta color	\$35
Juntos Podemos Más	
- Hojas A4 80gr.	\$19
- Impresión	\$23
- Empanadas x 10 docenas	\$150
- Copas descartables x 100	\$92
- Servilletas	\$6
- Carpeta cartulina A4 x 100	\$90
Stands en congresos	
- Hojas A4 80gr. X 4	\$76
- Tinta negra x 4	\$140
Ayudanos a informar	
- Impresión	\$315
- Hojas A4 80gr.	\$19
- Envío	\$30
TOTAL	\$1724

17. Evaluación

17.1 Evaluación de Tácticas

Resultados Esperados	Resultados Logrados	Resultados Inesperados	Método/Técnica
Podemos en RED: Facilitar el contacto entre la Asociación civil Podemos Hacer algo y otras organizaciones afines.			Medidor de visitas en la Página Web (phpmyvisites) y buzón de sugerencias en el boletín institucional acerca del contenido de la Página Web.
Convenios: Elaborar instrumentos formales de cooperación entre la Asociación Podemos Hacer Algo y otras organizaciones.			Encuestas y análisis de sugerencias de los integrantes de Comisión Directiva de la Asociación Podemos Hacer Algo, a través de un registro de comentarios.
¿Podemos conocernos?: Generar espacios de trabajo compartido con organizaciones locales para construir vínculos y alianzas fructíferas entre la Asociación Civil Podemos Hacer Algo y organizaciones afines.			Cuestionario aplicado a las personas que asistieron al evento. Sugerencias y valoraciones del evento por parte de los asistentes.

Resultados Esperados	Resultados Logrados	Resultados Inesperados	Método/Técnica
<p>Stands en congresos: Lograr presencia en congresos, cursos y debates relacionados a la problemática de delitos contra la integridad sexual.</p>			Encuesta a quienes se acerquen al stand, se indagará acerca de la presencia de la organización en el congreso y las expectativas de recepción de información.
<p>Boletín Institucional: Crear un canal de comunicación digital para informar acerca de novedades en la temática, eventos, proyectos y nuevas actividades de la asociación.</p>			<p>Análisis de los movimientos en la cantidad de personas que reciben el boletín por mes, donde se evaluará cuantas personas solicitaron la suscripción y cuantas la remoción de la base de datos.</p> <p>Revisión periódica de la casilla de correo info@podemoshaceralgo.org.</p>
<p>Ayudanos a Informar: Instalar a la Asociación Civil podemos Hacer Algo como referente en la problemática de delitos contra la integridad sexual en medios de comunicación masivos y especializados del tercer sector.</p>			<p>Encuesta telefónica al periodista acerca de la utilidad de la información y sugerencias.</p> <p>Clipping de medios antes y después de la aplicación de la táctica.</p>

17.2 Evaluación Global

Para evaluar la totalidad del proyecto de intervención se realizará una evaluación final. Una vez transcurridos seis meses de aplicación del plan de acción, se medirá la efectividad del mismo y su influencia en el posicionamiento actual de la Asociación civil Podemos Hacer Algo en el tercer sector a nivel nacional.

Para realizarlo se aplicarán los mismos instrumentos utilizados en la etapa de investigación, con el objetivo de contrastar los resultados obtenidos en esta primera etapa de indagación, con los de la etapa de aplicación del plan de Relaciones Públicas e Institucionales.

Se realizarán entrevistas en profundidad a los integrantes de la Comisión Directiva de la asociación. Por otro lado se hará un análisis global triangulando la conclusión de la etapa de diagnóstico, los objetivos planteados para la realización del plan de acción y los resultados obtenidos una vez transcurridos los seis meses de su implementación.

Con esto se pretende medir la concordancia y efectividad del trabajo en general, identificando si los objetivos se cumplieron de forma total o parcial, cuáles fueron las principales desviaciones y sus causantes.

18. Conclusión

El objetivo principal de este trabajo fue introducir a la organización en el tercer sector a nivel nacional y de esta forma generar alianzas, articular recursos, compartir información, conocimientos y experiencias con organizaciones relacionadas a la temática de delitos contra la integridad sexual.

En el trabajo de campo se pudo identificar por un lado a las organizaciones afines a la problemática a nivel nacional, con las que se podría establecer vínculos institucionales de acuerdo a la caracterización de cada una de ellas, y por otro las necesidades y expectativas de vinculación por parte de los integrantes de la asociación.

A raíz de los resultados arrojados por entrevistas y observación directa del funcionamiento de la organización, pudimos detectar el principal problema de la misma: la falta de una estrategia de comunicación perdurable y cómo esto incidía directamente en una mínima presencia de la asociación en el sector de las organizaciones sociales, en medios de comunicación y en instituciones relacionadas a la problemática de los delitos contra la integridad sexual.

Con el fin de subsanar esta falencia desde una visión profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales, se elaboró un plan de comunicación orientado a posicionar a la asociación dentro del tercer sector a nivel nacional. Para lograrlo, se diseñaron diversas tácticas destinadas a generar presencia y espacios de trabajo compartidos con organizaciones afines con las que se podría establecer vínculos, para este fin se crearon instrumentos de cooperación brindando un marco formal a dicha actividad. Por último se confeccionó una estrategia orientada a instalar a la organización como referente en la temática, en medios de comunicación masivos y especializados del sector.

Para finalizar es importante destacar la pertinencia de la labor del profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales en el diseño de estrategias de comunicación, orientadas a generar relaciones recíprocas y confiables entre la organización y su público objetivo.

Como mencionamos a lo largo del trabajo, resulta fundamental la intervención en materia de comunicación, para lograr superar la falta de planificación y profesionalización en este tipo de organizaciones, acostumbradas a que las buenas intenciones y el bien común no requieren de estrategias comúnmente utilizadas en otros sectores.

Sabemos que para lograr que las relaciones establecidas y por establecer dentro de una organización, sean exitosas, se debe conocer con precisión lo que se quiere comunicar, a quién y las formas en que se va a realizar; no es casual que la comunicación sea la herramienta facilitadora de estos procesos; es aquí donde las Relaciones Públicas e Institucionales cumplen un rol fundamental. Convirtiéndose en una herramienta clave para, entre otras cosas, dar a conocer la razón de ser de la organización y sus actividades, buscar organizaciones afines y formar redes, encontrar patrocinadores, donantes y voluntarios, crecer en el sector del que forman parte de manera profesional y estratégica y lograr concientizar a la sociedad acerca de las problemáticas que la afectan.

En líneas generales podemos concluir en que el presente proyecto de aplicación profesional, brindó una solución frente a las falencias comunicacionales identificadas en la organización. Afirmando de esta manera que las Relaciones Públicas son una disciplina totalmente aplicable a cualquier tipo de organizaciones, incluso las del tercer sector.

19. Bibliografía

- AVILIA LAMMERTYN, R. (1999). *Relaciones Públicas Estrategias y tácticas de comunicación integradora*, Ed. Imagen, Buenos Aires.
- BARTOLI, A. (1992). *Comunicación y Organización: La organización comunicante y la comunicación organizada*. Ed. Paidós SAICF. Buenos Aires.
- CAPRIOTTI, P. (1992). *La Imagen de Empresa*, Ed. El Ateneo, Barcelona.
- Código Penal, Actualización: Denominación del Título III, Libro II según ley 25.087.
- GRUNIG, J. y HUNT (2000). *Dirección de Relaciones Públicas*, Ed. Gestión, 2000. España.
- RAMÍREZ ANGARITA, M. (1998). *IV Encuentro Iberoamericano del Tercer Sector, Ed. Memoria, Buenos Aires*.
- REAL PÉREZ, A. (1998). *IV Encuentro Iberoamericano del Tercer Sector, Ed. Memoria, Buenos Aires*.
- ROITBARG, M. (1995). Cuaderno de Derecho Civil, Ed AZ editora, Buenos Aires.
- SCHEINSOHN, D. (1996). *Comunicación Estratégica, Management y fundamentos de la Imagen Corporativa*, Ed Macchi, Buenos Aires.
- SCRIBANO, A. (2002). *Introducción al Proceso de Investigación en ciencias Sociales*, Ed. Copiar, Córdoba.
- TOBAR, F. y FERNÁNDEZ PARDO, C. (2001). *Organizaciones Solidarias Gestión e Innovación en el Tercer Sector*, Lugar Editorial, Buenos Aires.
- TORTI, A. (2006). *Comunicar para Cooperar*, Espacio Editorial, Buenos Aires.
- VIEYTES R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y Técnicas*. Ed. De las ciencias. Buenos Aires.

Sitios Web consultados

- Diccionario de Acción Comunitaria y Cooperación al Desarrollo.
<http://dicc.hegoa.efaber.net> (22/11/07).
- Agenda de la Comunicación . Net
http://www.agendadelacomunicacion.net/archivos/RRPP_para_ONG.pdf
(28/11/07).
- Universidad del Salvador, Facultad de Ciencias Sociales.
<http://www.salvador.edu.ar/csoc/idicso/docs/aongpp001.pdf>
(28/11/2007).
- Comunidar. Comunicadores Solidarios.
<http://www.comunidar.org.ar/caracterizacion.htm> (28/11/07).
- Revista Interforum
http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/093003efoque_ong.html
(02/12/07).
- Periodismo Solidario <http://www.periodismosocial.org.ar/> (25/11/07).
- Centro de Cultura y Mujer <http://www.cecym.org.ar/> (25/11/07).
- Red Informativa de Mujeres de Argentina <http://www.rimaweb.com.ar/>
(25/11/07).
- Sector 3 <http://www.sector3.net/portal1/default.asp> (26/11/05).
- Cenoc www.cenoc.gov.ar (29/11/07).
- Fundación Minetti
<http://www.fundacionminetti.org.ar/spanish/Principal.html> (22/11/07)
- Fundación de Organización Comunitaria
http://www.fundacionfoc.org.ar/red_02.htm (03/04/08)

ANEXO

Anexo I

Mail de Ana (Víctima del violador serial)

Hace tres años decidí venir a estudiar a Córdoba... con todo lo que eso implica... dejar mi familia, mi lugar, mi casa, para hacer realidad mi sueño de independizarme, de empezar a armar mi vida...

Desde que llegué siempre me manejé caminando para todos lados, total acá todo queda a dos cuadras... nunca me pasó nada y siempre me confié de eso...

Todos saben que Nueva Córdoba es una ciudad aparte de Córdoba, por que es re seguro, por que siempre hay gente en la calle, y más cuando hace calor es increíble Nva Cba en verano)...

El sábado 28 de agosto, la noche estaba bárbara y quedamos con unas amigas en que salíamos a Mitre para hacerle la gamba a una de las chicas... me bañé, me cambié, me pinté y salí caminando para la casa de las chicas como a la una de la mañana... había un montón de gente en la calle, la Estrada parecía una peatonal, así que en ningún momento me dio miedo caminar sola...

Caminando por Chacabuco (antes de llegar a Oro bajando x la mano derecha) me di cuenta que venía alguien atrás mío... un tipo, que en un momento me dice no sé q cosa (no me acuerdo) y cuando me quiero dar vuelta me dice que no le mire la cara por que me iba a cortar entera... en ese momento no me di cuenta de lo q pasaba... me puso la mano en el hombro como abrazándome y me dijo que en Oro íbamos a doblar a la derecha... yo estaba a 20 metros de la casa de mis amigas!...

...doblamos por Oro hasta Poeta Lugones y comenzamos a bajar... el tipo me dijo que no me asustara, que no me iba a hacer nada, que lo único que quería era q lo acompañe a la terminal para hacerlo zafar de la policía... me dijo "q le vas a decir a la policía si los encontramos?" y le dije "que soy tu novia pero si no me haces nada" y me dijo "si hubiera querido hacerte algo te hubiera llevado para el parque sarmiento"... me preguntó cuanta plata tenía, le dije que diez pesos, que se los llevara, que se llevara lo q quisiera (todo lo q tenía de valor estaba en una carterita que tenía colgada del hombro), me dijo que no se quería llevar nada, que lo acompañara hasta la terminal, que ahí me dejaba irme y que me guardara esa plata para volverme en un remis (considerado el hijo de puta)...

Cuando íbamos caminando (por Lugones) me preguntaba que barrio era ese, en q barrio vivía yo, si sabía llegar a la terminal, si estábamos muy lejos de ahí (como haciéndose el desorientado para q me creyera que no era de acá), siguió preguntándome que hacían mis viejos, como me llamaba, cuantos años tenía, y todo el tiempo me decía que me tranquilizara, que caminara rápido por que estaba apurado y se tenía que ir, y que no le mirara la cara (de hecho no

se la miré)... cuando llegamos a una calle q se llama Transito Cáceres (q es x donde suelo bajar yo para ir a la terminal) le dije q era por ahí, me dijo "estas segura que es por acá?" le dije que si, pero el dijo que no, que mejor no íbamos a doblar, que íbamos a seguir derecho"... cruzamos al otro lado justo después de pasar el puente...

Entre el boliche Lugones y el puente hay unas escaleras que llevan a los viejos molinos Minneti, el lugar está abandonado, es un baldío lleno de basura q a esa hora (1 de la mañana) está totalmente desierto por que es muy oscuro...

Me hizo subir por las escaleras, para meterme en el baldío, mientras me decía que no gritara por que ahí no me iba a escuchar nadie, y yo por miedo a q me "cortara entera" o me matara me quedé piola... me dijo que me iba a revisar para ver si tenía mas plata y si era así, me mataba, me hizo sacarme el sweater q tenía puesto y me lo puso en la cabeza, después me hizo separar las piernas y me palpó... como te palpa la policía antes de entrar a un recital de los piojos, o de la bersuit, o de cualquier grupo (siempre te palpan). Pero ese "palpado" se convirtió en un manoseo y termino en lo que este enfermo hijo de mil puta quería... violarme.

Fue lo más denigrante, espantoso y humillante que me toco vivir en mis 20 años de vida. La verdad es que después de eso pense que me iba a matar... me dijo que no lo denunciara por que la única q iba a pasar vergüenza era yo, por que a él no lo iban a agarrar (me repitió mil veces q no lo denunciara), me dijo "acá no hay ningún enfermo", q no le dijera nada a nadie, me preguntó si me alcanzaban los 10 pesos para tomarme un remis (¿?) , me dejo ir, saliendo para la ruta 9, él se fue para el otro lado y yo en la ruta me tomé un taxi para la casa de mis amigas que todavía me estaban esperando para salir... estaba histérica, no podía parar de llorar, no podía hablar, me quería bañar, me sentía sucia, ultrajada...

Conté a mis amigas lo que me pasó y me llevaron a la seccional de policía q está en la Buenos Aires antes de llegar a Rondeau, dijimos lo que me había pasado y de ahí nos llevaron en una camioneta a la central en la Colón...

me tuvieron un rato esperando y pasé a dar la declaración con un tipo que estaba a cargo del caso... ahí me dijeron que el tipo que me agarró fue el violador serial... que había "reaparecido"... cuando me tomaron la declaración me preguntaron a donde me había violado y el policía me dijo "yo sé a donde te llevó, pero contame vos"... " no sos la primera chica a la que el violador lleva ahí... de hecho, hubo un oficial parado en las escaleras de los viejos molinos desde las 19.30 hasta las 23.30, y a esa hora se fue x q el violador siempre había atacado entre esas horas (como si el hijo de puta no tuviera más ganas de violar después de las once)...

Después me fui enterando de que el tipo está suelto hace DOS AÑOS, que ya violó + o menos a 30 chicas denunciadas, (x q se piensa de q en realidad es el doble pero hay una mitad q por miedo, asco o la q fuere no denuncia)... después de hacer la denuncia nos tuvieron sentados una hora esperando a q

apareciera algún móvil para trasladarnos a policía judicial para q en medicina forense me hicieran un examen, y al final terminamos yendo en un auto todo baleado, y en medicina forense me atendió un médico (hombre) que me hizo el examen (fue como si me violaran otra vez), y al final me dejaron irme a mi casa... al otro día hicimos el recorrido con la policía, me llevaron al lugar para identificarlo y para ver si encontraban alguna prueba de algo (miraron así no más y después nos fuimos)...

al otro día hicimos el identikit con una dibujante (lo hizo ella como le pareció por que yo al tipo no llegué a mirarlo), hablé con una psicóloga , y ahí terminó el trabajo de la policía... pero me dieron un par de datos interesantes, como por ej que este tipo actúa a fines de mes, en esa zona (por Chacabuco, Salguero, Paraná, Lugones) ,a esa hora (cuando está más o menos oscuro). El tipo debe haber medido 1.70 mas o menos, morocho (de pelo y piel), acento cordobés no muy marcado, pero cordobés al fin, parecía gordo pero creo que en realidad era robusto mas que gordo...

LA POLICÍA SABÍA (Y SABE HACE DOS AÑOS) QUE EL TIPO ACTÚA EN ESA ZONA, EN ESA FECHA DEL MES, A ESA HORA, CON EL MISMO MODUS OPERANDIS, TIENEN EL PERFIL PSICOLÓGICO Y EL IDENTIKIT EXACTO ECHO POR UNA PERSONA QUE LO VIÓ DE FRENTE Y NO LO AGARRAN...

yo al principio pensé "son unos inoperantes", pero me di cuenta de que en realidad hay algo más en todo esto... el violador tiene algún tipo de protección, o maneja algún tipo de información, por que es INSÓLITO y ABSURDO que después de dos años y tantos ataques no lo agarren...

Esto es una especie de "cartita de la víctima" no para dar lástima ni mucho menos, si no para que sepan q EL VIOLADOR SERIAL ESTÁ SUELTO Y LO VA A SEGUIR ESTANDO POR QUE GOZA DE ALGÚN TIPO DE INMUNIDAD O PRIVILEGIO QUE HACE QUE LA POLICÍA NO LO AGARRE...después de atacarme violó a dos chicas más (ya no a fin de mes) e intentó atacar a otra hace unos días... de más está aclarar o volver a mencionar q el tipo es policía o funcionario público, algún tipo de cargo debe tener para que después de dos años y más de una treintena de violaciones se nos siga cagando de risa en la cara...

no es un ataque personal, por que si bien me dio vuelta la vida, también lo hizo con mi familia, con mis amigos y con la gente que conozco... éste mail no tiene el fin de que se pongan a quemar ruedas en la puerta de la legislatura o de la central de policía, sino que estén alertas... absolutamente todos, si bien las mujeres somos las víctimas directas, los hombres que tienen amigas, novia, primas, hermanas, hijas, etc. son víctimas secundarias...

NO ANDEN SOLAS, NO SE DESCUIDEN, NO SE CONFÍEN... el tipo está en nueva córdoba, está suelto, actúa indiscretamente y lo va a seguir haciendo... sabe exactamente lo que hace, cómo hablarte, que decirte y como convencerte... NO tiene límites por que el organismo que se supone que se los ponga (la policía), NO LO HACE... no se olviden que NO FUI LA PRIMERA NI LAMENTABLEMENTE LA ÚLTIMA... me imagino que pensarán "por que no

saliste corriendo, te tiraste al piso, gritaste, hiciste algo?", en ese momento no puedes por que te bloqueas, siempre creí q yo iba a poder reaccionar y no pude... pensé q nunca me podía pasar... no te das cuenta de que te puede pasar hasta que te pasa...

Desde que me violó que tengo sueños espantosos, todo el tiempo asustada, paranoica, con miedo, sintiendo que todos los tipos que andan en la calle me pueden violar, o hacerme algo, siempre con miedo, con el corazón en la mano y los nervios hechos mierda por que la seguridad de Córdoba y del país es una cagada... no se confíen de los canas del CAP que lo único que hacen es buscar bardo o hacerse los chetos en las camionetas, camionetas de las cuales, con el violador agarrado de mi hombro y a lo largo de 12 cuadras no vi ni una, NI UNA... hasta parece que le dejan el campo libre...

No se olviden que ese sábado estaba cantado que el tipo atacaba (fin de mes, 1 de la mañana, sin vigilancia policial en los viejos molinos ni en ninguna calle)...

Lamentablemente la única forma que hay de agarrarlo al tipo es con las manos en la masa, esto no lo digo únicamente yo sino mucha gente entendida en el tema, por eso tenemos que estar preparadas y mentalizadas de que si alguien nos llama de atrás, nos pone una mano en el hombro, o nos agarra, la única forma de zafar es gritando, tirándote al piso, abrazando a alguien que ande por ahí, metiéndote en un negocio o simplemente corriendo...

No te olvides que el tipo agarra a las víctimas en lugares públicos en donde si reaccionas rápidamente no solo te puedes escapar sino que lo pueden agarrar... con mis amigas estuvimos pensando en alguna forma de identificar que a alguien le esta pasando algo y es llevando un silbato en la mano, por que a lo mejor el grito no te salga, pero soplar si. La idea es llamar la atención de las personas que estén por ahí... no te expongas a que te pase, por que en media hora un enfermo hijo de puta te puede dar vuelta la vida... no camines sola de noche, es preferible \$2,50 en un remis q el miedo para toda la vida a que te hagan algo... no te quedes con este mail, no te olvides que le puede pasar a alguna amiga, a tu prima, a tu hermana, a tu novia, a tu hija, A VOS, pasalo a todos tus contactos. -

Consideraciones Generales

La violencia es un problema complejo, una problemática que se relaciona de manera directa con esquemas de pensamiento y aspectos culturales, sociales, económicos y familiares que conspiran en perpetuar la invisibilidad de estos hechos.

Los actos de violencia se constituyen como conductas aprehendidas, que se transmiten de generación en generación, a veces tolerados, justificados y facilitados, social y culturalmente impidiendo a quienes los padecen, el ejercicio de sus derechos como seres humanos.

Además de las facetas conocidas de la violencia colectiva, existen también cuestiones igualmente importantes, pero relegadas socialmente a un segundo plano, como la violencia juvenil, el maltrato de menores, el maltrato de ancianos, la violencia contra la pareja, la violencia sexual, la auto infligida o los suicidios.

No podemos seguir ajenos a este tipo de delitos, no podemos esperar a que en cada familia exista una víctima de un hecho violento, es hora de cambiar este tipo de conductas, siendo condición necesaria erradicarlas para garantizar de una vez y para siempre la plena vigencia de los derechos humanos.

Quienes somos

La asociación civil Podemos Hacer Algo es una entidad fundada a comienzos del año 2005 por un grupo de jóvenes. La misma es una institución de naturaleza formal, privada, autogestionada, con voluntariado, sin fines de lucro, no partidaria y orientada al bienestar social.

Esta organización surge como respuesta a una problemática social, más precisamente la de delitos contra la integridad sexual.

El delito contra la integridad sexual es un problema polifacético, multicausal y extendido que debe ser reconocido por todos quienes conformamos esta sociedad.

Es hora que desmitifiquemos este tipo de conductas y que empecemos a llamarlas por su nombre: Una violación es un acto antijurídico, una transgresión, un delito, un crimen que no puede ser permitido, un hecho que bajo ningún punto de vista debe permanecer oculto.

No podemos seguir mirando para otro lado, no podemos seguir distantes de esta realidad que se encuentra latente en cada rincón del mundo.

Creemos vehementemente que podemos producir un cambio. Se requiere de un gran compromiso a escala social, de reciprocidad, obligación moral y deber hacia la comunidad, una responsabilidad compartida que genere una cultura a favor de la no-violencia.

Por que creemos que estamos a tiempo de modificar esta realidad, decidimos crear este Centro de Orientación, Asistencia y Prevención de delitos contra la integridad sexual.

Antecedentes Históricos

Podemos Hacer Algo nació como una historia sin precedentes en la ciudad de Córdoba. Todo empezó el 28 de Agosto del 2004 cuando una de nuestras amigas fue atacada por el violador serial que tuvo en vilo a la ciudad de Córdoba durante trece años.

Fue en el momento en el que la vimos llegar cuando despertamos de un largo sueño. Su rostro había cambiado, sus ojos pedían que de una vez por todas se hiciera algo pero, ¿Por quién debíamos hacerlo? ¿Por ella? Ya era demasiado tarde, el daño estaba hecho.

Fue entonces cuando nos dimos cuenta que nadie está exento de nada, que una historia de una violación no es una tragedia ajena, que ya no sirve pensar en que las cosas algún día van a cambiar, que debíamos comprometernos con la sociedad.

Con el pasar de los días el número de víctimas iba creciendo, la historia se estaba repitiendo y tal vez estaba en nuestras manos cambiar esa realidad.

Así nació la idea de escribir una carta con el fin de advertir a la sociedad de lo que estaba ocurriendo, la forma en que el depravado actuaba, los lugares donde interceptaba a sus víctimas, las diferentes formas de prevenir este tipo de ataques, donde acudir en caso de que ocurriera. (ver anexo).

La carta recorrió el país y el mundo vía e-mail, alertando, informando y previniendo a todas las potenciales víctimas de este tipo de delitos que atentan contra la integridad sexual de las personas.

La respuesta de la gente fue inmediata, solidaria y comprometida. Gracias a eso descubrimos que no estábamos solos, que existen personas con la misma preocupación, responsabilidad y predisposición que nuestro grupo.

Comenzamos a trabajar en conjunto con cada una de las víctimas que nos contactaban con el fin de proporcionarles la contención e información

necesaria para que se hiciera justicia, para que pudieran recibir un tratamiento psicológico adecuado, para que sus historias no quedaran en el olvido.

Logramos terminar con la inmovilidad de las autoridades. Lo que se había mantenido bajo un manto de silencio durante tantos años, se hizo evidente. Éramos cientos de mujeres reclamando por nuestra integridad, por nuestros derechos básicos como persona, por la seguridad, por la justicia. Decidimos aunar esfuerzos en esta incansable lucha para evitar nuevos abusos y ultrajes.

Con el tiempo fuimos consiguiendo que nuestras demandas se escucharan, así nació lo que hoy es la Unidad Judicial de la Mujer, un organismo dependiente del poder judicial, creado con el fin de proporcionar un lugar que centralizara el proceso por el que tienen que pasar las víctimas de delitos sexuales, desde el momento de la denuncia hasta el alta terapéutica.

Logramos que se proporcionara a los estudiantes un servicio de transporte gratuito para ciudad universitaria (zona donde más ataques se habían realizado).

Se ordenó la realización de un banco de datos de toda la fuerza policial y la penitenciaria.

Pero lo más importante es que logramos que se identifique y se capture a un delincuente que se mantuvo impune durante 13 años, que durante todo ese tiempo pasó desapercibido y sació su enfermedad con más de cien víctimas.

Por habernos constituido como uno de los actores claves en los casos de violación más aberrantes de la ciudad de Córdoba que conmocionaron al país entero, es que en la actualidad decidimos continuar con nuestra lucha formalizando nuestras actividades a través de un centro interdisciplinario capaz de brindar el asesoramiento, asistencia y prevención de delitos contra la integridad sexual.

Nuestra visión

Abordar la problemática de delitos contra la integridad sexual de las personas, a escala nacional y en convenio con otras organizaciones afines previniendo este tipo de delitos para lograr la disminución del índice de abuso sexual en el país.

Nuestra Misión

Proporcionar orientación y asistencia pertinente a quienes hayan sido víctimas y/o victimarios de este tipo de delitos, intentando disminuir la violencia sexual abordando esta problemática desde una visión interdisciplinaria, realizando acciones preventivas y otras tendientes a la promoción de la no-violencia.

Valores

Compromiso: Por que sabemos que el dolor persiste, aún con el paso del tiempo.

Confidencialidad: Por que tuvimos miedo. Porque necesitábamos confiar en alguien.

Respeto: Por que entendemos la magnitud de las secuelas de una violación. Por que vivimos la revictimización.

Eficiencia y Calidez: Por que fuimos víctimas de la inoperancia. Por que para alguien que sufre no hay tiempo de espera. Por que quien tiene contacto cercano con una víctima debe estar capacitado para hacerlo. Por que de el tratamiento que reciba la víctima dependerá el tiempo para que deje de serlo.

Objetivo general

Brindar las herramientas necesarias para realizar acciones de asistencia, prevención y orientación a la sociedad en general en todo lo referente al delito contra la integridad sexual de las personas.

Objetivos específicos

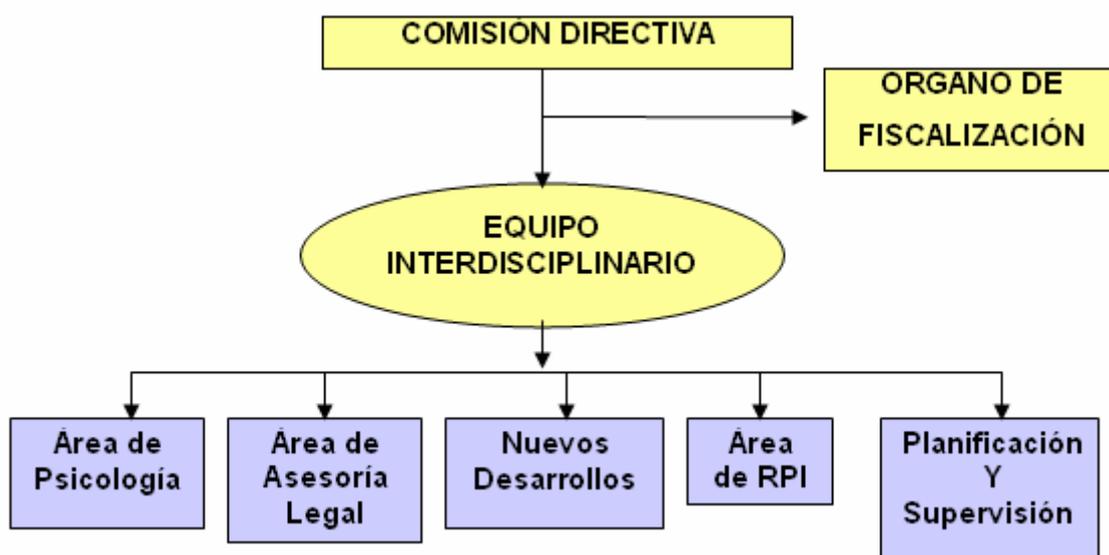
- Proporcionar asistencia terapéutica a víctimas de abuso sexual.
- Diseñar programas de rehabilitación para abusadores sexuales.
- Proporcionar herramientas para reflexionar la violencia sexual y sus efectos.
- Fomentar la cooperación de todos los sectores sociales para la promoción de la no-violencia.
- Brindar información respectiva a las distintas formas de prevención de delitos contra la integridad sexual.
- Dignificar la vida, el reconocimiento y el respeto de los derechos humanos.
- Establecer convenios con otras instituciones provinciales, nacionales, públicas y privadas vinculadas a la problemática.

Destinatarios

- Víctimas de delitos contra la integridad sexual de las personas.
- Familiares de víctimas de abuso sexual.
- Organizaciones No Gubernamentales afines a la problemática.

- Alumnos, docentes y co-docentes de las comunidades educativas públicas y privadas de la Provincia de Córdoba.
- Fuerzas de Seguridad.
- Centros de atención medica provinciales y municipales.
- Poder Ejecutivo Municipal, Provincial y Nacional.
- Poder Legislativo Municipal, Provincial y Nacional.
- Poder Judicial Provincial y Nacional.
- Instituciones religiosas.
- Comunidad en General.

Estructura Institucional



Actividades

Orientación

- Asesoramiento legal a víctimas y/o familiares de las mismas según la naturaleza del caso.
- Asesoramiento y asistencia en el proceso de denuncia.
- Diseño y establecimiento de normas de procedimientos y protocolo para la atención de víctimas de delitos contra la integridad sexual.
- Diseño de instrumentos adecuados de registro de violencia sexual en diferentes instituciones.
- Apoyo y asesoría para el desarrollo de proyectos y actividades relacionadas al abuso sexual.

Contención

- Realización de terapias de grupo.
- Creación de Espacios de reflexión.
- Estimulo y apoyo a eventos y movilizaciones sociales pacificas a favor de la no-violencia.

Prevención

- Educación a la comunidad en general sobre temas de prevención del abuso sexual en todos los ámbitos.
- Realización de Jornadas de información para la comunidad en general.
- Articulación de acciones preventivas e informativas a nivel interinstitucional e intersectorial.

- Realización de Debates, Conferencias, Congresos, Foros y Talleres alusivos a los delitos contra la integridad sexual.
- Realización de eventos a escala nacional y local sobre análisis situacional de la violencia sexual.
- Creación de un banco de datos de víctimas de delitos contra la integridad sexual, clasificado por género y edad con carácter confidencial y reservado.

Promoción

- Promoción de una cultura de denuncia del Abuso Sexual.
- Organización de eventos que promuevan la no-violencia.
- Promoción del respeto a los derechos humanos.
- Sensibilización de la comunidad en general promoviendo la participación activa del ciudadano.

Conclusión

Todos hemos escuchado alguna vez que los argentinos somos hijos del rigor y pareciera que con el tiempo hemos empezado a creer que de verdad lo somos. Porque permitimos que constantemente violenten nuestros derechos, porque dejamos que nos lastimen, porque sin darnos cuenta alimentamos la impunidad y el silencio. No perdonamos pero preferimos olvidar.

Formamos parte de una sociedad donde rige el silencio y se cumple a rajatabla la premisa del “no te metas”. Una sociedad acostumbrada a creer que lo que no se ve, no existe. Convirtiéndose poco a poco en cómplice del abusador. Una sociedad que no se conmueve con el que sufre, que aún no entiende que las respuestas no llegan solas y que el mundo no va ser un lugar mejor si desde hoy no lo construimos. Si no logramos entender que el ser humano se compone no solo de lo físico, sino también de lo emocional, de lo psíquico.

No podemos permitir que se siga atacando la integridad de las personas, no podemos permitir que se siga coartando la libertad, no podemos permitir que se siga causando daño.

No podemos tolerar todo esto por que PODEMOS HACER ALGO, debemos generar un cambio que llegue a verse reflejado en la sociedad, un cambio que nos tenga por protagonistas, un cambio que implique una mejor calidad de vida para todos.

Es por todo esto, que consideramos indispensable la creación de un centro capaz de unificar acciones pro activas, no solo reactivas frente a este tipo de delitos, intentando disminuir las cifras de ataques contra la integridad sexual de las personas.