

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Dependencia de adscripción al PAP

Departamento de Estudios Socioculturales (DESO)

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Alter Código: Escenario de Afectados Ambientales



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

6B04 Programa de Industrias Creativas Audiovisuales y Digitales
“Conflictos Socioambientales en Jalisco”

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comunicación y Artes Audiovisuales: Luis Gerardo Mercado Alfaro

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica: Ana Rosa Tirado Cabello

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica: Jimena Rodríguez Robles

Lic. en Ciencias de la Comunicación: Fabiola Sinahi Montalbo Elias

Lic. en Ciencias de la Comunicación: Andrea Ureña Garibay

Lic. en Gestión Cultural: Christian Aubert Alatorre

Profesor líder PAP: Daniela Mabel Gloss Nuñez

Asesores PAP: Francisco Rivera y Susana Larios

Tlaquepaque, Jalisco; Julio, 2018.

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	2
1. Introducción.	3
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	4
1.3. Antecedentes	5
1.4. Contexto	6
2. Desarrollo:	
2.1. Sustento teórico.	12
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	16
3. Resultados del trabajo profesional.	23
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	26
5. Conclusiones.	41
6. Bibliografía.	43
7. Anexos (en caso de ser necesarios).	46

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

El presente reporte se enfoca en el trabajo realizado por el equipo del PAP Alter Código, durante verano del 2018. El proyecto consistió en el desarrollo de una estrategia de creación de material audiovisual útil y de calidad, mismo que será desarrollado a lo largo de los siguientes períodos para la creación de contenidos de redes sociales y de la plataforma de fondeo. El objetivo fue colaborar en conjunto con organizaciones no gubernamentales que trabajan con afectados ambientales, con el fin de darles una imagen digna e íntegra, así como mayor visibilidad a las problemáticas socioambientales y a las alternativas que se están realizando. El trabajo se realizó por medio de la investigación etnográfica, a través de entrevistas semiestructuradas y de la observación participante, lo que conllevó a la recopilación de datos y al registro de las necesidades de los afectados; así como el análisis de material audiovisual producido en otras campañas o colectivos en materia de sustentabilidad y medio ambiente. Posteriormente se llevó a cabo un análisis de lo entregado en el periodo anterior y se realizaron ajustes además de una estrategia de producción.

1. Introducción

Nuestro reporte es la evidencia del trabajo realizado en conjunto durante la temporalidad del verano 2018. En un principio se presentan los objetivos del proyecto de aplicación profesional que decidimos inscribir, donde a través de la elaboración de productos y estrategias de comunicación, colaboramos con la construcción de una imagen digna e íntegra de grupos sociales estructuralmente desfavorecidos en conjunto con dichos grupos y distintas organizaciones.

Posteriormente presentamos nuestra justificación, los antecedentes del proyecto y un acercamiento al contexto (apoyándonos en textos y fuentes de información que nos permitieron sensibilizarnos y adentrarnos a la realidad que viven de los afectados ambientales) para que el lector se entere de lo que sucede a nivel mundial, pasando por la situación tan particular en Latinoamérica para finalmente aterrizar en el escenario de nuestro país y finalmente comprender concretamente lo que sucede en Jalisco.

Continuando con nuestro registro escrito de evidencias, el reporte presenta al sustento teórico, la planeación y el seguimiento del proyecto, incluyendo la metodología, el cronograma y las visitas de campo. Finalmente indagamos sobre el producto más importante de nuestro equipo: la campaña de fondeo y además compartimos nuestros aprendizajes éticos, sociales, personales y profesionales.

En general, la experiencia que tuvimos al trabajar en este proyecto fue bastante enriquecedora, ya que, además de conocer la manera en la estas movilizaciones y grupos defienden sus tierras, pudimos aprender cómo aplicar nuestros conocimientos profesionales, ya fueran audiovisuales, publicitarios y comunicativos, enfocados a este tema para potenciar su alcance al público meta.

Por otra parte, al realizar trabajo de campo y escuchar las historias de vida de las mujeres que se encuentran en conflicto ambiental y las alternativas que proponen, nos concientizó y nos impulsó a realizar acciones amigables con el medio ambiente en nuestra vida cotidiana, ya que, al estar expuestos a esta información, pudimos ser más perceptivos en lo que hacíamos en nuestra vida diaria y en cómo afectan nuestras acciones al medio ambiente.

1.1. Objetivos

A continuación se presentan los objetivos que se fijaron para este periodo de verano PAP Alter CÓDIGO en el equipo de Afectados Ambientales, los cuales guiaron el trabajo que realizamos.

Objetivo general

Colaborar en la construcción de una imagen digna e íntegra de los grupos sociales, estructuralmente desfavorecidos, a través de la construcción de una estrategia de campaña y un manual de lineamientos para la creación de material audiovisual, en conjunto con organizaciones no gubernamentales que trabajan con dichos grupos. En este caso trabajamos con afectados ambientales.

Objetivos particulares:

- Elaborar una planeación de campaña de fondeo para recaudar fondos para cubrir las necesidades de la Escuela para Defensoras.
- Planear los contenidos necesarios para la campaña de fondeo.
- Crear un logo y un manual de identidad para formalizar la identidad de la Escuela para Defensoras.
- Crear manuales de estilo para el contenido de redes sociales para que los miembros de la Escuela para Defensoras puedan retomar el trabajo por su cuenta.

1.2. Justificación

Las afectaciones ambientales son algo que todos vivimos, pero las alternativas y soluciones para poder sobrellevarlas existen, es así que nació la escuela para defensoras Benita Galeana; una asociación civil creada en el 2014, por mujeres feministas originarias del Estado de Jalisco, con el objetivo de llegar a más mujeres para que de esta manera adquieran conocimientos de diversos campos, principalmente enfocados en la conservación del medio ambiente.

De esta Organización nace el proyecto del Mercadito flor de Luna, un establecimiento en donde las mujeres productoras ofrecen sus artículos producidos de manera orgánica al público, con el objetivo de crear una cultura de consumo consciente. Sin embargo, los recursos no son suficientes para conseguir la infraestructura necesaria.

Por esta razón, el PAP Alter CÓDIGO decidió colaborar con la Escuela para Defensoras, aplicando los conocimientos de las distintas áreas de los integrantes

del equipo para crear una campaña de fondeo que se llevará a cabo en redes sociales, pensada estratégicamente en cuatro etapas, informativa, de sensibilización y de agradecimiento.

De igual manera, se estará trabajando en tácticas de construcción y difusión de contenido en donde se dé a conocer las alternativas que proponen, así como las historias de vida que forman a las integrantes de la Escuela para defensoras, siguiendo una lógica que nos lleve a tener un buen alcance con el público meta. Con esto esperamos lograr también una concientización del público en general y visibilizar no solo las problemáticas que nos aquejan a todos, sino las soluciones que existen y las maneras en que podemos aportar a la lucha.

1.3 Antecedentes del proyecto

El proyecto Alter CÓDIGO es desarrollado en el Departamento de Estudios Socioculturales (DESO), con el propósito de ayudar a la construcción de una representación íntegra y digna de los sectores menos favorecidos de la sociedad, por medio de investigaciones etnográficas y producción audiovisual. Alter CÓDIGO inició trabajando con adultos mayores obteniendo buenos resultados, los cuales, incentivaron a la colaboración con afectados ambientales: La Escuela para Defensoras Benita Galeana A.C.

En semestres anteriores se trabajó con afectados ambientales de la siguiente manera; se realizaron visitas de campo con el propósito de realizar análisis etnográfico, con base al análisis se elaboró un registro de imágenes y video. Posteriormente se comenzó con la difusión del material obtenido para transmitir una imagen de equidad de los ambientes explotados, y de esta manera, contribuir a la reducción de estereotipos creados desde el poder.

La Escuela para Defensoras Benita Galeana es una escuela ecofeminista que surge —hace más de 30 años— del deseo de un grupo de mujeres feministas de que “más mujeres se apropien de su cuerpo, de sus conocimientos y herramientas para poner en práctica y vivir una vida digna, con respeto, igualdad, y sin violencia”(Alter CÓDIGO, 2018). Las miembros de esta escuela buscan impulsar un cambio en las relaciones de poder entre hombres y mujeres trabajando en conjunto con la armonía con la naturaleza y el medio ambiente (Alter CÓDIGO, 2018).

Durante la vida de esta Escuela, se ha logrado impulsar diversos procesos sociales, económicos y educativos, con mujeres campesinas, indígenas y urbanas en Jalisco y a nivel nacional, ya que el proyecto está integrado por mujeres de

hasta veinte municipios del estado de Jalisco en un rango de edad que va desde los 25 hasta los 60 años, unas con hasta cuarenta años de experiencia trabajando con mujeres. Ellas han trabajado la defensa de los derechos de las mujeres, y la de los territorios, en pro de una economía social solidaria, el uso de medicinas naturales y alternativas para el buen vivir (Alter CÓDIGO, 2018).

1.4. Contexto

Para comprender el surgimiento de los conflictos socioambientales, tenemos que ubicarnos en un marco, en el cual seamos capaces de comprender el orden estructural y simbólico del conflicto, ya que con base en eso podemos generar variables que nos permitan orientarnos dentro de dicho marco. Por ello, presentamos los acontecimientos que rodean la situación actual en una perspectiva que comienza desde el ámbito mundial, pasando por el filtro de Latinoamérica, y finalmente aterrizando en nuestra realidad inmediata en México y concretamente en Jalisco.

Cuando hablamos de afectaciones ambientales siempre pensamos en la contaminación y escasez de recursos naturales; sin embargo, esto va más allá de estos aspectos, ya que en su mayoría también implican relaciones de poder, intereses de por medio y grandes cantidades de dinero.

Dichas relaciones de poder llevan al ejercicio de la política y el ejercicio de esta implica la capacidad para imponerse sobre la voluntad de un grupo o individuo, a pesar que de este se deba ejercer a la fuerza y contra la voluntad de quien o quienes lo resisten (Weber, 1974).

Para entender la relevancia política de nuestro trabajo con las colaboradoras defensoras del campo, tuvimos que darnos cuenta de las consecuencias del sistema educativo y político neoliberal capitalista que rige nuestra actualidad, descrita a continuación por Pedro Vargas:

“La Formación social capitalista y sus relaciones sociales completamente injustas y devastadoras que explota, oprime y domina culturalmente a la Clase Obrera, donde los Campesinos ya no cuentan, los Pueblos Originarios son expulsados de su pachamama y se pretende además arrebatarnos su cosmogonía. La formación social capitalista es un modo de producción que enriquece y mantiene en la opulencia a una minoría y empobrece a las grandes mayorías, concentrado y centralizado aún más de lo que ya estaba el capital, aumentando la acumulación de capital en cada vez menos manos” (Vargas, 2016).

Ese modo de producción desfavorecedor sucede en el planeta entero, pues en la actualidad todos los habitantes estamos atravesando por una situación de afectación socio ambiental a consecuencia de la priorización de intereses del ser humano al querer obtener beneficios de distintos caracteres, entre ellos monetarios y de poder. Como respuesta a lo anterior, existe resistencia local ante leyes o política que los afectados ambientales consideran destructivas o injustas.

Estamos frente a un fenómeno mundial, que en los últimos años ha ido incrementando, si bien esto siempre se ha visto, las clases altas que son minorías explotan a las mayorías trabajadoras, en años recientes esto se va incrementando, despojando a pueblos enteros de sus hogares y sus tierras para concretar proyectos millonarios que solo benefician a unos cuantos, la explotación de tierras protegidas para la construcción de bienes raíces y la extracción desmedida de recursos naturales.

Un reflejo de esta situación es el Atlas de Justicia Ambiental que fue creado por EJOLT (*Environmental Justice Organizations, Liabilities and Trade*), el cual mapea de manera específica los conflictos socio ambientales que existen en el planeta y ubica en cada país los conflictos por los que cada uno está lidiando.

EJOLT califica como más sobresalientes los conflictos; la extracción de minerales cuyos procesos de obtención de aluminio, estaño y cobre dejan un daño irreversible, los países ubicados en América del sur son los más explotados ya que el mayor número de casos documentados por el atlas se distribuyen entre Colombia (72), Brasil (58), Ecuador (48), Argentina (32), Perú (31) y Chile (30); el manejo de desechos, provocado por la cantidad de desperdicios sólidos botados, siendo el continente europeo el número uno en este tipo de daños, y por último; el conflicto de Tierras, caracterizando el despojo de territorio como uno de los problemas más ocurridos en centroamérica.

Según el *Environmental Justice Atlas* (2018), se registra un aproximado de 500 conflictos socio-ambientales en todo América Latina, sin embargo, estos son solamente los registrados, se sabe que existen cientos de conflictos que pasan desapercibidos a causa de su falta de visibilidad por parte de los medios y otros factores. Así mismo, estos son solamente los conflictos, lo cual significa que existe alguna clase de resistencia o movilización, por lo cual significa un sesgo con respecto a la cantidad real de problemas ambientales que existen. Todos somos afectados ambientales, aunque esto no significa que estemos en conflicto ambiental, en algunas ocasiones, estos procesos se llevan a cabo sin que exista algún tipo de resistencia por parte de los afectados, son procesos que se ponen

en marcha sin que nadie proteste, pero no por esto significa que no nos afecten de manera directa o indirecta.

Dentro de América Latina, muchos indígenas se han resistido a este tipo de leyes sacando a relucir la manera en que ellos ven el cuidado del planeta. Sin embargo, éstas luchas se ven afectadas por la exclusión de grupos étnicos por parte de la sociedad al verlos cómo ajenos, en lugar de como una parte de ellos (Martínez, 2005, p. 260).

De acuerdo con Paz (2012), los agravios ambientales pueden ser distintas acciones, como el despojo de recursos y territorios, destrucción o amenaza de su entorno de vida, afectación de vida o causa de contaminación y que el uso, el acceso y el control de los recursos (Paz, 2012. p. 27-28). Son conflictos de poder, es decir, esta apropiación y explotación es un conflicto que se da con grandes empresas y que el gobierno lo permite.

Los movimientos más significativos en Perú, Ecuador, México, Bolivia y Argentina poseían seis características en común: responden a problemas de territorio; buscaban autonomía del estado y de los diferentes partidos políticos; revalorizaron su cultura y afirmaban la identidad de su gente y sus sectores sociales, tanto los nuevos como viejos pobres atendieron las afirmaciones de diferencia étnica y de género, el cual juega un rol importante en los movimientos de mujeres; formaban sus propios intelectuales (secciones de la clase media que tenían inclusive educación universitaria se hundieron en la pobreza; los sectores populares ahora estaban armados con nuevos conocimientos y capacidades que facilitaron la auto-organización y el auto-entrenamiento); tenían un rol cambiante de la mujer con nuevas relaciones de género establecidas en organizaciones sociales y territoriales; su relación con la naturaleza y la organización del trabajo, la mínima división de trabajo basado en nuevas técnicas de producción que no destruyan el medio ambiente (Zibechi, 2012, pp. 14-17).

En América Latina, el movimiento organizado de Justicia Ambiental estuvo estrechamente vinculado con algunas iglesias cristianas, con el catolicismo popular y con la teología de la liberación orientada hacia los pobres.

La verdad es que estos lenguajes religiosos están ligados a menudo tanto con la agricultura sustentable como con la vida silvestre (por ejemplo, el culto a la Pachamama, *Madre Tierra* en los Andes) mientras que en otros momentos el ecologismo de los pobres no utiliza ningún lenguaje religioso (Gosling citado en Martínez Alier, 2005, p. 265).

En la actualidad, México forma parte del desarrollo hegemónico, debido a que cuenta con una organización social y económica que busca recursos naturales y mercados en los cuales colocar la creciente producción de manufacturas, resultado a su vez de la expansión tecnológica, que tiene como objetivo intensificar los procesos y globalizar su alcance, lo cual ha generado una “expansión tanto del capital nacional como transnacional” (Toledo, 2015, p. 85).

Para Ulrich Beck (1998), esta expansión ha afectado a los territorios de manera tanto social como ambiental, debido a unos cuantos intereses financieros de gente con poder, que afecta las bases mismas de la sobrevivencia de la raza humana, amenaza nuestra Tierra y nos obliga a vivir en condiciones de incertidumbre¹ ante el futuro de nuestra Tierra. Esto ha generado que las comunidades que forman parte del sistema de desarrollo alternativo entren en conflicto con los proyectos que se buscan implementar con el objetivo de ir a la vanguardia con el resto de países desarrollados (Jiménez, 2018).

Actualmente en el sistema de desarrollo hegemónico que se vive en el país, los negocios basados en el despojo son muy lucrativos y forman parte de las características de dominio de dicho sistema; sin embargo, “estos negocios generan y producen resistencias debido a las consecuencias y problemas para la reproducción de vida” (Martín, 2017, p. 128).

Estos despojos se clasifican en 10 tipos (Martín, 2017): agua, campo, pueblos indígenas, concesiones o proyectos mineros, megaproyectos de infraestructura, proyectos energéticos, capital inmobiliario, desechos urbano-industriales, privatización de playas y costas, y capital ilegal. Todos estos despojos provocan afectaciones ambientales, desplazamiento y desaparición de pueblos, barrios y comunidades (Martín, 2017, p. 128), lo cual genera que las personas que están siendo afectadas se empiecen a movilizar con base en sentimientos de injusticia al ser testigos de las afectaciones a su territorio (Poma, 2014).

Como ya se mencionó, estos conflictos han hecho que comiencen a surgir movimientos sociales en las comunidades, debido a que se ven afectadas por el capitalismo y los procesos de expansión que este implica. Es por esto que las comunidades buscan defender sus derechos para así poder vivir en un territorio

¹ En el texto *La sociedad del riesgo* de Ulrich Beck (1998), el autor menciona como un riesgo a la incertidumbre, debido a que es un producto de expansión capitalista en una etapa globalizada, en donde los efectos del modelo hegemónico sobre el medio ambiente afectan de manera sistemática a todos los seres humanos, sin hacer distinción de países, razas, edades o condición social; sin embargo, los afectados más graves ante este riesgo, son aquellos que se encuentran en condiciones de desventaja social (Beck, 1988).

sin violencia y que de esta manera se empiece a generar y defender el poder social (Toledo, 2015, p. 89).

De acuerdo a la Encuesta Intercensal realizada en el 2015, en México hay 7'382,785 personas de 3 años y más de edad que hablan alguna lengua indígena, esta cifra representa el 6.5% del total nacional (INEGI, 2016); estos residen en áreas de riqueza biológica (con biodiversidad) y conservan recursos fitogenéticos como el maíz, el jitomate, el chile, la calabaza, entre otros. Ellos tratan de defender y resistir los intentos de mercantilizar los recursos naturales que se encuentran en sus tierras de las corporaciones que intentan privatizarlos (Toledo, 2015, p. 85).

Los movimientos que han surgido en México, buscan reconstruir el proceso económico por medio de una nueva racionalidad productiva a través de un proyectos sociales centrados en la autonomía cultural, la democracia y la productividad de la naturaleza, los cuales están compuestas por ecologistas campesinos, indígenas, mujeres, pacifistas y consumidores, quienes han vivido y sufrido los efectos del desarrollo hegemónico. Esto con el fin de poder satisfacer nuestras necesidades de desarrollo sin comprometer los recursos, defendiendo así a las estructuras comunitarias y locales del uso de recursos naturales ante la amenaza del mercado y/o Estado (Hernández, 2014. p. 39).

Según el INEGI (2018), en 2016, los gastos del sector público en favor del medio ambiente en México fueron de 130,770 millones de pesos: una cifra equivalente al 0.7% del PIB Nacional. El impacto de la generación de residuos, la degradación y contaminación, para 2016, fue equivalente al 4.6% del PIB del país. “El costo por la degradación ambiental fue de 4.0%, derivado principalmente de las emisiones contaminantes al aire provenientes de las fuentes móviles como autos particulares, camiones de pasajeros, camiones de carga y taxis, entre otros. Adicionalmente, la degradación por residuos sólidos urbanos para el año 2016 fue equivalente al 0.3% del PIB, de los cuales, el 11.6% correspondió a los residuos plásticos” (INEGI, 2018).

Por su lado, Jalisco atraviesa por un momento de despojo en diferentes ámbitos: despojo del agua, en el campo, a pueblos indígenas, concesiones y proyectos mineros, megaproyectos de infraestructura públicos y privados, proyectos energéticos, despojo por el capital inmobiliario, desechos urbano-industriales, privatización de playas y costas, capital ilegal etc. (Martin, 2013-2017, p.128).

Detrás de estos despojos existe un enorme capital y ambición de acumulacion y poder que es lo que mueve los proyectos para arrebatarse a las

personas sus tierras, territorios y recursos. Las grandes industrias, o las grandes ciudades siempre terminan por afectar para su beneficio propio a los más pequeños en este caso los pueblos que tienen el recurso, tal es el caso con Guadalajara y su zona metropolitana, que en los esfuerzos de proveer agua a sus habitantes afecta a pueblos más pequeños y cercanos que cuentan con este recurso, lo que desató la lucha de cinco pueblos en Tlajomulco (Martin, 2013-2017).

Entre los factores que han influenciado al sistema actual que rige gran parte del mundo, uno de los más significativos es el sector del campo, puesto que este es una de las áreas por excelencia que ha sufrido uno de los cambios más significativos a la par de la globalización y la tecnología agroecológica. Siendo este un punto inflexivo para analizar la desarticulación social y cultural de la agricultura tradicional y las prácticas sostenibles.

Ante tales casos de despojo de sus tierras, sus hogares y sus recursos, los habitantes de estos pueblos Jaliscienses, levantan sus voces y exigen sus derechos, exigen ser escuchados y que se paren los proyectos que afectan su entorno. Las personas son invisibilizadas cuando existen grandes complejos que dejan capital de por medio, a las grandes industrias no les importa pasar sobre los habitantes de estos lugares, si esto les garantiza, dinero y acumulación de bienes (Martin, 2013-2017)

Casos como los referidos, que se reproducen por todo el campo de Jalisco, muestran de manera concreta e histórica que las condiciones de acumulación originaria de despojo y cercamientos para apropiarse de territorios, eliminar las fuentes tradicionales de subsistencia, obligan a la gente a incorporarse al trabajo asalariado están presentes en el actual momento mexicano (Martín, 2013-2017, p.143).

Ellos fungen como habitantes que buscan justicia social y buscan tener mayor participación en la toma de decisiones de su entorno, para buscar alternativas que les devuelvan un poco de equidad.

2. Desarrollo

En esta sección, se explicarán los conceptos importantes para el proyecto, que construyen el contexto del proyecto, así como se desarrolla cómo se trabajó en el periodo de verano, es decir, los tiempos, actividades y visitas de campo que se realizaron y asignaron en este periodo.

2.1. Sustento teórico

Para explicar los conceptos que se utilizan en este documento, se va a partir desde la distinción entre lo que son los conflictos y las afectaciones ambientales, ya que es el eje central, de ello se van a desprender temas como la defensa del territorio, los movimientos y las emociones que estos conllevan, el feminismo y, por último, la subjetividad. Tomando en cuenta que no son conceptos independientes, sino que se relacionan entre todos.



Cuando hablamos de una afectación, se refiere a una condición en la que el ambiente se encuentra dañado, sin embargo, no se han tomado acciones que traten de moderar o erradicar la problemática que envuelve el entorno (Milenio, 2016).

Por otra parte, cuando se habla de conflicto, se refiere a una problemática ambiental que ya se ha comenzado a tratar mediante resistencias organizadas por las personas que forman parte de la comunidad perjudicada. Un ejemplo de esto es lo que sucedió en Cherán, Michoacán. Tras una serie de eventos delictivos, principalmente la tala clandestina, los miembros de la comunidad decidieron formar autodefensas para controlar esta situación.

La diferencia entre conflicto y afectación ambiental es que un conflicto es aquel en dónde se ha dado una movilización por parte de aquellos afectados ya sea para combatir el problema, buscar una solución o responsabilizar al causante. Mientras que la afectación es simplemente cualquier situación en dónde el medio ambiente se vea dañado, ya sea que esto dañe una comunidad, se contamine el subsuelo o cualquier otra situación de esta índole (Milenio Digital, 2016).

A partir de esta noción de las afectaciones y conflictos ambientales, surge un tema de gran importancia, el cual es la defensa del territorio. Según Zibechi, el territorio es el espacio donde construir una nueva organización social colectivamente para que, materialmente y simbólicamente, se comience a apropiarse el espacio (Zibechi, 2012, p. 19). Es importante comprender el significado detrás de la apropiación del territorio, pues es la manera de recuperar el espacio libre de las instituciones que explotan la tierra y que no reparten ganancia con los propietarios ejidales.

Actionaid, una organización guatemalteca que trabaja en defensa de los derechos, describe que el despojo ha sido la causa principal de la “defensa del territorio”. Asimismo, el tema de los despojos ha venido ocurriendo desde el año 1492 y ahora en la postmodernidad, los gobiernos, medios de comunicación, empresas e instituciones, siguen imponiendo y apropiándose de los bienes públicos de todas las personas, en cuestión del desarrollo económico. Si bien, la defensa del territorio es una lucha genuina con el objetivo de hacer valer los Derechos sobre el espacio, los recursos y las propias instituciones de los afectados ambientales.

La defensa o disputa de los recursos naturales es otro punto importante dentro del choque que las poblaciones tienen con los actores del capitalismo; ya sea por conflictos ambientales de gestión, siendo la ausencia de normatividad o contraposición de las mismas, por parte de las autoridades de gobierno; o por los viejos conflictos respecto al control de recursos y territorios de escala local. De manera actual, los conflictos de gestión ambiental o la falta de ésta, son los más recurrentes y se han generalizado a partir del avance del neoliberalismo (Paz, 2012, p. 33).

Lo anterior sucede por ejemplo, permitiendo a las empresas multinacionales que realicen negociaciones cuestionables, sobre los recursos naturales que extraen de países con estructuras y políticas débiles. Cuando hablamos de recursos naturales, nos referimos a los elementos que componen la naturaleza y que son esenciales para los seres humanos, como el agua, el aire, la tierra, la flora y la fauna, entre otros. Asimismo, se tienen los recursos no renovables como algunos minerales (por decir, el cobre y la plata), el gas natural, el petróleo, y/o depósitos subterráneos (Arteta, et al. 2008, p. 168).

Con la defensa del territorio, las personas empiezan a movilizarse de una manera más formal para poder impulsar un cambio en su entorno. Rovira-Sancho (2013) menciona que todo movimiento social busca sensibilizar a la opinión pública para que considere sus acciones, no como acontecimientos aislados o

violentos, que es como los medios de comunicación los pintan, sino como exigencias razonables de justicia, es decir, que exigen cosas que son derechos de las personas (Rovira-Sancho, 2013, p.37). Con esto, se refiere a que los medios buscan modificar la imagen de los movimientos para que los espectadores los vean como una exigencia sin precedentes, y de esta forma, desvalidan todo por lo que están luchando y no dejan que se haga un cambio.

Como lo menciona Rovira-Sancho (2013), los grandes medios masivos deciden por su cuenta y sus conveniencias, qué se ve y qué no, e indican cómo lo interpreta el receptor, es decir, controlan la información que recibe la población para su propio beneficio, dejando de lado los objetivos de los movimientos.

Por esta misma razón, en la actualidad, las resistencias y movimientos son vistos como un problema, los ciudadanos que no participan y se informan sobre estas tienen una concepción de que son por intereses, problemas, que generan crisis, son egoístas, así que las trivializan e ignoran. No ven el fondo emocional de lo que es para las personas del movimiento la defensa de su territorio, sus casas, tradiciones, lugares simbólicos, etc. (Poma, 2014). Por otro lado, gracias al Internet, las posibilidades de comunicación de muchos a muchos, cambia el escenario monopolizado y se puede tener una comunicación directa del movimiento sin los filtros de los medios masivos (Rovira-Sancho, 2013, p.40).

Los movimientos intentan, de forma muy activa, generar significados para participantes, antagonistas y observadores (...). Definen o asignan significados, interpretan los eventos relevantes y las condiciones dadas de modo que se acaben movilizando miembros potenciales, se consiga un mayor apoyo externo al propio movimiento y pierdan fuerza sus oponentes (Rovira-Sancho, 2013, p.36).

Con esta cita, nos referimos a la fuerza que los movimientos tienen para movilizar a las personas que simpatizan con ellos. Si se les da el reconocimiento necesario y llegan a su público meta, pueden ser un gran componente para hacer un cambio a pro o en contra de algo, ya que, al hacer uso de todos estos significados que generan, mueven algo dentro de las personas que los escuchan y estos, en cambio, les dan su apoyo.

Poma (2014) menciona que hay distintas razones por las cuales las personas defienden su territorio: por el choque moral, el sentimiento de injusticia y por su apego al lugar. En cuanto al sentimiento de injusticia, las personas lo relacionan con la magnitud de la afectación y con la idea que tienen de que los promotores tienen intereses particulares en el proyecto, o ven como una situación de los de “arriba” y los de “abajo”, que son los “pobres” y los “ricos”, los que ganan

y los que pierden, y estas personas, que son las afectadas, son los segundos. Además de que no lo ven como una pérdida económica, así que no se sienten mejor solo con una compensación monetaria (p. 389-391).

Toledo (2015) menciona la importancia de los movimientos sociales para los proyectos alternativos es urgente, ya que en su mayoría estos proyectos están muy ligados a la producción o servicio de modos alternativos para producir y consumir. A grandes rasgos, estos movimientos se guían por los principios de solidaridad, cooperación, democracia participativa, entre otros. Casi siempre los proyectos alternativos son propuestas por comunidades rurales, ya que estas son las que se interesan por el tema y quieren ver una transformación, no su destrucción (p. 90).

En el contexto de este proyecto, una parte fundamental es la perspectiva de las afectaciones ambientales, de la búsqueda de alternativas y de la defensa del territorio desde un punto feminista, ya que se busca impulsar un cambio en las relaciones de poder entre hombres y mujeres trabajando en conjunto con la armonía con la naturaleza y el medio ambiente (Alter CÓDIGO, 2018).

Francoise d'Eaubonne quien fue una escritora y feminista francesa, acuñó el término ecofeminismo, mientras denunciaba el sexismo de los movimientos ambientalistas, por medio de una acusación al sistema patriarcal de la destrucción del ambiente y de conducir al planeta en algo inhabitable para las futuras generaciones, debido a un colapso ecológico como consecuencia de la doble explotación masculina sobre la mujer y la naturaleza (Bustillos, 2005. p. 65).

Bustillos (2005), menciona que las raíces del ecofeminismo no solo se basan en el ecologismo y el feminismo, sino que también se basa en la relación entre el "yo", la sociedad y la naturaleza, es decir que indaga en las relaciones de poder a nivel género que intervienen en las afectaciones ambientales. Estas intervenciones llevan a un análisis de las estructuras económicas y sociales con la naturaleza, así como un análisis político de la relación entre el androcentrismo y la destrucción del ambiente, motivo por el cual el ecofeminismo considera que es indispensable un cambio social, el cual debe iniciar por una reconstrucción de valores en base a relaciones de igualdad participativa y la no violencia (Bustillos, 2005. p. 66).

El ecofeminismo busca enfatizar la necesidad de que surja un feminismo transformativo, con el cual se puedan enfrentar los valores patriarcales presentes en las sociedades actualmente, tales como el de posesión y conquista, por medio de un reposicionamiento de aspectos éticos, que rechacen esta lógica de

dominación, para así generar una relación armónica con la naturaleza y la sociedad.

Se debe tomar en cuenta que, en todos estos temas hay una mirada, una perspectiva particular desde la cual se expresa y permea todo. Subjetividad se define como: “perteneciente o relativo al modo de pensar o de sentir del sujeto, y no al objeto en sí mismo”, de modo que, por definición, la subjetividad es considerada una clase de “irrealidad”, algo ajeno a lo que es la “verdad”. Sin embargo, la subjetividad es una realidad en sí misma. Todos vivimos en una realidad propia formada de nuestro contexto, crianza, incluso, manera de ver. La subjetividad es inherente al ser humano, es por esto que tiene que ser retratada para poder crear empatía por medio de ella.

“La objetividad era inherente. Y sin embargo tenían siempre, necesariamente, un punto de vista” (2003), en esta cita, Sontag nos habla de la subjetividad de las fotografías, estas pese a que son pensadas como retratos fieles de la “realidad” implican una mirada, una visión que cambia según la persona que tome la cámara, así como la persona que la observe. Una fotografía puede ser el retrato de una masacre o de una victoria según la persona que la vea. De misma manera la persona que toma una foto puede incluso cuando no está ficcionando o controlando la escena, manipular la misma para que aquello que retrata se vea de distintas maneras. Es así que la subjetividad se convierte en uno de los principales conflictos en nuestro trabajo y se nos presenta la pregunta ¿Cómo mostrar la realidad del otro, sin deformarla con mi percepción? para la cual concluimos que mediante la cohesión en el trabajo, construyendo juntos y ayudando a construir una narrativa conjunta.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

A continuación se desglosará lo que se hizo durante el periodo del PAP, cómo se trabajó, es decir, con qué metodología se trabajó; los trabajos en general y explicando todas las actividades específicas por fechas, así como también se describen las visitas de campo que se realizaron a los distintos lugares esenciales para la creación de contenido.

- Enunciado del proyecto

En esta sección, se hablará brevemente lo que se logró con este proyecto, se presentarán las soluciones que se les dió a los objetivos especificados anteriormente.

En esta etapa del proyecto PAP, se realizó la investigación y contextualización (teórica y metodológica) de las necesidades de las personas afectadas, es decir, se habló con los miembros de la Escuela para Defensoras y se acordaron objetivos necesarios para la resolución de sus necesidades. Después, se pasó al diseño y desarrollo de una estrategia de registro audiovisual y producción de contenidos los cuales se generarán en próximos semestres para poder atender los objetivos.

De misma manera, se buscó generar un contenido que represente de forma digna a aquellos que se encuentran en estas situaciones de vulnerabilidad, ayudando a que sus historias sean escuchadas como ellos quieren con una estrategia de comunicación adecuada y hecha para que responda a las necesidades específicas de la Escuela para Defensoras. También, se hizo una propuesta de campaña de fondeo para que la Escuela pueda impulsar sus actividades futuras y que se posicionan en un público meta específico para que se les visibilice y apoye.

- Metodología

A continuación se explicarán las principales metodologías que se utilizaron para realizar este proyecto, así como las herramientas de las que se hicieron uso y los procedimientos de trabajo.

Como método de investigación, la etnografía es el conocimiento de técnicas de búsqueda, teoría etnográfica y cientos de descripciones culturales, contribuye a la explicación del porqué de las regularidades y variaciones en el comportamiento humano social, es decir, por qué las personas se comportan de ciertas maneras en escenarios sociales. Además, como lo dice Spradley (1980), hay muchas culturas, entonces hay muchas maneras de ver las realidades y de comportarse conforme a ellas, así que la etnografía busca registrar las distintas realidades alternativas (Spradley, 1980, Pp. 12-14).

En todas partes hay diferencias culturales, no importa si es un país avanzado, no toda la cultura es homogénea, hay distintos códigos culturales hasta dentro de una misma institución o una escuela, no todos somos iguales, venimos

de entornos diferentes con la influencia de distintas formas de ver la realidad. Considerando los idiomas, valores, ropa, estilos, actividades, entre otras cosas, de cada persona, todos somos diferentes (Spradley, 1980, Pp. 14-15), así que no podemos generalizar al ver una comunidad o hasta un grupo de personas, debemos profundizar en la investigación y entender que las personas tienen distintas maneras de ver las cosas que afectan a cómo reaccionan ante distintos escenarios.

En nuestro caso, fue muy importante pensar de esta manera, ya que la Escuela para Defensoras entra en términos del ecologismo feminista: la defensa del territorio y las alternativas que ofrecen desde una mirada feminista, que promueve el empoderamiento de la mujer ante las afectaciones socioambientales. Así que no se podía tener los mismos parámetros que se han visto hasta el momento de otros proyectos que podrían parecer similares, ya que implica muchas otras cuestiones importantes para su desarrollo.

Cada proyecto de investigación etnográfica debería incluir diálogo con los informantes para explorar maneras en que el estudio realizado sea de utilidad para ellos (Spradley, 1980, pp. 22-23). Por este motivo, nos comprometimos a siempre trabajar de la mano con las integrantes de la Escuela para Defensoras para que su voz esté dentro del proyecto y de en realidad atienda sus necesidades de manera específica.

El proyecto se realizó a través de reuniones con las miembros de la Escuela para Defensoras y del Mercadito Flor de Luna, una para iniciar con el diagnóstico de necesidades y las demás para realizar los distintos contenidos que se planearon para la campaña de fondeo. Estas se hacían en un intervalo de no más de dos semanas. Así mismo, todas las propuestas de productos y talleres eran revisadas por ellas antes de ser aprobadas para su uso final para que, de esta manera, todo era lo más dirigido a resolver los objetivos que se podía.

- Cronograma o plan de trabajo

A continuación se presentará el cronograma general de actividades que se siguió durante el periodo de verano.

	Fecha	Actividades	Responsable
Semana 1	mayo 23		
	mayo 24	Capacitación / Sensibilización al tema	Equipo nuevo
	mayo 25		
Semana 2	mayo 30	Capacitación / Sensibilización al tema	Equipo nuevo
	mayo 31	Diseño y elaboración de productos segundo paquete de contenidos. Preproducción de primera serie de cápsulas (prácticas y citas con protagonistas).	Jimena, Ana Rosa, Fabiola, Andrea
	junio 01	Conclusión de manual de redes y programación de redes sociales para el periodo Verano-Otoño 2018	Luis, Christian
Semana 3	junio 06	Diseño y elaboración de productos segundo paquete de contenidos. Producción y edición de primera serie de cápsulas (prácticas y citas con protagonistas). Terminar propuesta de redes del PAP y elaborar contenidos iniciales. Avance de RPAP: Desarrollo	Jimena, Ana Rosa, Fabiola, Andrea
	junio 07	Búsqueda de plataformas de fondeo Campaña de fondeo	Fabiola y Andrea Jimena, Ana Rosa, Fabiola, Andrea
	junio 08	Reunión con Carmen para presentación de campaña de fondeo	Todos
		Lineamientos Discusión sobre cuáles serán las pautas, colores y estilos del manual de identidad gráfica. Propuesta audiovisual para campaña	Luis, Christian Todos Jimena, Ana Rosa, Fabiola, Andrea
Semana 4	junio 13	Organización de carpetas de Adultos Mayores/ Comenzar protocolo de administración y organización de datos del Google Drive del PAP	Christian
		Avances de -Elección de plataforma de fondeo -Propuestas de recompensas -Lista de información y recursos para armar la plataforma. -Diagnóstico de comunicación (entrevista a Carmen y estadísticas de redes) -Planteamiento detallado de los siguientes talleres para la Escuela de Defensoras (Redes sociales y Producción de contenidos)	Ana Rosa, Jimena, Faby, Andrea
		Avances de corrección del logotipo y desarrollo de manual de identidad gráfica de la Escuela de Defensoras	Luis
	junio 14	Avances de desarrollo de pruebas de propuestas de contenidos para campaña Propuesta visual y fotográfica para campaña	Luis Luis
	junio 15	Entrega final de primera serie de cápsulas. Visita de campo	Todos

Semana 5	junio 20	Diseño y elaboración de productos segundo paquete de contenidos. Producción 2 cápsulas adicionales. Propuesta de programación Diagnóstico de comunicación	Todos
	junio 21	Avance RPAP: Resultados del trabajo profesional Manuales de estilo y producción Propuestas de recompensas	Todos
	junio 22	Manual del primer taller "Pensamiento Estratégico"	Todos
	junio 23	Asistencia al encuentro en Ciudad Guzmán de la escuela de defensoras	Todos
Semana 6	junio 27	Diseño y elaboración de productos segundo paquete de contenidos. Edición 2 cápsulas adicionales.	Todos
	junio 28	Diseño y elaboración de productos segundo paquete de contenidos. Avance RPAP	Todos
	junio 29	Visita de campo	Todos
Semana 7	julio 4	Entrega de segundo paquete de contenidos campaña. Entrega final de planteamiento detallado de eventos, manual de redes y estrategia de redes del PAP.	Todos
	julio 5	Ensayo presentación final	Todos
	julio 6	Entrega de RPAP	Todos
Semana 8	julio 11	Entrega de manual de producción con AM. Entrega de base de datos en airtable sobre el tema del AM.	Luis, Christian
	julio 12	Presentaciones finales	Todos
	julio 13	Entrega de calificaciones y despedida	Todos

- Proyecto de trabajo

En este apartado se hará un desglose de las visitas de campo que se realizaron durante el periodo de Verano PAP 2018, desglosando el objetivo de las mismas y a los resultados que se llegaron, brindando evidencia de estas.

→ Primera visita al Mercadito Flor de Luna (08.06.18)

En esta primera visita, los nuevos miembros del equipo conocieron a las miembros del Mercadito Flor de Luna y de la Escuela para Defensoras, con el fin de presentar: el video final hecho el periodo pasado, la propuesta de campaña de fondeo, opciones para plataforma de fondeadora, las propuestas de los talleres que se impartirán en otoño, y se hicieron unas preguntas para diagnosticar las habilidades que tenían sobre redes sociales para partir de eso con los talleres.

En esta sesión se dio el visto bueno al video y la campaña. Se dejó un documento sobre las propuestas de fondeadoras para que ellas las pudieran revisar y decidir cuál era la mejor opción. En cuanto a los talleres, se acordó dividir un taller en dos para poder abarcar más temas sobre las herramientas de preproducción, producción y postproducción de contenido para las redes sociales.

→ Entrevistas a miembros del Mercadito Flor de Luna (20.06.18)

En esta sesión tomada en el Mercadito Flor de Luna, nos reunimos con cuatro miembros del mismo Mercadito, una de ellas miembro de la Escuela para Defensoras, para hacer entrevistas grabadas para el video introductorio de la

campana de fondeo. En estas entrevistas se habl3 sobre ellas, sus puestos dentro del Mercadito, c3mo podían las personas apoyar al Mercadito, para qu3 se necesitaban los fondos, entre otras cosas, dependiendo de lo que la persona quería agregar.

Se procur3 que los espacios fueran significativos del Mercadito para que las personas sintieran m3s conectado el proyecto con ambas “marcas” y que ellas estuvieran en un ambiente familiar.



→ Visita a Ciudad Guzmán (23.06.18)

El sábado 23 de junio tomó lugar en Ciudad Guzmán una sesión de la Escuela para Defensoras, en la cual se reunieron las miembros de los distintos lugares que la conforman en una casa jesuita a tener una discusión sobre las problemáticas que enfrentan cada una, así como para establecer propuestas de redes internas de la escuela y la creación de un sentido colectivo de la misma.

El equipo PAP fuimos a documentar esta sesión a través de fotografías, videos y entrevistas, que fueron una segunda parte a las hechas anteriormente, pero con miembros de la Escuela para Defensoras. Esto para hacer uso de contenido en la campaña de fondeo en las redes sociales, para que las personas vean cómo son, qué hacen y que estén más familiarizados con las integrantes.



→ Canasta solidaria en el Mercadito Flor de Luna (25.06.18)

En esa visita, se hizo un registro fotográfico y audiovisual sobre la entrega de la canasta solidaria del mes de junio, ya que esto formará parte del contenido para redes sociales de la campaña de fondeo.



3. Resultados del trabajo profesional

En la siguiente tabla se mostrarán los productos obtenidos durante este periodo, describiendo cuáles fueron los resultados alcanzados con ellos y los impactos que se esperan que tengan hacia la Escuela para Defensoras. Así como también se explicarán los resultados e impactos para el equipo PAP.

Productos obtenidos	Resultados alcanzados	Impactos generados
Plan general de talleres de capacitación (anexo 1)	Se generaron las rutas generales de los talleres de capacitación, es decir, la planeación de las clases, los cuales se impartirán en el periodo de PAP Otoño 2018, así como el manual del primer taller, el cual contendrá la información del tema a tratar para que lo puedan consultar en el futuro, si lo requieren.	Les ayudará a las integrantes, tanto del Mercadito como de la Escuela, a poder tener una perspectiva más informada y fundamentada sobre un plan de contenido y estratégico de una campaña y podrán utilizar estos conocimientos en futuros proyectos propios.
Manual de estilo (anexo 2)	Se realizó el manual de estilo de la Escuela para Defensoras con todos los parámetros generales de estilo que se tendrá para la imagen de la misma. Uno de los productos que se generaron para apoyar este manual de estilo es el logotipo y la marca de agua que llevarán todos los productos para que se identifique a la escuela.	Las integrantes de la Escuela para Defensoras podrán recurrir a este manual como una guía para tener en cuenta lo que deben de hacer antes de publicar o realizar contenido, ya que esto hará que se siga una línea de estilo y de imagen que de referencia siempre a ellas.
Manuales de producción (anexo 3)	Se realizaron manuales de producción de fotografía, infográficos y de los distintos tipos de video, que son destinados a la campaña de fondeo para la Escuela para Defensoras.	Con estos manuales, tanto las integrantes de la Escuela para Defensoras como los integrantes del PAP Alter Código, podrán recurrir a este documento para seguir un mismo estilo de contenido para la campaña de fondeo.
Planeación campaña de fondeo (anexo 4)	Se hizo el plan de la campaña de fondeo, tomando en cuenta las	A partir de esta propuesta de campaña, se planea llevarla a cabo en el siguiente periodo PAP, y así, con el

	etapas que van a conformar la campaña, el plan de contenidos, los detalles generales de contenidos y la selección de plataforma fondeadora.	dinero recaudado, atender las necesidades del Mercadito Flor de Luna. Así mismo, con la planeación de esta campaña, se podrá dar una referencia a las futuras campañas realizadas por parte de las mismas integrantes, tanto de la Escuela para Defensoras, como del Mercadito.
Video para campaña de fondeo	Se realizó un video informativo y emotivo para la campaña de fondeo. En este se explica qué es la Escuela para Defensoras, quiénes la conforman, qué hacen como Escuela y para qué es la recaudación de fondos.	Con este video, se informará a las personas sobre la campaña y se difundirá la misma, así como también se dará a conocer quiénes son como la Escuela para Defensoras, y que así tengan más presencia en las redes de comunicación, se les de reconocimiento y que se les apoye de mayor manera.
Proyecto de administración de datos del PAP (anexo 5)	Se inspeccionó minuciosamente cada carpeta y cada uno de los archivos para depurar y reducir espacio. Se creó un perfil nuevo de Gmail, <i>Data Manager Alter CÓDIGO</i> , y desde ese perfil y el de <i>Alter Código ITESO</i> se descargaron todos los archivos para prevenir la eliminación accidental por parte de estudiantes.	Con este nuevo orden, presentado el miércoles 27 de junio, toda persona que ingrese al Drive podrá ubicar rápidamente la información deseada siguiendo la nueva ruta lógica de acceso. El protocolo para establecer una nomenclatura uniforme ayuda tremendamente a distinguir cuales son los productos generados en fase preliminar, cuales son los editables, cuales los aprobados y cuáles son las versiones finales.

En el caso del equipo PAP, este trabajo tuvo un gran impacto, debido a que al involucrarnos de una manera más cercana con esta problemática de los conflictos socioambientales y con las mujeres de la Escuela para Defensoras que buscan erradicar estas problemáticas, fuimos capaces de sensibilizarnos ante el tema, debido a que pudimos tener un contacto más directo con las personas que sufren de las afectaciones ambientales, lo cual nos permitió comprender el motivo por el cual el proyecto Alter CÓDIGO decidió trabajar con la Escuela para Defensoras.

Debido a este proyecto, pudimos implementar nuestros conocimientos como futuros profesionistas, para así poder generar una serie de productos realizados durante este periodo; desde la planeación de la campaña de fondeo y de los talleres, hasta la producción de contenido audiovisual para las diferentes plataformas que se utilizaran para llevar a cabo este proyecto durante el próximo periodo.

A pesar de haber sido un periodo de dos meses, como equipo logramos realizar una buena base para el proyecto, ya que fuimos capaces de generar una planeación integral para el lanzamiento de la campaña de fondeo, la cual será aplicada en el próximo periodo PAP de otoño 2018, esto ayudará a que, en la siguiente etapa del proyecto, los integrantes del PAP se enfoque en la postproducción del material y en la publicación de productos para el lanzamiento de la campaña de fondeo en sus distintas plataformas.

Finalmente, consideramos que los productos realizados durante este periodo, tuvieron un gran impacto tanto en el proyecto, como en las personas involucradas, ya que al ser parte de la etapa de planeación, el trabajo realizado durante este periodo definió la manera en la que se van a trabajar los próximos periodos, debido a que ya existe una planeación de contenidos y de actividades por realizar, los cuales se van a estar trabajando y publicando durante el periodo de otoño, esto con la finalidad de que las personas externas al proyecto y a la Escuela para Defensoras, se enteren del trabajo que realizan estas mujeres y los motive para apoyar este proyecto a través de la fondeadora.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

En esta sección, los integrantes del equipo compartirán sus reflexiones y aprendizajes que tuvieron durante este periodo del PAP, tanto los profesionales, éticos, sociales y personales.

Jimena Rodríguez

- Aprendizajes profesionales

Llevar a cabo este proyecto me ayudó a fortalecer mis competencias como publicista, debido a que para este proyecto tuvimos que generar el plan estratégico para una campaña de fondeo en redes sociales desde cero. Esto me ayudó a aplicar mis conocimientos obtenidos durante la carrera, debido a que en ciertas clases realizamos la planeación de campañas en redes sociales; sin embargo, nunca llegábamos más allá de la planeación, y a pesar de que en este periodo no se está aplicando la campaña, sé que en el próximo periodo vamos a tener una cercanía a profundidad de lo que es llevar a cabo una campaña para posicionar y recolectar fondos.

En cuanto a mis competencias de distintas disciplinas, siento que en el área de diseño me pude desarrollar más, ya que afronte problemáticas con las cuales nunca me había topado a la hora de crear una propuesta de contenidos, sobre todo en el logo, debido a que siempre había trabajado con logos minimalistas y fáciles de integrar a un diseño; sin embargo, considero que se logró llegar a un buen resultado y sobre todo que les es funcional a la Escuela para Defensoras para ir generando una identidad. Personalmente me hubiera gustado desarrollar aún más mis competencias en el área audiovisual, debido a que a pesar de que tengo un conocimiento básico de cómo tomar fotos y videos, considero que mi desarrollo en esta área fue muy poco, debido a que no tuve tanta orientación y tiempo para poder practicar mis capacidades audiovisuales.

Con respecto al contexto, personalmente considero que me llevó un gran aprendizaje, debido a que, si no hubiera llevado a cabo este proyecto, no me hubiera dado cuenta de la realidad de los conflictos socioambientales y de todos los movimientos que surgen a partir de sentimientos generados por la injusticia, el despojo y la impotencia, que luchan por erradicar estos conflictos principalmente generados por intereses políticos y económicos.

Considero que estos aprendizajes van a ser de gran utilidad en mi vida profesional, ya que gracias a la oportunidad de trabajar directamente con las personas, pude generar más empatía y habilidad para comunicar, lo cual considero que es muy importante para el ámbito profesional, debido a que tener este tipo de experiencias va facilitando la manera de hablar y tratar con un cliente.

- Aprendizajes sociales

Considero que, con este proyecto y con ayuda de mi equipo de trabajo, pudimos generar una estrategia basada en una problemática real, que busca mejorar la calidad de vida tanto de las personas con las que tratamos, así como con las personas que son afectados ambientales, debido a que lo que buscamos con este proyecto, es posicionar una plataforma dedicada a informar acerca de los conflictos socioambientales y la importancia de la involucración de la mujer en los movimientos que buscan detener dichos conflictos.

En lo personal considero que el basar nuestro proyecto en etapas informativas y emocionales, nos permitió generar una iniciativa basada en experiencias, que buscan concientizar e informar acerca de varias problemáticas de una manera más humana y cercana con el público meta de la campaña generada.

Como publicista, creo que el ser capaz de generar toda una estrategia para poder comunicar algo de manera asertiva tiene un gran valor, debido a que el objetivo no es comunicar y punto, sino que se busca generar un impacto por medio de productos planeados previamente en base a un análisis e investigación, que nos permitan prever el tipo de impacto que se va a generar una vez dichos productos sean publicados en las plataformas correspondientes.

Hasta el momento, no considero que todavía haya un impacto evidente, debido a que estamos finalizando la parte de planeación de campaña para el proyecto, y el impacto de esta campaña no se va a poder verificar hasta que los productos sean publicados; sin embargo, se busca que el impacto sea a un nivel emocional y que incentive a las personas a donar para un bien mayor, lo cual a su vez nos ayuda a cumplir con los objetivos del PAP, los cuales a mi parecer se basan en buscar modos para colaborar con personas en estado de vulnerabilidad, debido a que gran parte de los productos implican compartir las experiencias de las mujeres involucradas en la Escuela para Defensoras.

Ahora, me siento capaz de llevar un proyecto de esta magnitud y de impacto social, debido a que a pesar de que en un principio todo parezca que no tiene fin, una vez que se comienza a plantear un objetivo y acciones en base a dicho objetivo, toda la planeación comienza a tomar forma, facilitando así la creación de productos y de un plan estratégico que nos ayuda a cumplir con nuestros objetivos. De igual manera, una vez teniendo en claro lo que se quiere lograr, el análisis de resultados se vuelve una tarea fácil, ya que si el proyecto está bien planificado, se deberían obtener resultados que cumplan con dicha

planificación y que a su vez facilite su evaluación y oportunidad de réplica dentro del mismo proyecto como en otros.

Llevar a cabo este proyecto ha cambiado mucho mi percepción, debido a que a pesar de haber colaborado previamente con grupos vulnerable en otras materias, nunca había tenido la cercanía que tuve con este proyecto, lo cual me permitió involucrarme de una manera más emocional, y que a la vez me motiva a cambiar aspectos de mi vida para poder apoyar este tipo de proyectos por medio de un consumo más sustentable o mi involucración en otro tipo de proyectos a los cuales puedo apoyar de una manera similar.

- Aprendizajes éticos

Dentro de este proyecto, tuve la oportunidad de tomar varias decisiones, ya que fue un proyecto que me permitió involucrarme de manera más directa con la planificación de la campaña para la fondeadora, lo cual tuvo de por medio la toma de varias decisiones que definieron el rumbo del proyecto.

Creo que una de las decisiones que tuvo un gran peso y en la que estuve involucrada, fue en generar las etapas de la campaña, debido a que, en base a dichas etapas, se definieron los tipos de productos que van a ser publicados en el próximo periodo, los cuales involucran una gran cantidad de videos que nos permiten conectar de manera emocional con las integrantes de la Escuela para Defensoras. Estos videos nos permiten conocer más acerca del proyecto, así como los motivos de las integrantes para formar parte de la escuela y las afectaciones que tratan cada una de las integrantes, y en lo personal considero que tienen un gran valor, debido a que la gente se puede conectar con esas experiencias.

La elaboración de estos videos también implica una gran decisión por parte de la Escuela para Defensoras, ya que son sus vivencias las que van a ser compartidas en sus distintas plataformas, y hoy en día por temas de seguridad y/o principios, no mucha gente acepta participar en este tipo de acciones.

Definitivamente este proyecto me abre las puertas a muchas reflexiones y decisiones por tomar de ahora en adelante, debido a que una vez que conoces las consecuencias de los conflictos socioambientales, empiezas a ver tus acciones del día a día de manera diferente, ya que probablemente varias de mis acciones están aportando directamente al crecimiento de un conflicto socioambiental, es por eso que de ahora en adelante me detendré a pensar en mis acciones y que es lo que puedo hacer para cambiar y ayudar a combatir estos conflictos. Este trabajo me motiva a trabajar con más organizaciones de este tipo cuando tenga la posibilidad

o incluso con acciones pequeñas como participar en intervenciones emergentes que surjan en mi entorno, ya sea haciendo publicidad o relaciones públicas.

- Aprendizajes en lo personal

Gracias este proyecto ha cambiado bastante la percepción en la que veo mi alrededor, lo cual creo que se debe a que de verdad me permití involucrarme en un nivel muy personal con el proyecto. Siento que esto tiene que ver con los aprendizajes personales que he tenido en este último año, sobre todo cuando hablamos de reconocer al otro, es decir que no solo te conozco, sino que siento empatía y busco informarme para conocer tu contexto y por lo que estás pasando. Considero que este sentimiento de alteridad es lo que me ha ayudado a involucrarme en este tipo de proyectos y en no solo pensar en mi misma y en lo que me rodea directamente, sino en todo aquello y aquellos que forman parte de mi vida.

Trabajar en equipo definitivamente fue muy gratificante, hubo unas ciertas complicaciones con unos casos, pero en general la manera en la que nos comunicamos y trabajamos es muy eficiente, sobre todo en la parte más de planeación y creación de productos; sin embargo, considero que siempre hay áreas de mejora, y que nosotros como equipo podemos generar aún más cosas y de calidad, que ayuden a este proyecto a cumplir con sus objetivos.

Finalmente, con este proyecto realmente aprendí a ver al otro, debido a que, en mi carrera, muchas veces nos interesamos más en el diseño de los productos o en solo lograr un proyecto, y no nos ponemos a pensar si lo que estamos haciendo de verdad implica un bien para las personas con las que estamos trabajando por medio de nuestro trabajo; sin embargo, como publicista, no solo debo cuestionarme o identificar problemas, sino que también debo ser capaz de generar soluciones que tengan un impacto tanto en el proyecto como en la sociedad.

Ana Rosa Tirado

- **Aprendizajes profesionales**

Durante el periodo en el que trabajamos de verano, creo que pude poner en práctica el pensamiento estratégico que he desarrollado durante mi educación en la licenciatura, poder integrar los distintos aspectos que conforman una campaña o un plan de publicidad de la mejor manera en la que se satisfaga de mejor manera las necesidades y objetivos. Y ya que estuvimos trabajando en la planeación de una campaña, también pude incluir productos que apoyen esta estrategia, es decir, seleccionar aquellos medios comunicativos que sean mejores para transmitir el mensaje y que llegue al público meta. De esta manera, pude aprender un poco más sobre los productos audiovisuales y la preproducción que conlleva la planeación de estos.

También, a parte de los saberes de las ramas de la comunicación, pude complementar mis saberes de cultura y sociedad, en este caso, de las problemáticas y afectaciones socioambientales que hay en Jalisco y también sobre las alternativas que están dando grupos que se interesan en este tema. Me sorprendió mucho la magnitud del problema ya que en realidad no es un tema que me llamaba mucho la atención, así que creía que no era tan fuerte, pero, al convivir y relacionarme con las integrantes de la Escuela para Defensoras pude ver en que es un problema real que nos concierne a todos. Esto me hizo darme cuenta también de que debo ser más curiosa y tratar de cuestionarme si en realidad las cosas son como las pienso e investigar sobre ello para no quedarme en la ignorancia, que creo que es algo que me afecta mucho, ya que mi profesión se basa en el conocimiento de las eventualidades actuales.

- **Aprendizajes sociales**

Con el trabajo que yo realicé en el proyecto PAP pude poner en práctica los conocimientos que he adquirido durante mis estudios en un proyecto que apoyara a una causa social, es decir, apoyé a un grupo de mujeres ecofeministas que buscan hacer un cambio para bien con las afectaciones socioecológicas que se han presentado en los últimos años. Creo que este tema nos afecta a todas las personas, ya que vivimos en esta tierra explotada, respiramos este aire y bebemos esta agua contaminada. Así que, al ver lo que ellas hacían, me interesó más el proyecto, ya que me afecta a mí, a mi familia y amigos, su calidad de vida se ve afectada por las grandes empresas que solo les interesa generar ganancias propias y eso me pareció injusto.

Creo que por este motivo decidí, junto con mi equipo PAP, integrar una sección informativa en la campaña que planeamos, para que las personas se enteren de estas situaciones y se interesen en unirse a la Escuela para Defensoras o algún grupo como este en el cual puedan lograr un cambio, ya que, como lo dicen las mismas integrantes de la Escuela, uno tiene que hacer el cambio desde su persona y así, de uno en uno, podremos ver un gran cambio en la sociedad, de granito en granito. Este pensamiento me motivó mucho a en realidad implementar esto en el plan de campaña para que no solo se quede como una recaudación de fondos, sino que también provoque o despierte un espíritu de cambio en el público meta.

Toda esta campaña la planeamos pensando en las nuevas maneras de comunicar y dar a conocer algo, es decir, con las nuevas tecnologías y los nuevos productos comunicativos que han resultado últimamente poder llegar a un público en específico y, al ser Guadalajara uno de los públicos que presentan más retos en poder captar su atención, creo que podemos hacer un gran uso de las redes sociales y la publicidad tanto pagada como de boca en boca y “voceros” para poder tener un mayor público interesado en el proyecto, que conozcan del Mercadito Flor de Luna y de la Escuela para Defensoras y aporten a la campaña.

Además, creo que, con este proyecto, el desarrollo de esta campaña de fondeo, las integrantes de la Escuela podrán replicarla en otras ocasiones, ya que hacemos uso de herramientas sencillas y el programa de la misma puede ser utilizado en otras ocasiones, además de que, dentro del plan, vamos a dar talleres para que ellas vean el proceso aplicado en este proyecto para que lo comprendan mejor y entre ellas puedan enseñarse, es decir, compartir conocimientos y que fluya la información dentro de la red, que es lo que ellas tenían pensado desde el principio, así que creo que esto las va a ayudar mucho en el futuro si quieren sacar una campaña personal o por su cuenta.

Creo que, al final, a pesar de que esto sea un trabajo escolar, algo como un servicio social, me he involucrado en este tema de una manera que no tenía pensado que lo haría y en realidad me interesaron mucho las alternativas que proponen a los problemas socioambientales. Me gustaría mucho seguir apoyándolas, no solo como parte del PAP, si no, en lo personal, estar al tanto de lo que hacen y poder involucrarme mucho más en las actividades que realizan, así como pasar la voz sobre el proyecto y dar a conocer quiénes son.

- Aprendizajes éticos

Principalmente, y a partir de las lecturas, pude ver que anteriormente en todas mis experiencias de trabajo con otras personas, fueran de grupos vulnerables o no, y

sin pensarlo o tenerlo en mente, tenía un comportamiento de “superioridad”, con esto me refiero a que pensaba que yo, la que estaba haciendo el trabajo, sabía más que la otra persona del tema y lo que yo pensaba era lo correcto y noté que, aunque escuchara la opinión y retroalimentación del otro, terminaba pensando que de alguna manera tenía un defecto; así que, con las lecturas y las discusiones en clase, pude ver que, aunque sí, yo soy la “profesional” que sabe del tema, el trabajo es para otra persona o empresa, y las personas con las que trabajo saben de esto, así que en realidad es un trabajo 100% colaborativo donde ambas partes deben escucharse y complementarse para tener los mejores productos o soluciones posibles.

Esto creo que me da una mejor percepción del trabajo con el “otro” y esto sé que me va a ayudar mucho en mi trabajo profesional, ya que puedo ver al otro no solo como a alguien que tengo que ayudar, y que me va a beneficiar, sin tomar en cuenta su opinión, y poder tener una comunicación mucho más horizontal y efectiva, aunque no sea un trabajo de voluntariado o con personas en vulnerabilidad.

- Aprendizajes en lo personal

En general, en la carrera de publicidad intentamos captar los prejuicios que tenemos como individuos contruidos en una sociedad que te enseña esos prejuicios y, captándolos, puedes de alguna forma detenerlos, darte cuenta de que lo estás pensando y tratar de cambiar esta forma de pensar, pero no siempre estamos conscientes de todos los prejuicios que tenemos. Con este PAP, creo que he captado otro de mis prejuicios, que es que las personas que están en vulnerabilidad, o que piden ayuda no tienen muchos conocimientos, o, al menos, no los conocimientos que yo tengo y eso lo veía como algo malo.

Creo que, con el PAP me he dado cuenta de que estas personas pueden no tener todos los conocimientos que yo tengo en mi materia, pero tienen muchísimos conocimientos de la materia en la que están participando, en este caso, me di cuenta de que las integrantes de la Escuela para Defensoras saben muchísimo de las problemáticas socioambientales, del medio ambiente, de la defensa del territorio y de alternativas a esto. En las visitas de campo me daba cuenta de esto cada vez más y creo que esto cambió mi perspectiva del “otro”, en cuanto a que, si tenía el pensamiento de que alguien no sabía algo, luego pensaba que esa persona podría saber mucho más de otros temas que yo tal vez no tenía idea y esto me ayuda a ver al “otro” de una manera más horizontal, no crearme superior a los demás.

También creo que me sirvió mucho aprender esto al integrarme a las actividades que las personas hacen, no quedarme como espectador apartado, sino en realidad prestar atención a lo que hablan y hacen y participar con ellas, que, aunque es un tema que me da mucho miedo (el participar), creo que ayudó mucho a que me diera cuenta de todos los aprendizajes que tengo ahora y me gustó mucho la experiencia, que sé que la puedo aplicar en el futuro tanto para mi vida profesional como personal.

Christian Aubert

- Aprendizajes profesionales

Este periodo de estudio fue mi primer acercamiento a la realidad laboral que persigo como futuro Gestor Cultural especializado en el archivo artístico, antes de adentrarme en el estudio de un artista y ofrecerle un orden lógico de clasificación a su obra, el PAP Alter CÓDIGO me permitió trabajar en la clasificación, la creación de nomenclatura en archivos, las rutas de fácil acceso a la información, la selección y depuración de productos que necesitan reubicación.

Me parece que después de ese gran proyecto me queda claro que para próximos proyectos donde organice las bases de datos de alguna empresa o artista, tengo la experiencia de que pasaré mucho tiempo sentado y frente a una computadora, pues es extenuante y demandante tener que descargar y volver a subir archivos (entre ellos los pesados videos) para que todo quedara bajo la propiedad de los usuarios correspondientes.

En cuanto al escenario general de los afectados ambientales, me parece que tuve que la oportunidad de poner en práctica de comunicación cuidadosa con nuestras colaboradoras en la escuela para defensoras y con mis compañeros de equipo, esta aptitud que quizá ya había ejercido anteriormente pero nunca lo había nombrado hasta que me contextualizó la semana de sensibilización en el PAP.

- Aprendizajes sociales

En las visitas de campo mi papel como solicitante del consentimiento de *releases* me parece que es un ejercicio de transparencia al explicar nuestros propósitos educativos al momento de obtener registro fotográfico y audiovisual para que finalmente sean nuestras colaboradoras las que aprueben que su imagen se reproduzca.

El derecho de imagen, la consulta y consentimiento constante a las colaboradoras me parece que son indispensables para tener congruencia con uno de los objetivos centrales del PAP: Nombrar y difundir una imagen digna del otro. Todas estas herramientas me parecen replicables en futuros trabajos y proyectos, sobre todo yo que tengo que ganarme la confianza de quienes me dejarán organizar su información y además estarán dispuestos a seguir rutas de acceso a datos que yo proponga.

Entablar conversaciones y escuchar atentamente a nuestras colaboradoras me parece que fueron los dos mejores aprendizajes para que en ninguna otra investigación futura se cometa el error de aplicar un método extractivista, que es precisamente el enfoque humanista que mi alma mater promueve.

- Aprendizajes éticos

Me queda claro que como egresado del ITESO, mi meta como gestor cultural es ser el mejor para el mundo y no el mejor del mundo. Me queda claro que el impacto entre humanos no se trata de un asistencialismo donde solo se hace evidente la desigualdad de capitales sociales y de formación académica. Me parece que la continuidad, la honestidad y el tacto son lo que eventualmente mejora la red de colaboración entre nosotros como estudiantes del PAP con las personas afectadas ambientalmente.

En mi primera visita de campo con el equipo de Afectados Ambientales deje huella con mi fuerte expresión no verbal: los abrazos. No recuerdo si fue momentos antes o inmediatamente después de formar un círculo agarrados de las manos estudiantes, profesores y colaboradores, pero nos dimos un abrazo y me agradecieron mucho por lo que logre transmitir.

- Aprendizajes en lo personal

Aunque reconozco que me encuentro, en constante duelo con la inmediatez para consumir información y la paciencia para procesarla. Mi meta es nunca tratar a las personas con los mismos criterios que a la información (sobre todo con mi tendencia a clasificar, encasillar, ubicar y reubicar). Creo que mi esfuerzo a especializarme como Gestor Cultural en el ámbito de las bases de datos y el orden de catálogos, me ha vuelto mucho más disciplinado con el manejo de mi tiempo libre y sobre todo con la decisión de con quién compartirlo. Ese sano egoísmo y espacio personal podrían llegar a orillarme a cometer el terrible error de depurar personas de mi vida y limitar mi círculo social a solo unos cuantos.

Esto lo pretendo mejorar, con una escucha más atenta, una actitud más flexible y adaptable hacia las vicisitudes en los cambios inesperados de la vida

(desde lluvia cambiando mi humor, mi medio de transporte y mis planes, hasta una situación personal que atravesase alguna persona de mi equipo, como de nuestras colaboradoras en la Red de Defensoras y el Mercadito Flor de Luna) ya que la experiencia me ha confirmado que el verdadero vínculo entre personas sucede cuando una conversación profunda se prolonga sin importar los compromisos que ya se habían agendado.

Encamino mi proceso de aprendizaje hacia esa dirección del cuidado por las historias de vida que me comparten las colaboradoras y de mi autocuidado para lograr que en el corto plano se pueda comunicar que mi interés es genuino y que cada miembro es una pieza fundamental para que la campaña de fondeo obtenga los resultados esperados. En el mediano plano para fortalecer el trabajo en equipo y en largo plano para expandir mis oportunidades y horizontes laborales.

Luis Mercado

- Aprendizajes profesionales

El PAP, es una herramienta sumamente valiosa, pues nos obliga a trabajar con un equipo de una manera más profesional, ayudando a generar relaciones de trabajo y prácticas que nos moldean en la manera que nos desarrollamos de manera laboral. También al tener una relación laboral con una “empresa” en este caso una asociación civil nos lleva a empezar a conocer la manera en que se trabaja en ese ámbito y a desarrollarnos como profesionistas. De misma manera me ayudó no solo a generar relaciones interpersonales, me ayudó a utilizar herramientas de mi carrera que se encontraban en desuso pues son ámbitos en los que no suelo desarrollarme tanto.

El proyecto para mi comenzó con mucha incertidumbre pues no suelo ejercer roles de “producción” en mi carrera, pese a que tengo las herramientas y conocimientos, decidí irme por un camino poco tomado, que trata de la logística y organización de los proyectos audiovisuales, sin embargo mi desempeño en Alter Código me ayudó a desarrollarme un poco más en el rodaje de un producto, a valorar más el trabajo que hacen los demás y a aprender más de ellos.

- Aprendizajes sociales

“Generalmente, el miedo proviene de la ignorancia.” Rothfuss P. 2007

El proyecto de aplicación profesional Alter Código me ha ayudado de maneras distintas. A través de la sensibilización y las visitas de campo pude acercarme a una realidad desconocida para mí, a través del conocimiento de aquellas realidades pude forjar herramientas dentro de mí misma persona para enfrentarse a la realidad. Es así que me ha dado el conocimiento para defender mi medio ambiente, defender también a los humanos que me acompañan en este camino. Saber que no hay nada raro ni de temer en la manera en que viven ni en los ámbitos en que se desarrollan.

De misma manera me ayudó a construir de una manera más empática, sabiendo de donde provienen las razones de la gente y ayudándome a ser más respetuoso con la demás gente pues el hecho de que no sepan lo mismo que yo, no significan que tengan otro tipo de conocimientos de igual validez.

- Aprendizajes éticos

Este periodo de verano, siendo que tuve la fortuna de continuar en el proyecto, siento que de alguna manera me enriqueció mucho más que si solamente hubiese tomado un semestre del proyecto. Esto ya que pude establecer una relación ligeramente más cercana con las personas de la escuela para defensoras Benita Galena y esto me llevó a poder comprender su trabajo y aquello que se debía demostrar o comunicar a través de los productos audiovisuales que hicimos para ellas.

De misma manera me ayudó a comenzar a pensar en los alcances que tiene mi trabajo, no solo hacia los que me rodean, sino más allá, a quienes ayuda, a quienes perjudica, las maneras en las que puedo apoyar a quienes lo necesitan. La manera en la que mi trabajo aporta a una sociedad en crecimiento y como por medio de él puedo ayudar a moldear una sociedad.

- Aprendizajes en lo personal

Como ya expuse anteriormente el PAP me ha llenado de muchos conocimientos, los cuales todos por su misma naturaleza son personales, pues me ha ayudado a desarrollar herramientas interpersonales, herramientas de trabajo, conocimiento empírico sobre situaciones “ajenas” a la mía y a enfrentarme a ellas con empatía.

De misma manera Alter código me ha ayudado mediante las asesorías con profesionistas de distintas áreas que nos dieron su aporte a nuestros trabajos, mediante la crítica y al mismo tiempo aportando herramientas para la mejora de los mismos.

También ayudó a que me diera cuenta que me falta crecer aún más, darme cuenta de mis áreas de debilidad y zonas de oportunidad para mejorarme como profesionalista y entregarle a la sociedad un mejor trabajador, dedicado a la sociedad y a la mejora de la misma.

Andrea Ureña

- Aprendizajes profesionales

Considero que el proyecto me ayudó a desempeñarme en distintos ámbitos de mi carrera, principalmente la creación de tácticas de comunicación estratégica, ya que desarrollamos una campaña de fondeo. Por otra parte, utilice conocimientos en áreas sobre las cuales no contaba con amplio conocimiento, como en la producción de contenido audiovisual.

Me pareció bastante interesante notar algunos de los conceptos teóricos vistos en clases anteriores puestos en práctica; uno de ellos es el de ciudadanía. La manera en la que las señoras se organizan y se reúnen genera ciudadanía e incide en lo político.

Creo que además aprendí hábitos de organización, ya que se deben de realizar entregas formales al igual que citas puntuales.

- Aprendizajes sociales

Aprendí bastante del proyecto de la escuela para defensoras en el ámbito social. Me parece admirable que un grupo de mujeres de distintos lugares de Jalisco se reúnan y expliquen las tácticas que se realizarán para defender sus ideales, y que estos sean difundidos de distintas maneras para que las demás personas puedan concientizarse.

La manera en la que ayudé a generar impacto social, fue ayudar a diseñar la estrategia y el contenido que se va a difundir por redes sociales.

Se dice que querer es poder, y el colaborar en este proyecto me hizo reflexionar al respecto, ya que, algunas veces creemos que necesitamos de apoyo institucional para generar un cambio, sin embargo, ese cambio está en cada uno de nosotros.

- Aprendizajes éticos

Durante el desarrollo del proyecto no me encontré con ningún dilema ético, ya que mi manera de pensar coincidía con la misión del proyecto. Por el contrario, decidí aportar mis conocimientos y herramientas al proyecto cada vez que yo podía.

La temática de la Escuela para defensoras me inspiró a cuidar más el ambiente y a hacer pequeñas acciones las cuales ayudarán a cuidarlo.

- Aprendizajes en lo personal

Desde el inicio del proyecto me dijeron que mi relación con las personas de la organización debía ser horizontal, y no debía llegar a imponer mis ideas. Sinceramente, al momento de realizar las visitas de campo conocí el motivo, ya que cada una de las mujeres de la Escuela para defensoras está bastante preparada y las prácticas y conocimientos que comparten son muy especializados. El PAP me ayudó en bastantes áreas, desde la formalidad para acudir a las juntas, hasta el respeto con el cual me debo referir a cada uno de mis compañeros.

Por último, me gustaría comentar que fue una experiencia bastante enriquecedora, ya que me permitió generar un acercamiento personal con la Escuela para Defensoras Benita Galeana.

Fabiola Montalbo

- Aprendizajes profesionales

En este periodo de estudios de verano PAP, desarrolle mis habilidades de segmentación y estrategia de publicidad en las redes sociales de manera más profesional ya que hasta hoy lo había hecho de una manera menos estructurada, es como una primera ventana real al mundo laboral en el que utilizamos la mayor parte de las herramientas obtenidas durante la carrera y dependemos de nuestro equipo para desarrollar un buen trabajo.

En lo personal el desarrollo del proyecto fue un poco confuso al principio, ya que ingrese al PAP creyendo que era como una materia más de las que había llevado a lo largo de mi carrera, en la que te dejaban una tarea y te dictaban pautas claras a seguir, sin embargo me di cuenta que era muy diferente ya que se asemeja más a un trabajo real en el que cada uno asume sus responsabilidades y el trabajo va avanzando incluso aunque no te encuentres dentro del horario de

clases, creo que de cierta manera para mi esto fue bueno ya que no estaba acostumbrada a trabajar así.

Creo que una de las debilidades que pude identificar en mi a lo largo de esta experiencia fue mi falta de organización en la que tengo que trabajar para tener un mejor rendimiento en la segunda parte del desarrollo del proyecto, Aun así adquirí mucho conocimiento sobre cómo la relación con tu cliente y la actitud es bastante importante a la hora de trabajar en equipo, y lo mejor es llegar a acuerdos para poder trabajar de manera armónica.

- Aprendizajes sociales

Mi aprendizaje social fue que todo el mundo tiene algo que enseñarte, al principio del proyecto, iba con una idea totalmente distinta a lo que fue, pensamos que sabemos todo acerca de otras realidades o del impacto ambiental que estas generan porque lo leímos en los libros o porque lo platicamos en una clase durante la carrera.

Cuando ves de manera un poco más cercana como esto afecta a otras personas tu postura cambia totalmente, ver a estas personas tan involucradas y convencidas de sus ideales te hace darte cuenta que es posible realizar cambios cuando te los propones y te entregas a ellos.

Te hace respetar a las personas porque conoces el camino que tuvieron que recorrer y que este no siempre es fácil, sino que está basado en un enorme esfuerzo para poder hacer visibles sus situaciones.

Y que a veces la burbuja social en la que nos encontramos nos hace insensibles a situaciones que nos afectan a todos pero que no nos damos cuenta.

- Aprendizajes éticos

En esta parte del proyecto hablando de lo ético, aprendí que una buena causa o un bien común puede unir a muchas personas, de distintos ámbitos sociales y lograr un cambio, En este proyecto me di cuenta de cómo esto se puede lograr cuando realmente se tienen ganas aunque no se cuente con los medios económicos, mientras haya voluntad de hacer las cosas se busca la manera de continuar.

Mi aportación al proyecto fue el desarrollo de la estrategia publicitaria para llegar a más personas además de las que ya estaban interesadas en el proyecto.

El proyecto me sacó de un área de confort en la que me encontraba en cuanto a no ver la realidad de muchas personas y a visibilizar cosas que antes de esto no notaba cómo el trabajo que pasan las personas para transportar sus productos o hacerlos llegar al consumidor, a valorar el trabajo de lo artesanal y ver que hay muchas opciones buenas y con las que es posible ayudar.

- Aprendizajes en lo personal

Como comunicóloga siento que este proyecto junto cosas bastante interesantes que me dejan mucho aprendizaje que en un futuro podré aplicar en mi propio negocio.

El hecho de ayudar a publicitar un proyecto con un fin noble, que busca ayudar a las mujeres a los artesanos, y afectados ambientales. Combinar la logística, la estrategia y el lado emocional para poder llegar a las personas y que estas nos ayudaran a conseguir una meta. Buscamos también tener redes sociales que ayudarán al espectador a entender más del proyecto de una manera simple y atractiva para que fuera más amigable y fuera más fácil involucrarse emocionalmente con el tema.

Finalmente me gustaría agregar que este proyecto me ayudó a ser más empática con los otros, entender que tu realidad y las cosas que te preocupan no son la realidad del otro, y que todos formamos parte de un mismo entorno en el que nos afecta de manera directa o indirecta lo que le pasa a los demás.

5. Conclusiones

Ya que el objetivo general del PAP Alter Código es “colaborar en la construcción de una imagen digna e íntegra de los grupos sociales, estructuralmente desfavorecidos”, este proyecto elaboró piezas comunicativas que velaran por las necesidades del grupo con el que estuvimos trabajando colaborativamente: la Escuela para Defensoras Benita Galeana.

En el caso de este periodo, se establecieron objetivos particulares planteados para satisfacer la necesidad específica de recursos para ayudar al Mercadito Flor de Luna y, de esta manera, se hizo un proyecto que girará en torno a una campaña de fondeo.

Durante este mismo lapso, se generaron productos tales como; la planeación estratégica de una campaña para recaudación de fondos; un video el cual explica detalladamente que es la Escuela para Defensoras Benita Galeana, centrándose principalmente en las experiencias de las integrantes de la

organización, así como el destino de las donaciones recaudadas; manuales para crear contenido visual y audiovisual, con el propósito de cuidar la imagen de la organización y que se siga una misma línea en los próximos semestres; y una guía de estilo para la campaña, la cual nos ayudó a que todo el contenido producido tuviera un seguimiento coherente.

Estos productos se realizaron con apoyo de visitas de campo en donde se tuvo contacto con las integrantes tanto de la Escuela para Defensoras como del Mercadito Flor de Luna, ya que ellas proporcionaban información y su punto de vista sobre la situación para que el trabajo atendiera de la mejor manera sus necesidades. Por otro lado, estas visitas también sirvieron para la recolección de contenido que servirá para la campaña de fondeo, ya que se visitaron lugares claves para ejemplificar y mostrar al público meta lo que se quiere hacer y lo que están haciendo las defensoras para construir un sujeto social y así contribuir con alternativas a las problemáticas socioambientales.

La limitante del tiempo por trabajar en el más corto de los tres periodos, fue determinante para enfocarnos en la planeación y la recolección de contenido para que en todo estuviera listo al empezar la etapa de producción en el periodo de otoño. Debido a que el siguiente paso estará regido por producción y post-producción de contenido audiovisual, proponemos urgentemente el reclutamiento de mayor número de estudiantes de la licenciatura en Comunicación y Artes Audiovisuales, pero para evitar inclinar toda la carga de trabajo a ellos, se insiste considerar las habilidades de cada integrante del equipo.

6. Bibliografía

Actionaid (2018) “Defensa y Lucha por el Territorio”, Actionaid Guatemala, [En línea] Disponible en: <http://www.actionaid.org/es/guatemala/2012/11/defensa-y-lucha-por-el-territorio>

Alter CÓDIGO (2018) Diagnóstico y estrategia de registro audiovisual para Afectados Ambientales. ITESO: Tlaquepaque.

Arteta, A; Azar, K; Bula, J; Duarte, L; García, J; Iglesias, R; Pérez, M; Téllez, J; Vega, M. (2008), “La disputa por los recursos naturales”, Memorias Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe; Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85540815>

BBC MUNDO. (20.03.2014). *BBC NEWS*. Recuperado el 10.06.2018, de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/03/140319_ciencia_atlas_global_conflictos_ecologicos_np

Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo*. Buenos Aires: Paidós. Pp. 58-60

Bustillos Durán, S. (julio de 2005). *Mujeres de tierra. Ambientalismo, feminismo y ecofeminismo*. Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 15(28), P. 59- 77.

EJOLT. (2018). *Environmental Justice Atlas*. Recuperado el 06 de 2018, de Environmental Justice Atlas: <http://ejatlas.org/#ejolt>

Hernández, J. M. (2014). *El desarrollo y las crisis en la modernidad*. En J. M. Hernández, *Sociedades rurales y la naturaleza: En busca de alternativas hacia la sustentabilidad*. Tlaquepaque: ITESO. Pp. 29-50.

INEGI. (2016) ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL... DÍA INTERNACIONAL DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (9 DE AGOSTO). México, Aguascalientes: INEGI. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/indigenas2016_0.pdf

INEGI. (2018) ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL... DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE (5 DE JUNIO). México: INEGI. Recuperado de: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/ambiente2018_Nal.pdf

Jiménez, E. *Desarrollo Hegemónico y Alternativo*. ITESO: Tlaquepaque, Jalisco. Enero del 2018.

Laguna, O. (2016). *Cuando la justicia tiene mirada de varón*. En Fernández, M. Miradas multidisciplinares en torno a la masculinidad. Desafíos para la impartición de justicia. México: Suprema Corte de Justicia de la Nación, editorial Fontamara. Pp. 1-23

Martín, R. (2017). Resistencias frente a la acumulación por despojo en México. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Pp. 128-178

Martínez Alier, J. (2005). El ecologismo de los pobres: conflictos ambientales y lenguajes de valoración. Barcelona: Icaria. Pp. 261-267

MILENIO Digital. (13 de 09 de 2016). *Cherán: 5 años sin crimen ni partidos políticos*. Recuperado el 2018, de MILENIO: <http://www.milenio.com/estados/cheran-5-anos-crimen-partidos-politicos>

Paz, M. (2012). Deterioro y resistencias. Conflictos socioambientales en México. En D. Tetreault, H. Ochoa y E. Hernández (Eds). *Conflictos socioambientales y alternativas de la sociedad civil*. Guadalajara: ITESO. Pp. 27-48

Poma, A. (2014). Emociones y subjetividad. Un análisis desde debajo de las luchas por la defensa del territorio. *Papers: Revista de Sociología*, 99 (3), 377-401. Recuperado de: <http://papers.uab.cat/article/view/v99-n3-poma> pp.377-401

Rothfuss, P. (2007) *El Nombre del Viento. Crónica del Asesino de Reyes: Día Uno*. Daw Books, New York.

Rovira-Sancho, G. (2013). Activismo mediático y criminalización de la protesta: medios y movimientos sociales en México. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*. Número (61), p. 35-60

Sontag, S. (2003) *Ante el dolor de los demás*. Santillana ediciones. España.

Spradley, J. (1980). Participant observation. Orlando, EUA: Harcourt. Leer: *Ethnography for what?* Leer: pp. 7-20 y *Doing participant observation*. Pp. 53-62

Spradley, J. (1980). Participant observation. Orlando, EUA: Harcourt. *Ethnography for what?* Pp.20-25

Toledo, V. (2015). México: las resistencias socioambientales. México: Grijalbo. Pp. 85-117

Vargas, P. (2016). Las relaciones de poder. Recuperado el 19.06.2018 de:
<https://www.alainet.org/es/articulo/179718>

Weber, Max (1974), *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica. Pp. 115-120

Zibechi, R. (2012). *Territories in resistance: A Cartography of Latin American Social Movements*. Oakland: AK Press. Pp. 14-20

7. Anexos

Anexo 1: Plan general de talleres de capacitación

Primer taller “Documento de Pensamiento Estratégico”

Objetivo del taller

Este taller tiene como propósito explicar el proceso del desarrollo de un documento de pensamiento estratégico para una campaña.

Duración del taller (máximo 4 horas)

La duración es de taller es de 3 horas.

Secuencia (actividades)

1. Introducción

Para iniciar la clase, se harán preguntas para saber los conocimientos o el concepto que tienen sobre el tema, qué es lo que piensan que es. A partir de esto, se dará una introducción de lo que es el pensamiento estratégico, para qué sirve y en dónde se usa, su importancia.

2. Explicación del manual

Se explicarán todos los puntos que contiene un documento de pensamiento estratégico, en qué consisten y su importancia, así como dar ejemplos, después de la explicación habrá una ronda de preguntas para aclarar las dudas que tengan.

- **Objetivo**

Para empezar una campaña, se debe de tener claro por qué, para qué y para quién lo hacemos. Esto es indispensable para desarrollar el resto, ya que son los parámetros que forman la ruta de todo lo demás.

Ejemplo 1: la campaña Julio Regalado de Soriana tiene como objetivo incentivar a las personas a comprar en la tienda a base de ofertas para obtener su lealtad, es decir, que confíen en la tienda y sigan comprando.

Ejemplo 2: nuestra campaña tiene como objetivo incentivar a las personas a que conozcan la Escuela para Defensoras, se informen de la situación socioambiental actual y que quieran hacer un cambio ayudando mediante donaciones.

- **A quién le hablamos**

Siempre debemos de tener en cuenta que lo que hagamos va a llegar a alguien, así que debemos de tener claro a quién queremos dirigirnos en base al objetivo.

Ejemplo 1: Julio Regalado de Soriana se dirige a mujeres amas de casa de 35 a 55 años de nivel socioeconómico C+/C/D/E (Medio y bajo)

Ejemplo 2: Nuestra campaña tiene dos públicos meta: jóvenes que pasen la voz sobre la campaña de entre los 18 y 35 años de nivel socioeconómico C+/C, y los donadores de entre los 35 a los 50 años, con un nivel socioeconómico B+/B/C+.

- Plataformas

Ya que se tiene el objetivo y el público meta, se deberá definir por qué canales se llegará al público, que sirva al propósito del objetivo y que en realidad lleguen al público.

Ejemplo 1: Soriana, que tiene página web, facebook, instagram y twitter.

Ejemplo 2: Nuestra campaña contará con página web, Facebook, Instagram y Youtube.

- Contenido

El contenido varía dependiendo de la plataforma que se tiene en mente, así como del objetivo y el público. Puede ser videos, gifs, imágenes, infografías, etc.

Ejemplo 1: Soriana, en su instagram sube publicaciones sobre sus promociones, consejos, frases familiares, recetas, productos, etc.

Ejemplo 2: el contenido de nuestra campaña constará de videos cortos, fotografías, infográficos y GIFs que den a conocer datos de la Escuela para Defensoras y sobre la situación socioambiental actual.

3. Actividad

Se darán copias del documentos de pensamiento estratégico que se plantea para la campaña de fondeo para la Escuela para Defensoras que realiza el grupo PAP Alter CÓDIGO, la cual trabajará en equipos (la cantidad de miembros varía depende de los participantes), esta actividad requiere que los participantes ubiquen cada una de las partes, las analizen y comenten sus opiniones y sugerencias sobre el documento, así como proponer, con ayuda de herramientas digitales, contenido adecuado para la campaña.

4. Revisión de resultados

Se revisarán los resultados de la actividad en donde los equipos expondrán sus opiniones, sugerencias e ideas de contenido y se dará retroalimentación.

5. Conclusión

Se comentará sobre sus pensamientos del tema, lo que aprendieron, qué les pareció la clase y resolver dudas que quedaron.

6. Recursos necesarios

- Hojas (blancas y manuales impresos)
- Lápices/plumas
- Celular/computadora conectados a internet
- Post-its
- Aula / espacio
- Pizarrón / dónde anotar

Segundo taller
“Documento de Preproducción y Producción de Contenidos”

Objetivo del taller

El objetivo principal de este taller es que los participantes refuercen o adquieran los conocimientos necesarios para hacer uso de herramientas para la creación de contenido necesario para la gestión de redes.

Duración del taller (máximo 4 horas)

La duración es de taller es de 3 horas el 29 de septiembre de 09.30 a 12.30 hrs.

Secuencia (actividades)

1. Introducción

Para iniciar con el taller se harán preguntas para determinar qué es lo que ya saben y qué no del tema, qué les gustaría aprender y qué quieren reforzar y partir desde ese punto. Se ligará el tema con el pensamiento estratégico.

2. Explicación del manual

En el manual se podrá ver cómo es la planeación de contenidos previa y las distintas plataformas/herramientas de producción específicamente de foto y video que se explicarán durante el taller. Estas explicándolas con un ejemplo específico: la campaña de fondeo para la Escuela para Defensoras.

- Canva - Foto
- BeFunky - Foto
- Clip Champ Create - Video
- Premiere - Video

3. Actividad

Individualmente o en parejas seleccionarán un producto o una plataforma que más les haya llamado la atención y crearán un producto para una campaña (puede ser para la campaña de fondeo o para un fin personal/de la escuela), en donde apliquen las herramientas vistas y tengan en cuenta el pensamiento estratégico.

4. Revisión de resultados

Se revisarán los resultados de la actividad en donde los equipos expondrán sus opiniones, sugerencias e ideas de contenido y se dará retroalimentación.

5. Conclusión

Se comentará sobre sus pensamientos del tema, lo que aprendieron, qué les pareció la clase y resolver dudas que quedaron.

Recursos necesarios

- Manuales impresos
- Manual de identidad gráfica
- Computadora conectados a internet
- Aula / espacio

Tercer taller
"Documento de Postproducción de Contenidos"

Objetivo del taller

El objetivo principal de este taller es que los participantes refuercen o adquieran los conocimientos necesarios para hacer uso de herramientas para la creación de contenido necesario para la gestión de redes.

Duración del taller (máximo 4 horas)

La duración es de taller es de 3 horas el 13 de octubre de 09.30 a 12.30 hrs.

Secuencia (actividades)

1. Introducción

Para iniciar con el taller se harán preguntas para determinar qué es lo que ya saben y qué no del tema, qué les gustaría aprender y qué quieren reforzar y partir desde ese punto. Se ligará el tema con el pensamiento estratégico y el taller anterior de producción de contenido.

2. Explicación del manual

Se revisarán plataformas/herramientas para la integración de varios elementos en la postproducción de contenidos, como fotografías, texto, elementos gráficos, etc., que de salida a contenido para plataformas. Estas explicándolas con un ejemplo específico: la campaña de fondeo para la Escuela para Defensoras.

- Canva
- Power Point
- Piktochart

3. Actividad

Individualmente o en parejas seleccionarán un producto o una plataforma que más les haya llamado la atención y crearán un producto para una campaña (puede ser para la campaña de fondeo o para un fin personal/de la escuela), en donde apliquen las herramientas vistas y tengan en cuenta el pensamiento estratégico.

4. Revisión de resultados

Se revisarán los resultados de la actividad en donde los equipos expondrán sus opiniones, sugerencias e ideas de contenido y se dará retroalimentación.

5. Conclusión

Se comentará sobre sus pensamientos del tema, lo que aprendieron, qué les pareció la clase y resolver dudas que quedaron.

Recursos necesarios

- Manuales impresos
- Manual de identidad gráfica
- Computadora conectados a internet
- Aula / espacio

Cuarto taller
“Documento de Redes Sociales”

Objetivo del taller

Este taller tiene como propósito reforzar los conocimientos y habilidades de la gestión de redes sociales.

Duración del taller (máximo 4 horas)

La duración es de taller es de 3 horas el 27 de octubre 09.30 a 12.30 hrs.

Secuencia (actividades)

1. Introducción

Para iniciar con el taller se harán preguntas para determinar qué es lo que ya saben y qué no del tema, qué les gustaría aprender y qué quieren reforzar y partir desde ese punto. Se ligará el tema con lo visto en el taller de pensamiento estratégico y de producción de contenidos.

2. Explicación del manual

En el manual se podrán ver las distintas redes sociales o plataformas que se explicarán durante el taller y las herramientas que se utilizan para la programación de contenido y de estadísticas. Estas explicándolas con un ejemplo específico: la campaña de fondeo para la Escuela para Defensoras.

- Facebook
- Instagram
- Youtube

3. Actividad

En equipos de 2 o 3 personas, programar un post con sus en la plataforma que más les llama la atención, al igual, tendrán que interpretar las estadísticas de una página, puede ser la de la página de la Escuela para Defensoras o una página personal y dar 3 ideas de cómo se puede mejorar el uso de la plataforma.

4. Revisión de resultados

Se expondrán los resultados de la interpretación de las estadísticas de la página y las 3 ideas, se discutirán en conjunto.

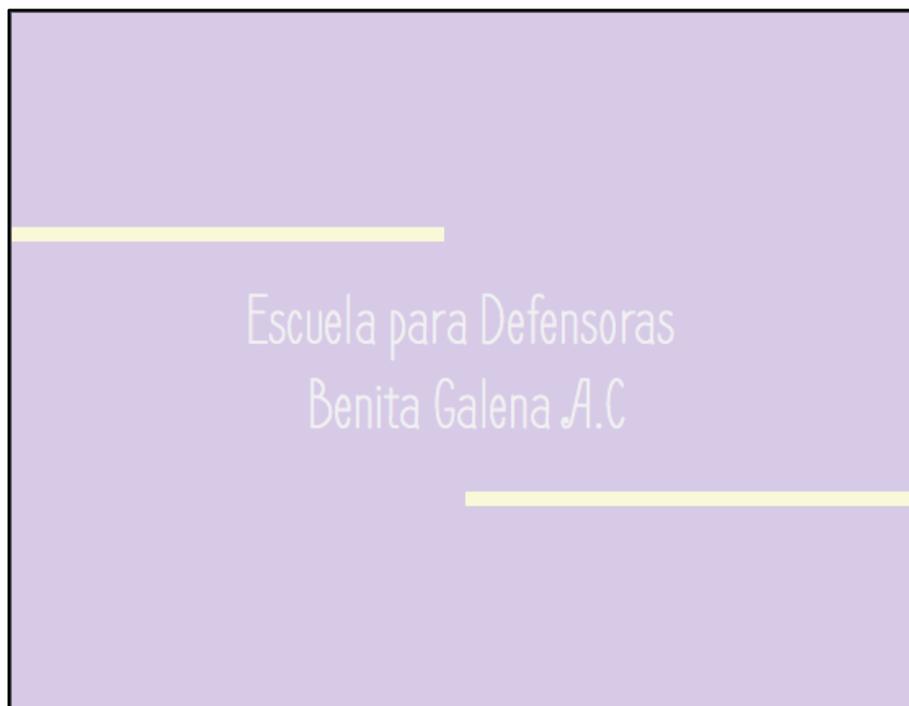
5. Conclusión

Se comentará sobre sus pensamientos del tema, lo que aprendieron, qué les pareció la clase y resolver dudas que quedaron.

Recursos necesarios

- Computadora conectada a internet
- Manuales impresos
- Lápices para anotar en el manual
- Aula / espacio

Anexo 2: Manual de estilo



Manual de identidad

Para ser reconocida y exitosa, una marca debe lograr comunicar de manera efectiva sus ideales y personalidad.

La identidad de la marca es algo que requiere de una construcción, esta se logra con el tiempo y con la manutención de los mismos parametros es por eso que se crea este manual para facilitar el seguimiento de los mismos y que la marca tenga lineamientos que sean seguidos por la institución y aquellos que quieran hacer uso de la imagen de la misma.

Cualquier duda con respecto al uso de la imagen deberá ser consultada con este manual o de no ser aclarada con algun representante de la Escuela para Defensoras Benita Galeana A.C.

LOGOTIPO

Aquello que identifica principalmente la identidad gráfica de la Escuela para Defensoras Benita Galeana A.C. es su logotipo.

Siempre que este aparezca en cualquier forma de comunicación o gráfico deberá presentarse en alta resolución, ser legible y evitar alterarse para así preservar la identidad de la marca.

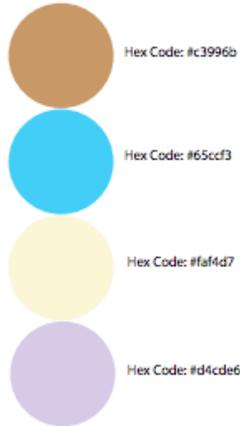
En caso de necesitarse el archivo se podrá descargar del Drive de Alter Código.



Escuela para Defensoras
Benita Galeana A.C.

Paleta Crómica

Logotipo



Colores extra



Mínimo de reproducción.

El logotipo tiene una medida mínima límite hasta el cual puede reproducirse sin perder legibilidad, pasado ese límite las letras pierden toda forma y se convierten en una mancha de tinta.

Se establecieron dos límites aprobados que aseguran que el logotipo se mantenga legible incluso en una mínima escala.



Escuela para Defensoras
Benita Galera A.C.
Mínimo preferido:
30 x 544 mm

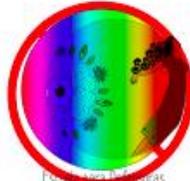


Escuela para Defensoras
Benita Galera A.C.
Mínimo absoluto:
20.3 x 36.4 mm

Modificaciones incorrectas.



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Falta de contraste



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Múltiples colores



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Colores invertidos



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Contorno interno



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Colores vibrantes



Degradados

Modificaciones incorrectas.



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Alargar el logotipo



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Estirar el logotipo



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Rotar el logotipo



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C.
Modificar alternativos



Rotar alternativos

Tipografía

Para reafirmar la identidad visual de una marca, se requiere un uso consistente de las tipografías.

La escuela para defensoras Benita Galeana A.C. utiliza 2 fuentes oficiales: "French Press" la cual es utilizada como tipografía principal, Mientras que "Raleway Thin" será utilizada como tipografía secundaria.

Se permite utilizar las variaciones tipográficas de la familia según el diseñador vea conveniente.

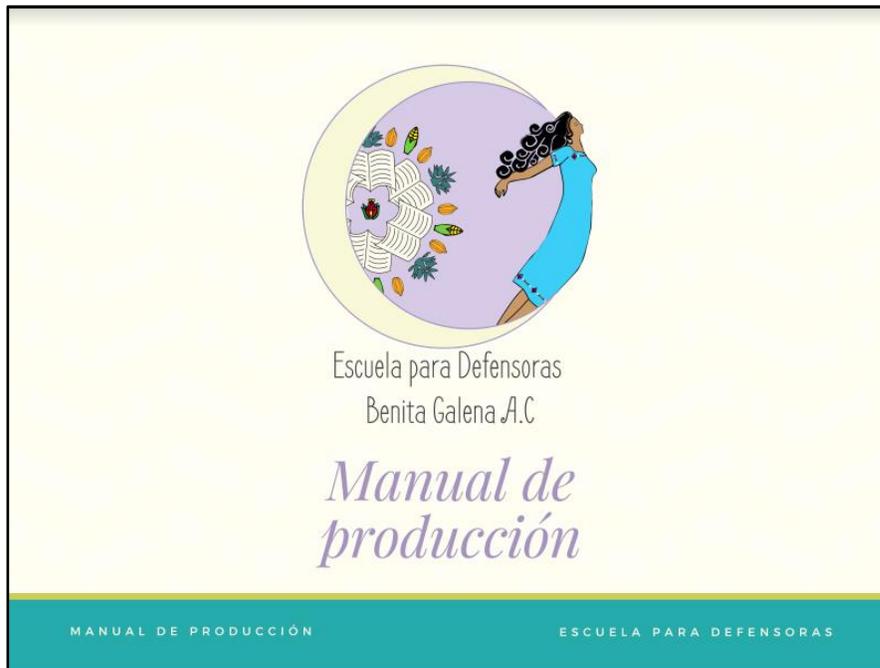
Frenchpress

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ.,-123
4567890

Raleway Thin

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ.,
-1234567890

Anexo 3: Manual de producción



Video y fotografía

LAS MANERAS EN LAS QUE SE GRABARÁ Y LAS COSAS QUE SE MOSTRARÁN SERÁN LAS SIGUIENTES:

- **PLANOS GENERALES:** NOS MOSTRARÁN LOS ESPACIOS EN LOS QUE SE DESENVUELVEN Y/O INTERACCIONES ENTRE LAS PERSONAS Y AYUDARÁN A EJEMPLIFICAR AQUELLO QUE SE ESTÉ NARRANDO.
- **PLANOS DE CUERPO COMPLETO:** REFLEJARÁN DE FORMA CLARA CÓMO ES LA PERSONA EN SU TOTALIDAD (EN TÉRMINOS DE CORPORALIDAD Y EXPRESIÓN).
- **RETRATOS CERCANOS:** REFLEJARÁN EL VÍNCULO Y LA CERCANÍA ENTRE QUIEN ESTÁ DETRÁS DE CÁMARA Y QUIEN ES RETRATADO.
- **OBJETOS:** CONTARÁN LA HISTORIA DE LA PERSONA, REFLEJARÁN SU PERSONALIDAD.

MANUAL DE PRODUCCIÓN

VIDEO Y FOTOGRAFÍA

ASÍ MISMO TENDRÁ LAS SIGUIENTES

CARACTERÍSTICAS:

RESOLUCIÓN DE 1080 X 1920 EN GENERAL Y DE 1080 X 1080 PARA INSTAGRAM.



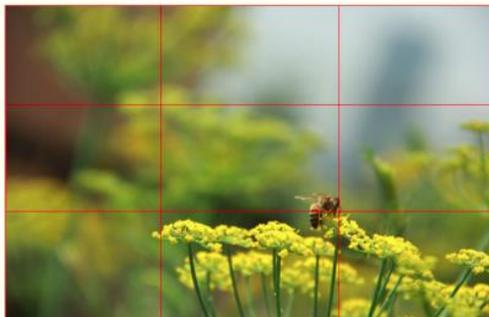
PARA RETRATAR SUJETOS SE BUSCARÁ UTILIZAR PLANOS AMERICANOS, MEDIO-LARGO, MEDIOS Y CLOSE UP. ESTO SE HARÁ CON EL FIN DE RETRATAR AL PERSONAJE AL MISMO TIEMPO QUE AYUDARÁ A ACERCARNOS AL MISMO.

MANUAL DE PRODUCCIÓN

CARACTERÍSTICAS

LA CERCANÍA AYUDA A GENERAR EMPATÍA, A SENTIRSE CERCA DE AQUELLA PERSONA Y CONECTAR CON SU SITUACIÓN.

DE MISMA MANERA SE GRABARÁ POR MEDIO DE PLANOS GENERALES EL ENTORNO DE AQUELLOS PERSONAJES UTILIZANDO LAS MISMAS REGLAS DE COMPOSICIÓN.



LA CAPTACIÓN DE LOS ESPACIOS ABIERTOS EN DÓNDE SE MUEVEN NUESTROS PERSONAJES, ES DE SUMA IMPORTANCIA, NECESITAMOS QUE ELLOS SE VEAN EN MOVIMIENTO Y VER LOS LUGARES EN DONDE SE DESEMPEÑAN.

MANUAL DE PRODUCCIÓN

CARACTERÍSTICAS

IMAGEN DE 1080X1080 (INSTAGRAM)

PARA SUBIR IMÁGENES A INSTAGRAM SE DEBEN GUARDAR EN LA RESOLUCIÓN ESTIPULADA ANTERIORMENTE PARA MANTENER UNA BUENA CALIDAD EN LA IMAGEN AL SER COMPRIMIDA EN SU CARGA A LAS REDES SOCIALES. EN CASO DE SER NECESARIA UNA MAYOR CALIDAD, SIMPLEMENTE SE DEBERÁ MANTENER EL ASPECT RATIO DE 2:2 YA SEA EN LA RESOLUCIÓN QUE SE GENERE EL PRODUCTO.



MANUAL DE PRODUCCIÓN

CARACTERÍSTICAS



Escuela para Defensoras
Benita Galena A.C

Manual de estilo

DE PRODUCTOS PARA REDES

MANUAL DE ESTILO

ESCUELA PARA DEFENSORAS

- 01 FACEBOOK
- 02 INSTAGRAM
- 03 LINEAMIENTOS DE FOTOGRAFÍA
- 04 YOUTUBE
- 05 LINEAMIENTOS DE VIDEO
- 06 LINEAMIENTOS DE INFOGRÁFICOS

MANUAL DE ESTILO

ESCUELA PARA DEFENSORAS

Diagram illustrating the layout and dimensions for a Facebook page:

- IMAGEN DE PORTADA: 828 X 315
- FOTO DE PERFIL: 180 X 180
- IMÁGENES COMPARTIDAS: 1200 X 900
- LINKS COMPARTIDOS: 1200 X 628

Facebook

RED SOCIAL QUE PERMITE A SUS USUARIOS ESTABLECER VÍNCULOS PARA COMPARTIR INFORMACIÓN.

MANUAL DE ESTILO

RED SOCIAL FACEBOOK

FOTO DE PERFIL 800 X 800		TAMAÑO DE FOTO 1080 X 1080	TAMAÑO DE HISTORIAS 750 X 1334
	FOTO MINIATURA 161 X 161		
		TAMAÑO DE VIDEO 1080 DE ANCHO	

Instagram RED SOCIAL QUE LE PERMITE CONOCER A LOS USUARIOS EL DÍA A DÍA DE OTROS USUARIOS.

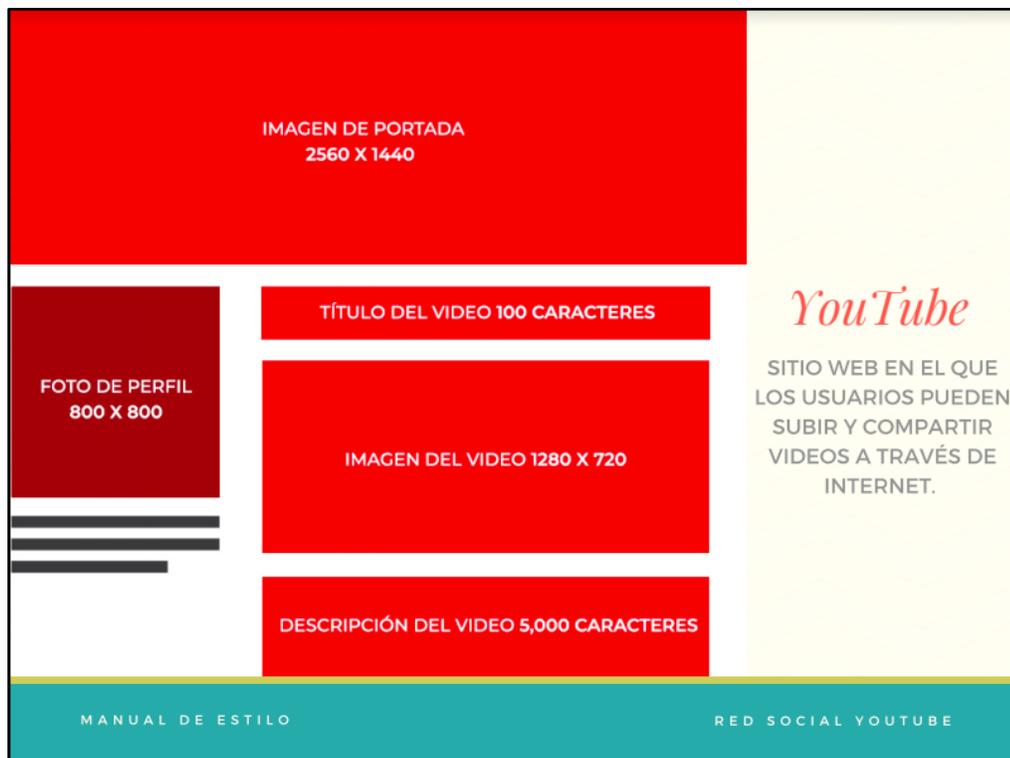
MANUAL DE ESTILO RED SOCIAL INSTAGRAM

Lineamientos de fotografía para Facebook e Instagram

- TAMAÑO DE IMAGEN 1080 X 1080 PX.
- MÁXIMO 3 PALABRAS EN IMAGEN, PUEDE INCLUIR HASHTAG.
- LOGO EN LA PARTE INFERIOR IZQUIERDA.
- MÁXIMO 50 PALABRAS EN DESCRIPCIÓN.
- HASHTAGS: MÁX. 4 CON MENOS DE 5 PALABRAS.
- FOTOGRAFÍAS POR POST: MÁXIMO 4.
- NO AGREGAR FILTRO DENTRO DE LAS PLATAFORMAS Y EDITAR APARTE.



MANUAL DE ESTILO FOTOGRAFÍAS



Lineamientos de video para YouTube

ESPECIFICACIONES GENERALES

- LOGO EN LA ESQUINA INFERIOR IZQUIERDA (SIMPLIFICADO O NORMAL).
REDES SOCIALES Y DIRECCIÓN FÍSICA AL FINAL DEL VIDEO SEGUIDO DE UNA PANTALLA CON EL LOGO ABARCANDO TODO EL ESPACIO
- TAMAÑOS:
 - CÁPSULAS / ACTIVIDADES / EMOCIONALES: 1920 X 1080 PX
 - INFORMATIVOS / TRÁILERS: 1080 X 1080 PX



VIDEOS CÁPSULAS:
DURACIÓN 2.30 MINS

- INTRODUCCIÓN A LOS MIEMBROS DE LA ESCUELA.
- ACTIVIDAD ORGÁNICA A PARTIR DE UN DIÁLOGO NATURAL.
- USO DE BANNERS PARA PRESENTAR A LOS MIEMBROS.
- USO DE TIPOGRAFÍAS LEGIBLES CON COLORES QUE EVITEN QUE LA IMAGEN SE FUNDA CON EL TEXTO.



VIDEOS DE ACTIVIDADES:
DURACIÓN 1.30 MINS

- USO DE VOZ EN OFF, ACOMPAÑADA DE VARIAS TOMAS DE UNA ACCIÓN.
- VOZ ATRACTIVA Y DINÁMICA.
- TOMAS DINÁMICAS PARA EVITAR ABURRIR (CLIP DE NO MÁS DE 15 SEGUNDOS CORRIDOS).



MANUAL DE ESTILO

VIDEOS

VIDEOS INFORMATIVOS:
DURACIÓN 1.30 MINS

- TOMAR COMO REFERENCIA LOS VIDEOS DE PLAYGROUND.
- DATOS FUNDAMENTADOS SOBRE LA CONDICIÓN DEL MEDIO AMBIENTE O EVENTOS RELACIONADOS.
- PUEDEN TOMAR VIDEOS DE OTRAS FUENTES PONIENDO LA REFERENCIA EN LA ESQUINA INFERIOR DERECHA.



VIDEOS EMOCIONALES:
DURACIÓN 2.30 MINS

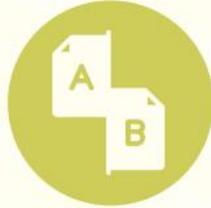
- VIDEOS TESTIMONIALES SOBRE LAS EXPERIENCIAS DE LAS MIEMBROS DE LA ESCUELA EN EL ÁREA QUE TRABAJAN.
- MOSTRAR CARA DE LAS PERSONAS.
- EJEMPLIFICAR LO QUE DICEN CON TOMAS.



MANUAL DE ESTILO

VIDEOS

Lineamientos para realizar un infográfico



ELEGIR UN TEMA

ELEGIR UN TEMA TOMANDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS GENERALES PLANTEADOS Y EL PÚBLICO AL QUE NOS DIRIGIMOS.

- EXPLICACIÓN DE UNA SERIE DE PASOS
- EXPLICACIÓN DE UN CONCEPTO



IDENTIFICAR LA INFORMACIÓN

SE DEBE REALIZAR UN PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOBRE EL TEMA QUE SE VA A ABORDAR. ESTO ES MUY IMPORTANTE PARA VALIDAR NUESTRA INFORMACIÓN



ORGANIZAR LAS IDEAS

HAY QUE RESALTAR LA INFORMACIÓN MÁS RELEVANTE, YA QUE NOS AYUDARÁ A QUE NO SE TENGA UNA GRAN CANTIDAD DE INFORMACIÓN.

LA INFORMACIÓN DEBE IR DE LO GENERAL A LO PARTICULAR.

MANUAL DE ESTILO

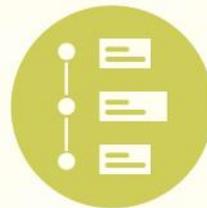
INFOGRÁFICOS

Lineamientos para realizar un infográfico



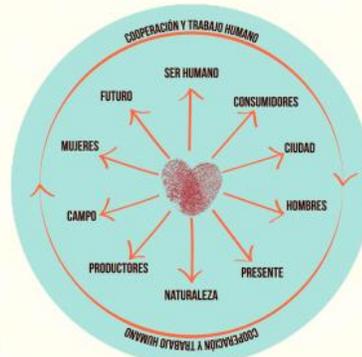
REALIZAR UN BORRADOR

HAY QUE REALIZAR UN BOSQUEJO DE LA INFOGRAFÍA, ESTO NOS PERMITIRÁ VER SI HACE FALTA O SOBRA INFORMACIÓN CON RESPECTO AL MENSAJE QUE SE QUIERE TRANSMITIR



DISEÑO DE LA INFOGRAFÍA

EL DISEÑO DE UNA INFOGRAFÍA DEBE CONTAR CON GRÁFICOS Y POCO TEXTO, ASÍ COMO UN BUEN CONTRASTE DE COLORES QUE SEAN AMIGABLES PARA EL OJO Y QUE A SU VEZ LLAMEN LA ATENCIÓN DEL PÚBLICO.



CRÉDITOS: EL TALLER IMAGINARIO

MANUAL DE ESTILO

INFOGRÁFICOS

Guía para la formulación de la campaña de sensibilización Alter CÓDIGO- Escuela para Defensoras Benita Galeana A.C.

1. Brief

1.1 Punto de partida

La asociación Benita Galeana es una escuela ecofeminista que nace hace más de 30 años del deseo de un grupo de feministas de que más mujeres se apropien de su cuerpo, de sus conocimientos y herramientas para poner en práctica y vivir una vida digna, con respeto, igualdad, y sin violencia. La escuela busca lograr un cambio tangible en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, impulsando el desarrollo de los seres humanos en dirección a la armonía con la naturaleza y el medio ambiente. A si mismo buscan encontrar, la manera de combinar el arte de los remedios tradicionales con la ecología, fomentando técnicas para implementar los jardines medicinales.

En este documento se darán a conocer las distintas propuestas para la creación de una campaña integral de sensibilización hacia los problemas socio ambientales que la escuela ha ido trabajando sobre su historia para que las personas, además de que se informen sobre estos temas, puedan apoyar y dar difusión a la misma.

1.2 Objetivos/Promesa

1.2.1 Objetivo general

Impulsar y posicionar la Escuela para Defensoras Benita Galeana por medio de una campaña de comunicación que incentive al público meta a realizar donaciones a la escuela.

1.2.2 Objetivos específicos

- Trabajar la imagen de la Escuela para Defensoras.
- Generar reconocimiento de la Escuela para Defensoras.
- Posicionar la Escuela para Defensoras dentro del público meta elegido.
- Informar al público meta sobre la situación socioambiental actual en Jalisco.
- Conseguir donativos a través de una plataforma de fondeo.

1.3 Concepto rector de la campaña

Riqueza en la alternativa

1.4 Público meta

Dentro del público meta, la escuela tiene dos tipos distintos, ya que busca tanto llegar a posibles financiadores / donadores como a jóvenes que se involucren y den a conocer el proyecto para que este tenga un mayor impacto social.

En cuanto al público meta de los posibles financiadores / donadores, están en un rango de edad de entre los 35 a los 50 años, con un nivel socioeconómico B+/B/C+ (clase media alta).

Para el público de jóvenes, se pretende llegar a un rango de edad entre los 18 y 35 años. Los niveles socioeconómicos en los que pretendemos enfocarnos, son el C (clase media) y C+ (clase media alta).

1.5 Consideraciones

En este apartado se darán a conocer los lineamientos de consideraciones con las que se trabajará entre el grupo del PAP de Alter Código y la Escuela para Defensoras, esto para una mejor colaboración entre ambas.

REVISIONES

- Presentación de la propuesta entre la semana 1 y 3 del semestre.
- Presentación del proyecto para revisiones finales dentro de las semanas 6 y 7.
- Se mandarón los documentos a revisar 2 días antes y las retroalimentaciones se darón en la misma sesión en conjunto.
- Las modificaciones durante la sesión quedarón por escrito en un documento firmado por ambas partes.

TALLERES

- Se realizará un plan de trabajo el cual se enviará al grupo para su revisión 3 días antes de la sesión.
- Al inicio de la sesión será grupal de introducción y luego se dividirá el grupo en núcleos para trabajar las metas de la sesión de forma uno a uno.

1.6 Acciones estratégicas

Duración aproximada de 4 meses de campaña, en la que se pretende alcanzar una meta en concreto de fondeo a través de una plataforma en la cual se pueda

dar a conocer la escuela, qué es lo que hace y cuáles son los objetivos del fondeo. La campaña consta de 3 fases:

Etapa preventiva (dos semanas de duración)

Esta etapa está planeada para empezar a crear una imagen del mercado en la mente de las personas, especialmente en la Zona Metropolitana de Guadalajara, es decir, que reconozcan el proyecto, que les llame la atención los productos y el concepto, para en etapas posteriores, dirigir la atención a la Escuela de defensoras y a la fondeadora, esto se hará a través de influencers, personas con muchos seguidores en Instagram, para que ellos pasen la voz.

CONTENIDO

- ★ Gráficos con info sobre el mercadito y sus productos de influencers (3) Instagram
- ★ Videos de “review” de productos de cada influencer - Instagram

Contendrán información como la ubicación del mercadito, lo que ofrece y lo dirigirán al Facebook de la Escuela / Mercadito. En el caso de los videos, se proporcionarán productos a las personas para que las recomienden y las prueben, así las personas saben qué productos venden y se interesan por el proyecto.

*Depende de la cantidad de influencers y de su disponibilidad / se van a repartir por días

	Semana 1	Semana 2
Lunes		
Martes	Videos de “review”	Videos de “review”
Miércoles		
Jueves		
Viernes	Videos de “review”	Videos de “review”
Sábado	Gráficos de mercadito	Gráficos de mercadito
Domingo	Gráficos de mercadito	Gráficos de mercadito

Etapa informativa (un mes de duración)

Esta etapa está enfocada en dar a conocer qué es la Escuela para Defensoras, las integrantes, su historia, sus objetivos, sus integrantes, los problemas que atiende, las

soluciones que dan a aquellos problemas, etc., ya que se creará un lazo de confianza entre el público meta y la misma escuela.

- Miércoles de “Conoce a”

En esta sección se realizarán cápsulas informativas acerca de las mujeres que están involucradas en la Escuela para Defensoras, esto para que exista una cercanía entre sus seguidores.

- Instagram: En esta plataforma se pretende subir una foto que plasme a una de las mujeres, brindando la opción de que la conozcan más haciendo click a un vínculo que estará en la descripción de instagram.
 - Facebook: Compartir el video de youtube en esta plataforma.
 - Youtube: compartir videos
- Se difundirán datos de interés, por medio de material gráfico para dar a conocer la labor y formación de la Escuela para Defensoras.

CONTENIDO

- ★ Videos informativos uno por semana (4) Facebook / Youtube- tipo playground
- ★ Imágenes anecdóticas dos por semana (8) Instagram / Facebook
- ★ Fotos de productos una por semana (4) Instagram / Facebook

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Lunes	Video informativo		Imagen anecdótica	
Martes		Video informativo		Imagen anecdótica
Miércoles	Imagen anecdótica		Video informativo	
Jueves		Imagen anecdótica		Video informativo
Viernes	Imagen anecdótica		Imagen anecdótica	
Sábado	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto
Domingo		Imagen anecdótica		Imagen anecdótica

Etapa emotiva (dos meses de duración)

En esta etapa se profundizará sobre los problemas que la Escuela de Defensoras atiende, dando a conocer los casos particulares con los que se han encontrado, cómo es que ellas luchan dentro de su comunidad y qué soluciones dan, se refleja la fuerza de la escuela y se invita a hacer un cambio a través de la acción, es decir, del donativo.

CONTENIDO

- ★ Fotos de productos dos por semana (16) Instagram / Facebook
- ★ Fotos de retratos una por semana (8) Instagram / Facebook
- ★ Videos presentación uno cada dos semanas (4) Facebook / Youtube / Instagram (tráiler)
- ★ Infografías de donación y plataforma una por semana (8) *se puede repetir* Facebook / Instagram
- ★ Gráficos con info sobre el mercadito y fondeadora de influencers (3) Instagram

Apoyado de:

- Carteles físicos en tienda.

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Lunes		Foto de retrato		Infografía
Martes	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto
Miércoles	Video de presentación		Video de presentación	
Jueves	Foto de retrato	Infografía	Foto de retrato	
Viernes	Gráficos de influencers		Gráficos de influencers	Foto de retrato
Sábado	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto
Domingo	Infografía		Infografía	

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Lunes		Foto de retrato		
Martes	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto
Miércoles	Video de presentación		Video de presentación	Foto de retrato

Jueves		Infografía		
Viernes	Foto de retrato	Gráficos de influencers	Infografía	
Sábado	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto	Foto de producto
Domingo	Infografía		Foto de retrato	Infografía

Etapa de seguimiento (un mes de duración)

En esta última etapa se darán a conocer los resultados del fondeo, se darán agradecimientos en las distintas plataformas elegidas en posts escritos, imágenes y/o vídeos. Así mismo, se evaluará el desempeño de las publicaciones de las distintas plataformas que se utilizaron, es decir, las estadísticas de alcance, con la ayuda de plataformas especializadas.

Por otro lado, se harán encuestas voluntarias a los seguidores de las plataformas para ver su opinión sobre el contenido al que fueron expuestos y tener retroalimentación como futura referencia.

CONTENIDO

- ★ Video de agradecimiento primera semana (1) Facebook / Youtube / Instagram (tráiler)
- ★ Fotografía retrato de escuela primera semana (1) Instagram / Facebook
- ★ Fotografía de evidencia de recompensa segunda semana (2) Instagram / Facebook

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Lunes				
Martes				
Miércoles	Video de agradecimiento			
Jueves				

Viernes		Evidencia de recompensa		
Sábado	Fotografía retrato			
Domingo				

1.7 Recursos, canales y plataformas disponibles para la campaña

- **Página web:** información detallada y extensa de la escuela.
- **Facebook:** actualizaciones, publicaciones referentes al tema socio ambiental. Información disponible acerca del proyecto para que cualquier persona pueda enterarse e informarse de manera sencilla.
- **Youtube:** videos de escuela, tutoriales (ej. cuidados de plantas medicinales), evidencia en eventos.
Videos emotivos, para conectar con el espectador.
- **Instagram:** Subir imagenes donde se pueda apreciar de manera estética el avance del proyecto. Así como secuencias de fotos para crear mini tutoriales o videos en stop motion.

2. Detalle de contenidos

2.1 Contenidos digitales para redes sociales

- **VIDEOS**

Serán de uno a dos minutos, informativos, testimoniales o en formato tutorial y producidos a manera de que sean compatibles con las diferentes plataformas de la Escuela para Defensoras, especialmente Facebook y Youtube.

Características:

- ❖ Cuenten con la participación de las mujeres pertenecientes a la Escuela para Defensoras.
- ❖ Videos cortos, que dejan en claro de que se trata el proyecto en menos de dos minutos, tomando referencia a Playground.
- ❖ Resaltar tonalidades predominantes.
- ❖ Use un lenguaje fácil de comprender.
- ❖ Informe al público de manera facil de que trata el proyecto.
- ❖ Al finalizar los videos dejar un espacio con las redes sociales.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=NaboOguztCw>

- **FOTOGRAFÍAS**

Estas serán para Facebook e Instagram, tendrán las medidas base de Instagram (1080x1080 px), y tendrán el propósito de mostrar a las miembros de la Escuela para Defensoras, las cosas que hacen, las actividades que realizan, así como mostrar el mercado, en otras palabras, su día a día.

Características:

- ❖ Imágenes atractivas que muestran la labor y actividades de la Escuela para Defensoras.
- ❖ Imágenes estéticas y atractivas para el público.
- ❖ Uso de filtros que resalten las imágenes sin llegar a saturarse.
- ❖ Uso de mínimo de texto en las imágenes, tanto para Facebook e Instagram, se añadirá el texto en la descripción de la foto.

Ejemplo:



- **INFOGRÁFICOS**

Estos serán principalmente para Facebook, tendrán información sobre el estado actual del medio ambiente, tanto a nivel global como local, para dar a entender lo que está pasando.

Características:

- ❖ El estilo de gráfico de los infográficos debe ir acorde a la guía de estilo definida previamente y sin llegar a ser muy minimalista.
- ❖ Debe contener el suficiente texto para que cumpla con el objetivo de informar, pero si llegar a un exceso de texto. Se recomiendan frases cortas que resuman una idea.

Ejemplo:



● PRODUCTOS GRÁFICOS

En esto se consideran GIFs, videos cortos (InstaStories), los cuales tienen el mismo propósito que las fotografías pero de una más dinámica y atractiva, así como también mostrar un proceso de manera más resumida.

Características:

- ❖ GIFs cortos y atractivos visualmente que sigan la guía de estilo preestablecida, con información relevante pero sencilla.
- ❖ GIFs a manera de stopmotion que proyecten una realidad de lo que está pasando con el ambiente.
- ❖ Instastories a manera de gifs o tutoriales compuestos por varios stories con el fin de informar o mostrar un proyecto/actividad.

Ejemplo:

<https://instagram.com/p/BqJj9BeBDOx/>

PLATAFORMA DE FONDEO: Ideame

Ideame es una plataforma de financiamiento colectivo, en la cual los creadores pueden financiar sus proyectos por medio del apoyo de donaciones a partir de recompensas.

Su estrategia de trabajo se basa en 3 etapas:

- **Financiamiento:** Recompensas ofrecidas por los creadores a los donadores.
- **Difusión:** Generar exposición dentro de un mercado a nivel Latinoamérica.
- **Profesionalización:** Acceso a materiales de capacitación, para que los creadores adecuan su campaña de comunicación de una manera más eficiente.

Tipos de recaudación:

- **Todo o Nada:** El creador debe alcanzar el 100% de su objetivo económico al finalizar su campaña de recaudación, en caso de no ser así, el dinero acumulado se regresará a los respectivos donadores (Comisión del 10% recaudado más IVA a proyectos que logren sus objetivos).
- **Todo Suma:** En base al objetivo económico, el creador podrá recaudar el dinero aunque no logre dicho objetivo, y tendrá de dar recompensas a todos sus colaboradores (Comisión del 10% recaudado más IVA).

Envío de recompensas y costo:

- Sin costo de envío: Aplica a recompensas intangibles o que el creador asuma el costo de envío de la recompensa.
- Retirar sin costo: El creador y donador establecen una locación para recoger la recompensa.
- Costo de envío nacional e internacional: El creador define un costo de envío y el donador deberá depositar el costo de la donación más el envío.
- Costo de envío sin convenir: En caso de que la recompensa no esté bien definida, el creador y el donador tienen el compromiso de llegar a un acuerdo mutuo.

Métodos de donación son:

- Oxxo (efectivo)
- Tarjetas de crédito y débito (Visa, MasterCard, American Express, Discover)
- Transferencias bancarias

Para los pagos con cualquier tipo de tarjeta, es necesario tener una cuenta de PayPal.

Aspectos a revisar de la plataforma

Consideraciones:

1. Ser mayor de edad
2. Residir en el país habitado
3. Cuenta bancaria del país en donde se realizará la campaña

Publicación del proyecto:

Para que un proyecto se publique dentro de la plataforma de Ideame, se debe contar con las siguientes características:

- Objetivo claro
- Período de tiempo definido
- Ubicación dentro de algunas de la categorías propuestas por la plataforma
- No afecte la moral
- No sea controversial dentro de la temática de política, religión y sexualidad
- Cumpla con los plazos definidos dentro de la plataforma

Una vez que se revisen estas características, la plataforma tardará dos días hábiles en dar respuesta sobre si se publica o no el proyecto.

Contenido necesario para publicar el proyecto:

- Categoría
- Objetivo económico
- Período de recaudación
- Plan de recaudación
- Video de presentación
- Descripción del proyecto
- Imágenes (4)
- Recompensas y precios
- Presentación personal

Nota: Una vez que se acepte la publicación del proyecto, este no se publica directamente en la página principal de Ideame, sino que solo las personas que tengan el link del proyecto pueden ver el proyecto de fondeadora. Para que el proyecto pueda ser visible para todos los usuarios de Ideame, se debe conseguir al menos 10% del objetivo económico.

Una vez publicado el proyecto, no se pueden modificar los siguientes aspectos:

- Objetivo económico
- Modo de recaudación
- Extensión de la campaña
- Recompensas que ya hayan sido seleccionadas

Los aspectos que sí se pueden modificar y tienen más que ver con aspectos de presentación, son los siguientes:

- Video de presentación
- Imágenes
- Recompensas (siempre y cuando no hayan sido elegidas)
- Perfil
- Descripción del proyecto

La manera de justificar el ingreso del dinero en México es a manera de fideicomiso / donación por cargo

Anexo 5: Proyecto de administración de datos del PAP

Lineamientos para un buen manejo de bases de datos:

El orden brinda muchos beneficios al ubicar rápidamente la información, pues permite establecer relaciones o enlaces y además reduce costos de mantenimiento. Si se dedica más tiempo en hallar un documento esos minutos de demora se pueden reflejar en un costo de horas que el personal de PAP (tanto maestros, asesores y estudiantes) gasta por una falta de planificación. Además, en el caso de que un profesor o estudiante interesado en el acervo, no encuentre información podría representar la pérdida de una colaboración.

Para que las carpetas permanezcan organizadas, será necesario que el aquella persona que ingrese logre tener familiaridad con el sistema de navegación y para ello se respetarán las siguientes rutas de acceso y el protocolo de administración y organización de datos del Google Drive del Pap, pues contiene consideraciones de organización que deben seguir todos los usuarios.

Protocolo de administración y organización de datos del Google Drive del PAP (consideraciones de organización que deben seguir todos los usuarios).

Instructivo para sistematización de Drive

Es de suma importancia que el Drive de Alter CÓDIGO se mantenga ordenado debido a la cantidad de archivos que contiene. El Google Drive del PAP se compone de una carpeta madre llamada Alter CÓDIGO, de esa carpeta madre se desprenden cuatro carpetas:

🔍 Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO ▾

Nombre ↑

- 📁 Adultos Mayores

- 📁 Afectados Ambientales

- 📁 Desechos

- 📁 Documentación del PAP

Dentro de la carpeta *Documentación del PAP* se encuentra la carpeta de *Recursos*.

🔍 Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Documentación del PAP ▾

Nombre ↑	Propietario
📁 Recursos	yo

Y dentro de la carpeta *Recursos* se encuentra la carpeta de *Diseño*

🔍 Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Documentación del PAP > Recursos ▾

Nombre ↑	Propietario
📁 Diseño	yo

Dentro del escenario de Adultos Mayores, la ruta a seguir para ingresar será primero mostrar las temporalidades o periodos dentro del año escolar:



Dentro del escenario de Adultos Mayores, cualquier de los periodos contiene a las carpetas de los dos equipos de trabajo; el de Posicionamiento y Difusión y el de Producción además de las carpetas de Bibliografía, RPAP, Asignaciones ya que ambos equipos compartirán la información y los documentos dentro de ellas.



Dentro de las dos carpetas de equipos (Posicionamiento y Difusión y Producción) en el escenario de Adultos Mayores, se encuentran las carpetas de Planeación y Productos:

Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Adultos Mayores > Verano 2018 > Producción

Nombre ↑	Propietario
Planeación	yo
Productos	yo

Dentro de la carpeta de Productos estan las carpetas de Audio, Brief, Campañas, Diagnósticos, Foto, Investigación, Lineamientos, Manuales, Planes, Propuestas Visuales, Referencias, Talleres, Video

Buscar en Drive

Mi uni... > Alter CÓDI... > Adultos May... > Verano 2... > Producc... > Product... > Productos

Carpetas

Audio	Brief	Campañas	Diagnosticos	Foto
Investigación	Lineamientos	Manuales	Planes	Propuestas Visua...
Referencias	Talleres	Videos		

En el escenario de Afectados Ambientales, la ruta a seguir será generar tres carpetas de temporalidades por año escolar:

Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Afectados Ambientales

Nombre ↑	Propietario
Otoño 2018	yo
Primavera 2018	yo
Verano 2018	yo

En el escenario de Afectados Ambientales, cada semestre o periodo llevará máximo seis carpetas:

🔍 Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Afectados Ambientales > Verano 2018

Nombre ↑	Propietario
📁 Asignaciones	yo
📁 Bibliografía	yo
📁 Desechos	yo
📁 Planeación	yo
📁 Productos	yo
📁 RPAP	yo

Las categorías establecidas para cada una de esas seis carpetas, en los dos escenarios (tanto Adultos Mayores como Afectados Ambientales) son las siguientes:

-Asignaciones: Son la lista de pendientes que se generan semanalmente por la maestra Daniela.

Q Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Adultos Mayores > Verano 2018 > Asignaciones

Nombre ↑	Propietario	Última modificación
 Asignaciones_AfectadosAmbientales_Semana4.docx	yo	11:16 yo
 Asignaciones_AfectadosAmbientales_Semana5.docx	yo	11:16 yo
 Asignaciones_AfectadosAmbientales_Semana6.docx	yo	11:17 yo
 Asignaciones_AfectadosAmbientales_Semana7.docx	yo	11:17 yo

-Bibliografía: Se trata de todos aquellos textos y fuentes de Información con la que damos sustento a nuestros reportes PAP y demás documentos de investigación.

Q Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Adultos Mayores > Verano 2018 > Bibliografía

Nombre ↑	Propietario	
 Fuentes de Información	yo	1
 Textos	yo	1

-Desechos: donde se tendrá que ir depositando las versiones evolutivas del RPAP.

Q Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Adultos Mayores > Verano 2018 > Desechos

Nombre ↑	Propietario
 RPAP_Afectados_V1.docx	yo
 RPAP_Afectados_V2.docx	yo
 RPAP_Afectados_V3.docx	yo

-Planeación: Contiene un archivo titulado Cronograma donde se detalla el rol de cada integrante del equipo, las fechas de entrega y los productos esperados, además de las salidas de campo y avances del RPAP.

Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Adultos Mayores > Verano 2018 > Planeación

Nombre ↑

Propietario

Cronograma

yo

-Productos: Contiene las carpetas de Audio, Brief, Campañas, Diagnósticos, Foto, Investigación, Lineamientos, Manuales, Planes, Propuestas Visuales, Referencias, Talleres, Video. Cada carpeta de productos se conforma de recursos o insumos con nomenclatura específica que se detalla más adelante en éste protocolo.

Buscar en Drive

Mi u... > Alter CÓ... > Adultos M... > Posicionamiento y... > Verano... > Product...

Productos

Carpetas

Nombre ↑



-RPAP: Contiene desde la primera versión del reporte PAP hasta la final, se espera que al finalizar el periodo en curso sólo permanezca la versión final como referencia a los nuevos estudiantes del PAP.

Buscar en Drive

Mi unidad > Alter CÓDIGO > Adultos Mayores > Verano 2018 > RPAP

Nombre ↑

Propietario

W RPAP_Afectados_V1.docx

yo

W RPAP_Afectados_V2.docx

yo

W RPAP_Afectados_V3.docx

yo

W RPAP_Afectados_VersiónFinal.docx

yo

Continuando con los lineamientos del uso del Drive, queda entendido que:

Nadie tiene la atribución de agregar usuarios al drive exceptuando a Daniela Gloss.

Nadie tiene la atribución de borrar archivos y carpetas, sin embargo, la carpeta *Desechos* contendrá versiones preliminares de Reportes PAP.

El encargado del equipo Data Manager en verano 2018 es Christian Aubert y con la continua supervisión y consentimiento de la maestra Daniela Gloss, se ha determinado que los siguientes archivos pasarán a la carpeta *Desechos* y posteriormente se considerará la eliminación final:

-Reportes con temporalidad anterior a Primavera 2018.

-RPAP's excepto versiones finales y versiones de Primavera 2018 y Verano 2018 (y cuando comience el periodo de Otoño 2018, se procederá a borrar todas las versiones de Primavera y Verano 2018, exceptuando versiones finales), de manera que cada periodo nuevo, los alumnos que ingresen, tengan como referente las versiones finales del semestre anterior pero no los documentos con anotaciones de asesores PAP).

Con la finalidad de evitar el extravío o en el peor de los casos, la fatal eliminación de archivos necesarios para futuras alianzas, en caso de utilizar *Google Drive*, toda persona que sea Data Manager o encargado del Drive en el PAP deberá:

Hacer lista de estudiantes que hagan carpetas o suban archivos para conseguir contactos (correo y teléfono) y comunicarles la urgencia para que cambien de propietario (pasando la propiedad a la maestra Daniela Gloss o a -los dos

perfiles creados específicamente para no limitar el almacenamiento en Drive de los estudiantes- Alter CÓDIGO y Data Manager Alter CÓDIGO), antes de la entrega

de calificaciones del periodo en curso.

Cómo cambiar de propietario

1. Abre la pantalla de inicio de [Google Drive](#), [Documentos de Google](#), [Hojas de Cálculo de Google](#) o [Presentaciones de Google](#).
2. Haz clic en el archivo que quieras transferir a otra persona.
3. Haz clic en Compartir o en el icono .
4. Haz clic en **Avanzada**.
5. A la derecha del nombre de la persona, haz clic en la flecha hacia abajo .
6. Haz clic en **Es propietario**.
7. Haz clic en **Guardar cambios**.

Cuando hayas convertido a otra persona en propietaria de un archivo, podrás editarlo a menos que el nuevo propietario decida cambiar el tipo de acceso que tienes.

S

únicos propietarios de los archivos y carpetas del Drive son y deberán ser:

	Alter Código ITESO alter.codigo.iteso@gmail.com
	Data Manager Alter CÓDIGO datamanageraltercodigo@gmail.com (predeterminado)
	Daniela Gloss danielagloss@gmail.com <i>Saliste de tu cuenta</i>

Para ubicar toda la bibliografía, los usuarios interesados deberán seguir la siguiente ruta:

Alter CÓDIGO - Documentación Del PAP - Lecturas/Bibliografía - Referencias Bibliográficas

Nomenclatura Fotos

La manera en que se deben nombrar las fotografías es la siguiente:

[Categoría] _ [Escenario] _ [0000]. JPEG

El número que se pone al final debe ser un número de 4 dígitos (múltiplos de 1,000). De esta manera, dependiendo a la categoría se van numerando las fotos desde el: 0001 hasta el 1000.

Ejemplo:

Tenemos la siguiente fotografía tomada en el asilo López Chávez. Se guarda dentro de la carpeta de *Fotos* dentro de la carpeta de *Asilo López Chávez* en la carpeta de *Adultos Mayores*.

Dentro de la carpeta correcta, la fotografía se guarda bajo el nombre:



Alegria_Asilolopezchavez_0078.JPEG

(El setenta y ocho es un ejemplo de número suponiendo que es la foto número 78 dentro de la categoría de “Alegria”

Especificaciones:

- Solo en la primera letra se usan mayúsculas.
- Nunca se usan acentos para guardar el archivo.
- Siempre se usan guiones bajos (_) para separar cada parte de la nomenclatura.
- Las categorías no deben ser repetitivas, es decir, no puede existir la categoría “ALEGRIA” y también “FELICIDAD”, ya que puede causar confusiones.
- Siempre que se considera necesario agregar una categoría que no está registrada se añade en mayúsculas teniendo cuidado de no ser repetitivo con las que ya existen.
- Cada nueva categoría inicia una nueva numeración de mil. Es decir que si se acaba de agregar la categoría “MIEDO” (por ejemplo), la fotografía se guardaría así: MIEDO_A_0001.jpeg
- Siempre abreviar la temporalidad en nomenclatura de archivos, fotos, videos y todo envés de Visitadecampo_Primavera2018_0002.docx a Visitadecampo_P2018_0002.docx

Nomenclatura videos

Se sigue la misma lógica de categorías y de orden para la nomenclatura, solamente se empieza con una “V” para especificar que es un archivo de video.

Los videos guardarlos primero como editables (#1, #2, etc...).

Luego como aprobados (que estarían en la carpeta de editables).

Finalmente como finales (nunca usar esa nomenclatura hasta este paso).

Ejemplo:

V_Practicas_B_0025.MOV

Nomenclatura audios:

- **ENTREVISTA:**

Se clasificará especificando que es una entrevista, a quién se está entrevistando, en cuál escenario y el número de audio dependerá de la persona entrevistada (puede haber más de una entrevista a una sola persona)

Ejemplo:

Entrevista_Joaquin_C_0001

Si el audio corresponde a un video, el video se nombrará igual, pero con V al inicio, por ejemplo:

V_Entrevista_Joaquín_C_0001

- **AUDIO:**

Para clasificar un audio que no es entrevista se clasificará en ambientales e incidentales, sobre qué es, la letra correspondiente al escenario y el número de archivo.

Ejemplo:

Ambiente_Pajaros_E_0001

*La extensión del archivo puede variar, no todos los clips son “.mov”

A su vez cada producto específico tiene sus propias carpetas la categorización del material de acuerdo a su naturaleza:

AUDIOS (Los archivos de audio que no tengan un video al cual ser sincronizado, sonidos ambientales)

DESECHOS (Colocar todos los archivos que no pasaron los filtros técnicos o conceptuales)

ENTREVISTAS (Los archivos de audio y video que pertenezcan a una entrevista)

VIDEOS (Se guardan los archivos de video y sus respectivos archivos de audio en caso de que estén separados para posterior sincronización)

STAFF (Se guardan fotografías y videos en los que aparezcan los miembros del equipo de ALTER CÓDIGO como behind the scenes)

Reglamento para uso de bases de datos y respaldo en ISIS

- Hacer respaldos cada semana en el disco duro del proyecto
- No eliminar el material de forma definitiva los archivos, trasladar a carpeta de desechos
- Cerrar sesión
- No cambiar el acomodo de las carpetas
- Agregar nomenclaturas a la clasificación de bancos de datos
- Si el producto no está en el inventario hay que registrarlo
- Catalogar, filtrado técnico y filtrado conceptual (cada cual en el tiempo indicado)
- No modificar aquello que ya está catalogado
- Si hay problemas con el catálogo o propuestas de cambio notificar a Daniela
- Notificar a Frank y Daniela cuando se realizará filtrado de material

- El reglamento será modificable por Frank y Daniela