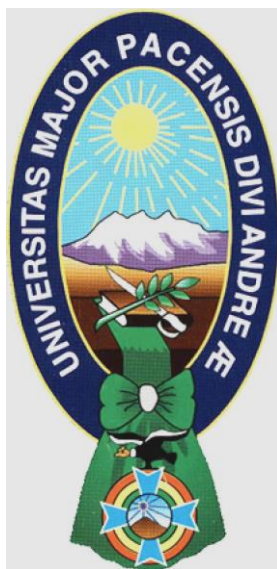


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



PROYECTO DE GRADO

“MEDIOS ALTERNATIVOS PARA INFORMAR A LA ORGANIZACIÓN DE MUJERES INDIGENAS DE LARECAJA (O.M.I.L.) DE LA COMUNIDAD DE GUANAY SOBRE EL DERECHO A LA IDENTIDAD EN LA OBTENCION DE CEDULAS DE IDENTIDAD”

POSTULANTE: SUSANA CUSSI CONDORI

TUTORA: LIC. ROXANA AYDE POZO LAZCANO

LA PAZ – BOLIVIA

2017

Dedicatoria

Quiero dedicar el presente proyecto de grado a mi Dios Todopoderoso, porque Él es mi fuente de vida, gracias a Él tuve a los mejores Padres, tengo a mis hermanos y a una nueva familia. En cada momento puedo ver su fidelidad y su gran amor.

También deseo dedicar este trabajo a mis Padres, Sr. Eulogio Cussi Cabrera, Sra. Antonia Condori de Cussi porque sé que desde el cielo guían mis pasos, a mis hermanos, Rosario, Roxana, Marco Antonio y a mi Cuñado Edson Balboa Matienzo. A mi madre política Sra. Emma Lopez de Frontanilla, a mis cuñados Reynaldo, Waldo, Beatriz, Marco Antonio Frontanilla y Freddy Chila.

De una forma muy especial quiero dedicar este trabajo y la vez agradecer por todo su amor, apoyo incondicional, dedicación, consejos, fuerza, motivación a mi amado esposo Edgar Ivan Frontanilla Lopez y a mi hija Evangheline Gabrielle porque ahora son el motor de mi vida.

Agradecimientos

Quiero agradecer de forma muy especial a mi Tutora, Docente y amiga a Lic. Roxana Aydee Pozo Lazcano por su apoyo incondicional, consejos, recomendaciones y tiempo para la elaboración de este trabajo.

Agradecer a mis ángeles que cuidan y guían mis pasos Reyna Julieta Castañeta Gili y Zulema Serruto. A mis compañeros, amigos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social Don Agustín y Don Nicolas por la colaboración, apoyo y tiempo en guiarme en el proceso de este proyecto.

Resumen

“MEDIOS ALTERNATIVOS PARA INFORMAR A LA ORGANIZACIÓN DE MUJERES INDIGENAS DE LARECAJA (O.M.I.L.) DE LA COMUNIDAD DE GUANAY SOBRE EL DERECHO A LA IDENTIDAD EN LA OBTENCION DE CEDULAS DE IDENTIDAD”

El Presente proyecto se realizó en la comunidad de Guanay de la Provincia de Larecaja de la Ciudad de La Paz – Bolivia con el objetivo de diseñar una estrategia comunicacional para informar, socializar el derecho a la identidad para la obtención de la cedula de identidad.

En el transcurso del tiempo se pudo evidenciar que el Derecho a la Identidad es una llave de acceso al ejercicio de nuestros derechos fundamentales como ciudadanos bolivianos, el cual este trabajo fue investigando las causas, efectos y falencias que existen en la problemática del derecho a la identidad para la obtención de la cédula.

En esta propuesta se plantea la participación de la Instituciones dedicadas a la temática de la identificación como ser el Servicio de Registro Civil (SERECI) y el Servicio General de Identificación Personal (SEGIP) que desarrollen campañas y jornadas de otorgación de documentos que involucren a la población rural femenina indígena de los diferentes distritos del municipio de Guanay.

De acuerdo a la investigación de campo se pudo evidenciar que las principales causas para no contar con los documentos de identidad son la falta de información sobre los requisitos que necesitan tanto para el certificado de nacimiento y la cedula de identidad. El cual da lugar a desconocer las ventajas que tienes al adquirir mencionados documentos, que son los bonos que son brindados por el estado.

En esta propuesta de comunicación se recomienda trabajar con profesionales en el área de comunicación de las diferentes Instituciones y organicen estrategias comunicaciones para ingresar a las diferentes comunidades y realicen actividades para la obtención de estos documentos. También podemos mencionar que los medios alternativos son una herramienta fundamental para lograr que nuestra población pueda acceder a sus diferentes documentos y sanear los mismos.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCION	1
CAPITULO I	
MARCO REFERENCIAL	3
1.1. Aspectos Generales	3
1.2. Orígenes	4
1.3. Antecedentes	6
1.4. Planteamiento del problema	7
1.5. Problema	8
1.5.1. Problema principal	8
1.5.2. Problemas secundarios	8
1.6. Objetivos	9
1.6.1. Objetivo general	9
1.6.2. Objetivos específicos	9
1.7. Justificación	9
CAPITULO II	
DIAGNÓSTICO	12
2.1. Diagnóstico Ex - ante	12
2.1.1. Resultados de la Encuesta a mujeres indígenas de Distritos rurales del Municipio de Guanay	13
2.1.2. Resultados de la entrevista a mujeres líderes de organizaciones de distritos rurales de Guanay	25
2.1.3. Resultados de la entrevista a un ejecutivo de una entidad relacionada con la función de identificación de personas	37

2.1.4. Resultados de los grupos focales	44
2.2. Diagnóstico Ex - post	52
CAPITULO III	
MARCO INSTITUCIONAL	56
3.1. Órgano Plurinacional Electoral	56
3.2. Servicio de Registro Civil (SERECI)	57
3.3. Servicio General de Identificación Personal (SEGIP)	58
CAPITULO IV	
MARCO LEGAL	60
4.1. Introducción	60
4.2. Normas internacionales	60
4.2.1 Declaración universal de los derechos humanos	60
4.2.2 Pacto internacional de Derechos Civiles y Políticos	60
4.3. Normas Sectoriales	60
4.3.1. Convención sobre los Derechos del Niño	61
4.3.2. Convención Americana sobre los Derechos Humanos	61
4.4. Normas Nacionales	61
4.4.1. Leyes	61
4.4.1.1. Constitución Política del Estado	61
4.4.1.2. Código Civil	62
4.4.1.3. Código Nino, Nina y Adolescente	63
4.4.1.4. Ley 018	63
4.4.1.5. Ley N° 0145	64
4.4.1.7. Ley 223	66

CAPITULO V

MARCO TEORICO	67
5.1. Definición de comunicación	67
5.2. Definición de comunicación alternativa	67
5.3. El proceso de comunicación	72
5.4. Elementos del proceso de comunicación	73
5.4.1. Emisor	73
5.4.2. Mensaje	73
5.4.3. Medio o canal	74
5.4.4. Receptor	74
5.4.5. Codificador	74
5.5. Definición de medios alternativos	75
5.5.1. Cartillas como medio de Comunicación Alternativo	76
5.5.2. Volantes	81
5.5.3. Afiches	81
5.5.4. Trípticos	81
5.6. Definición de comunicación participativa	81
5.6.1. De Berlo a Kaplun, cómo ver la comunicación	82
5.6.2. La participación, la comunicación y lo político	84
5.6.3. La praxis comunicacional mass mediática y la participación comunitaria	88
5.7. Definición de Identidad	89
5.8. Definición Derecho a la Identidad	90
5.9. Definición de Comunidad	90
5.10. Documentos de identidad	91
5.10.1. Certificado de nacimiento	91
5.10.2. Cedula	91

5.10.3. Carnet	92
5.10.4 Cedula de identidad	92
5.10.5. Carnetización	92
5.11. Identificación	92
5.12. Identificar	93
5.13. Identidad	93
5.14. Idéntico	94
5.15. Filiación	94
5.16. Clases de identificación	94
5.16.1. Identificación civil	95
5.16.2. Identificación natural	95
5.17. Definición de nacionalidad	95
5.18. Definición de ciudadanía	95
5.19 Definición de persona indocumentada	96
5.19.1 indocumentación absoluta	96
5.19.2. Indocumentación relativa	96
5.20. Identidad legal	96

CAPITULO VI

MARCO METODOLÓGICO 97

6.1. Enfoque metodológico	97
6.2. Tipo de investigación	97
6.3. Diseño de la investigación	98
6.4. Método de la investigación	98
6.5. Población y muestra	99
6.6. Técnicas e instrumentos de investigación	101
6.6.1. Técnicas de investigación	101
6.6.2. Instrumentos de investigación	102
6.7. Operacionalización de variables	103
6.8. Características del proyecto	105

6.8.1. Descripción del proyecto	105
6.8.2. Finalidad del proyecto	105
6.9. Metas del proyecto	105
6.9.1. Corto plazo	105
6.9.2. Mediano plazo	105
6.9.3. Largo plazo	105
6.10. Beneficiarios	106
6.10.1. Beneficiarios directos	106
6.10.2. Beneficiarios indirectos	106
CAPITULO VII	
MARCO PRÁCTICO	107
7.1. Introducción a la propuesta	107
7.2. Campañas móviles de otorgación de cédula de identidad	108
7.3. Estrategia de comunicación alternativa	112
7.4. El mensaje	114
7.5. Medios	115
7.6. Participación ciudadana	116
7.7. Recursos humanos	117
VIII. CONCLUSIONES	119
IX. RECOMENDACIONES	122
X. PRESUPUESTO	123
XI. CRONOGRAMA DE TRABAJO	124
XII. BIBLIOGRAFÍA	127
ANEXOS	133

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Población de mujeres de 18 a 60 años. Distritos rurales	
Del Municipio de Guanay	99
Gráfico 1 Muestra de estudio según Distrito, en %	13
Gráfico 2 Muestra de mujeres encuestadas según edad, en %	14
Gráfico 3 Muestra de mujeres encuestadas según estado civil, en %	15
Gráfico 4 Tiene certificado de nacimiento, en %	16
Gráfico 5 Cuenta con cédula de identidad, en %	17
Gráfico 6 Beneficios a los que se puede acceder con documentos de identificación, en %	18
Gráfica 7 Sabía que la identificación es un derecho de todos, en %	19
Gráfico 8 Tuvo conocimiento de campañas de identificación, en %	19
Gráfico 9 Participó en alguna campaña de identificación realizada en Guanay, en %	20
Gráfico 10 Medios de comunicación empleados para lograr la participación de la población, en %	21
Gráfico 11 Considera Ud. que estos medios de comunicación fueron efectivos, en %	22
Gráfico 12 Motivos por los cuales se considera que estos medios no fueron efectivos, en %	23
Gráfico 13 Considera que se deberían utilizar otros medios de comunicación alternativos en las campañas de identificación, en %	24
Gráfico 14 Medios alternativos preferidos por las encuestadas para promocionar campañas de carnetización en Guanay, en %	25
Gráfico 15 Sugerencias para la estructuración de las diferentes etapas de organización de las campañas para la otorgación de cédula de identidad a las mujeres indígenas del municipio de Guanay	110

INTRODUCCION

La problemática del derecho a la identidad tiene una enorme relevancia, en nuestro país, porque es un derecho básico de cada persona, el derecho a la identidad es el derecho a la conformación, preservación y proyección de la individualidad del ser humano. El derecho a la identidad personal se desarrolla en diferentes elementos que dan el origen de un ser humano, abarcando el nombre, los dos apellidos, filiación, pertenencia a una familia, verdad biológica, genética, nacionalidad, idioma, costumbres y cultura propia.

El derecho a la identidad es la llave de acceso al ejercicio de la mayor parte de los derechos fundamentales reconocidos por nuestra legislación a los ciudadanos bolivianos.

Esta investigación desarrollara las causas, efectos y falencias que existen en la problemática del derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad en la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL) de la comunidad de Guanay.

Por la importancia del tema, el proyecto se desarrolla en seis capítulos, que a continuación se resumen.

En el primer capítulo se irá desarrollando como el derecho a la identidad es uno de los derechos fundamentales de cada persona como ser el certificado de nacimiento y la cédula de identidad, en Bolivia no se le dió la debida importancia para poder documentar a cada ciudadano. Es por eso que éste proyecto está enfocado en mostrar las causas y falencias que tienen las políticas sobre el derecho a la identidad en la comunidad de Guanay provincia Larecaja. Además que plantea una estrategia comunicacional en sus diferentes falencias.

En el segundo capítulo se realiza un diagnóstico de todo el proyecto, la forma que se trabajó en la localidad de Guanay y se realiza una descripción y análisis de los resultados obtenidos.

En el tercer capítulo se amplían se describen a las instituciones dedicadas a la problemática de la identidad en Bolivia, así como sus antecedentes, funciones y atribuciones.

En el cuarto capítulo se detalla de manera minuciosa sobre los convenios, leyes, resoluciones que fundamentan el cumplimiento del derecho a la identidad.

En el quinto capítulo, se desarrolla de manera ordenada los diferentes conceptos que se usaran en el proyecto.

En el sexto capítulo se describe el marco metodológico y se muestra la forma en la que se encuentra estructurado el proyecto.

En el capítulo 8 y 9 se exponen las conclusiones y recomendaciones del Proyecto de Grado.

I. MARCO REFERENCIAL

1.1. Aspectos Generales

En el año 2008, la Organización de los Estados Americanos (OEA) en común acuerdo con los países de la región, estableció la meta “subregistro cero” para el año 2015.

A lo largo de estos últimos años se han realizado avances importantes en la materia que apuestan al cumplimiento de la meta propuesta. Sin embargo, todavía hay mucho por hacer.

Anualmente 1.3 millones de nacimientos en las Américas no son registrados y hay un total de 6.5 millones de niños que no poseen un certificado de nacimiento. Una niña o un niño sin identidad es menos proclive a recibir servicios de educación y salud y más propenso/a a ser abandonado/a o explotado/a. A partir del planteamiento anterior, se crea el Programa de Universalización de la Identidad Civil en las Américas (PUICA) con el fin de promover y proteger la identidad civil y brindar apoyo a las Instituciones de Registro Civil de la región.

La falta de registro imposibilita el acceso a una serie de servicios y derechos, ya que dificulta la integración en la vida económica y política de un país ante la incapacidad de votar, abrir una cuenta bancaria, inscribir sus propiedades, y acceder al sistema de justicia. Generalmente las causas del subregistro pueden ser atribuidas a la falta de acceso de los ciudadanos a las oficinas de Registro Civil. En las zonas fronterizas, la identidad se encuentra ausente. Algunas de las causas más comunes en este aspecto son: la violencia, el terrorismo, el robo, el mal cuidado de los documentos y el deterioro natural. Las poblaciones que viven en la frontera son en su mayoría comunidades indígenas y campesinas comúnmente descritas como frágiles, con poca, o ninguna escolaridad formal y con profundas carencias económicas.

Para la disminución del subregistro, la Organización de los Estados Americanos (OEA/PUICA) en conjunto con las Instituciones registrales de Ecuador, Perú, Bolivia y Paraguay, ejecutó el Plan piloto de “Registro y sensibilización” en Zonas Rurales destinado a otorgar cédulas de identidad y certificados de nacimiento a los ciudadanos que no estaban inscritos en el Registro Civil. Para ello, las unidades móviles de registro se trasladan a estas áreas remotas para otorgar documentos o corregir errores en la información de los registros in situ. Este esfuerzo también contempla alianzas con organizaciones públicas, no gubernamentales y religiosas, para llevar a cabo campañas de sensibilización, proveer capacitación y ofrecer infraestructura tecnológica apropiada, estableciendo un mecanismo permanente para garantizar la identidad civil en estas comunidades. Las campañas de registro y sensibilización contribuyen a disminuir el subregistro en zonas rurales de fronteras y garantizan que grupos más vulnerables de la región, como ser las mujeres indígenas puedan tener acceso a los servicios de registro e identificación.

1.2. Orígenes

La evolución histórica del registro del estado civil las personas naturales en Bolivia tiene origen en el registro civil francés.¹

Tiene sus antecedentes en los *registros parroquiales* de la iglesia católica. El Código Civil de 1834 conocido como Código Civil *Santa Cruz* nunca reguló nada sobre el registro del estado civil de las personas.

El registro del estado civil de las personas naturales empezó a regularse con la *Ley Del Registro Civil* de 26 de noviembre de 1898. Su Decreto Reglamentario establecía que todo matrimonio, nacimiento y defunción debía inscribirse, certificarse y verificarse a partir del año de 1940.

¹ QUISBERT, Ermo, "*Evolución histórica del registro del estado civil de las personas naturales en Bolivia*", Ed. Juventud, La Paz, 2011,

Antes de esa fecha el estado civil de las personas naturales se probaban con documentos emitidas por diferentes instituciones, veamos: el matrimonio se probaba con Testimonio que expedía el *Notario De Fe Pública* porque el matrimonio era un contrato y no una convención. Hoy en día el matrimonio es más que eso, es una institución.

El matrimonio se realizaba ante Notario de Fe Pública, porque bajo la doctrina de la Escuela Clásica, era un contrato, y siendo así bastaba firmar un documento público ante ese funcionario estatal. Hoy en día el matrimonio es una *institución* porque es la base esencial de la sociedad, por lo tanto no puede estar bajo el capricho de las personas individuales, sino bajo la tutela del Estado y de la sociedad.

En materia de nacimientos este hecho se probaba con la Fe de Edad y el Certificado de Bautizo emitida por los curas católicos.

En **materia de defunciones** había que presentar el Certificado de Óbito emitido por los administradores de los cementerios.

Desde 1940 los matrimonios, nacimientos y defunciones deben anotarse en el registro civil de las personas administrada por el Estado. Y si estos hechos ocurrían en el extranjero deben anotarse en los consulados bolivianos.

Actualmente el registro civil de las personas es manejado por la Corte Nacional Electoral, pero bajo el criterio de utilidad la tendencia es que sea administrada por el Órgano Judicial.

Durante la presidencia del Dr. SEVERO FERNÁNDEZ ALONSO Presidente Constitucional de la República de Bolivia y mediante Ley s/n de 26/11/1898 de noviembre, 1898, se promulga la Ley del Registro Civil, y por mandato de la Disposición Final Única (Derogatorias) de la Ley 018 de 16//06/2010 (Ley del

Órgano Electoral Plurinacional) quedan derogadas todas las disposiciones de la Ley del Registro Civil contrarias a sus estipulaciones.

1.3. Antecedentes

La Dirección Nacional de Identificación Personal, forma parte de los antecedentes de la identificación de personas en Bolivia, que desde sus inicios siempre estuvo a cargo de la Policía Nacional, tiene sus antecedentes en el Convenio Internacional de Policías de Buenos Aires del 20 de octubre de 1905 el cual facilitaba el registro de las denominadas 'Personas Honradas' en las oficinas de Identificación.²

En diciembre de 1927 con la creación de la Cédula de Identidad Personal a cargo del Servicio Departamental de Policía, se inicia el registro de todos los habitantes y estantes del país. Reglamentándose en 1928 las características y el uso de la Cédula de Identidad. En 1955 se crea el Servicio Nacional de Identificación Personal, lo que fue ratificado con la Ley Orgánica de la Policía Nacional de 1985.

Entre los principales antecedentes normativos de la identificación de personas en Bolivia, se tienen los siguientes:

- Ley de 10 de diciembre de 1927 creación de la Cédula de Identidad Personal.
- Reglamento de 31 de diciembre de 1927 que señala la indispensabilidad de la Cédula de identidad para el ejercicio de los derechos civiles y políticos.
- Decreto Supremo de 16 de mayo de 1928 de ampliación las atribuciones policiales y de la reglamentación de la Cédula de Identidad.
- Decreto Ley de 31 de enero de 1944 que reglamenta la obligatoriedad de la renovación cada cinco años de la Cédula de Identidad.

² OVIEDO, M. Identificación de Personas, disponible en formato PDF: http://www.academia.edu/6386199/Identificacion_de_personas, en fecha: 02/05/2017.

- Decretos Supremos 4180 y 4280 de 16 de septiembre y 29 de diciembre de 1955 de creación el Servicio Nacional de Identificación Personal a cargo de la Policía Boliviana.
- Decreto Supremo 13956 de 10 de septiembre de 1976 que declara de utilidad nacional el desarrollo de los archivos y documentación de la República Ley Orgánica de la Policía Boliviana de 8 de abril de 1985 que hace referencia a la Dirección Nacional de Identificación Personal.

1.4. Planteamiento del problema

Entendemos por derecho a la identidad como “...un conjunto de atributos, de calidades, tanto de carácter biológico como los referidos a la personalidad que permiten precisamente la individualización de un sujeto en sociedad; a partir de ello, establece que los derechos humanos fundamentalmente son inherentes a la naturaleza humana y catalogada al derecho a la identidad del menos como un interés jurídico superior que prevalece sobre los intereses jurídicos de otros – que pueden ser los padres, terceros o el Estado-. Esa superioridad fue instituida justamente a favor del desarrollo de la personalidad y protección a la dignidad del menor como ser humano.”³ Es un factor indispensable para cada ciudadano, es por eso que se crearon diferentes convenios, leyes y decretos que defienden este derecho. En Bolivia hace unos cinco años atrás los documentos de identidad como ser el certificado de nacimiento y la cedula de identidad tenían un costo fijo, el cual las personas por su calidad de vida no podían adquirir dichos documentos, en el caso de la cedula de identidad no se podía adquirir por los siguientes factores:

- Recursos económicos (pobreza)
- Falta del documento de certificado de nacimiento
- Por no ser mayor de edad
- Por vivir en el área rural
- Falta de políticas sobre el derecho a la identidad

³ Juventud e Identidad – 20 años de lucha de Abuelas de Plaza de Mayo, Tomo II, Edit. Espacio, Pág. 51

- Por los requisitos exigidos

Estos factores imposibilitaron el acceso a un documento tan importante como es la cédula de identidad no se puede negar que los datos demuestran la importancia de este documento, no solamente para el conjunto de la sociedad, sino específicamente para las mujeres. En la realidad socio-económica del país incluyendo el rol de la mujer, la marginalización de personas de la tercera edad y las personas del área rural, la cultura la educación y la pobreza de los ciudadanos bolivianos son factores imprescindibles que se tienen que tomar en cuenta para un proceso de socialización y de Carnetización.

La pregunta de investigación es: ¿Qué tipo de recursos comunicacionales permitirá socializar, informar sobre el derecho a la identidad, para la obtención de cédulas de identidad con la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.) de la comunidad de Guanay de la ciudad de La Paz?

1.5 Problema

1.5.1 Problema principal

¿Qué tipo de recursos de comunicación permitirá conseguir una mejor socialización e información sobre el derecho a la identidad, para la obtención de cédulas de identidad con la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.) de la comunidad de Guanay de la ciudad de La Paz?

1.5.2 Problemas secundarios

- ¿Bajo qué características la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.) interpretan el derecho a la identidad y la importancia de la obtención de la cédula de identidad?

- ¿Qué recursos comunicacionales pueden contribuir a socializar el derecho a la identidad para la obtención de la cedula de identidad Identificar en la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL) no cuenta con cédulas de identidad?

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Diseñar una estrategia de comunicación alternativa que permita socializar el derecho a la obtención de cédulas de identidad para las Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.).

1.6.2. Objetivos específicos

- Describir las características bajo las cuales se desarrolla el derecho a la identidad.
- Identificar las causas por las cuales la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL) no cuenta con cédulas de identidad.
- Desarrollar una estrategia de comunicación alternativa sobre el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad.

1.7. Justificación

El derecho a la identidad es uno de los derechos fundamentales que tienen las personas al poder contar con un nombre, ser reconocido legalmente y tener una nacionalidad. Es por eso que existen una gran variedad de normas y leyes, tanto internacionalmente como nacionales que incluyen y reconocen el derecho a la identidad.

El Estado boliviano es el responsable de hacer respetar estas normas y leyes nacionales e internacionales, por este motivo han sido creadas diferentes instituciones públicas que den cumplimiento a normas, leyes y convenios internacionales.

Se hace referencia a estas instituciones porque son las encargadas de los dos documentos más importantes y útiles en la vida diaria que son el certificado de nacimiento y la cedula de identidad, siendo el primero condición para la obtención de la segunda. Pero en este proyecto se da prioridad a la cedula de identidad.

La cedula de identidad es un documento, personal e intransferible, del cual el estado legitima la autenticidad de la identidad, en el Decreto Supremo No. 22766 de la Ley de Registro Civil en el Art. 9 dice: “la cedula de identidad es el único documento que prueba la identidad de su titular en todos sus actos públicos y privados; su uso custodia y conservación es personal, no puede ser privado de ella ni temporalmente”.⁴

Es por eso que sin cedula de identidad las personas tienen derechos legales limitados y se encuentran excluidos de varios beneficios que brinda el estado. En el caso de las mujeres sin cedula de identidad, estarían excluidas del Seguro Universal Materno Infantil (SUMI), la mujer embarazada no puede ser atendida, no puede acceder a la educación, a la seguridad social, al matrimonio, al bono Dignidad, no podría hospedarse en un hotel o residencial, no lograría ingresar a una oficina pública y en temporadas de elecciones no podría emitir su voto y por si fuera poco afecta a su familia porque sus hijos no podrá recibir el bono Juancito Pinto. En resumen, el no tener una identificación hace que el ser humano no cuente para su comunidad, pueblo, ciudad o nación.

En este contexto se evidencio que la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.) de la comunidad de Guanay se encuentra con la falta de

⁴ Decreto Supremo 22766 Ley de Registro Civil de 1898

documentos de identidad, ya que ellas desconocen los beneficios que les ofrece el estado al obtener la cedula de identidad, de acuerdo a una consulta preliminar realizada a una dirigente de esta organización.

2. DIAGNÓSTICO

2.1. Diagnóstico Ex - ante

En la presente sección se realiza una descripción y análisis de los resultados obtenidos en el marco práctico de la investigación que ha consistido en la aplicación de diferentes instrumentos de recolección primaria, aplicados a las mujeres indígenas de los distritos rurales de Guanay.

En el marco práctico de la presente investigación se aplicaron los siguientes instrumentos: Encuesta a mujeres indígenas de Distritos rurales del Municipio de Guanay (ANEXO 1), Entrevista a mujeres líderes de organizaciones de distritos de Guanay (ANEXO 2), Entrevista a ejecutivo de instituciones relacionadas con la identificación de personas (ANEXO 3) y Grupos focales organizados en cada Distrito Rural del Municipio de Guanay (ANEXO 4).

Para el desarrollo del marco práctico se ha considerado los resultados de todos los instrumentos planificados, es decir: Resultados de la Encuesta a mujeres indígenas de Distritos rurales del Municipio de Guanay (ANEXO 5), Resultados de la Entrevista a mujeres líderes de organizaciones de distritos de Guanay (ANEXO 6), Resultados de la Entrevista a ejecutivo de instituciones relacionadas con la identificación de personas (ANEXO 7) y Resultados de los Grupos focales organizados en cada Distrito Rural del Municipio de Guanay (ANEXO 8).

La descripción y análisis de los resultados se realizó de acuerdo a los diferentes instrumentos aplicados a la población de estudio y dentro de cada instrumento analizado se realiza el análisis pregunta por pregunta.

De todos los instrumentos propuestos, se puede mencionar que la encuesta a mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay, tiene una característica predominantemente cuantitativa, mientras que las entrevistas y los grupos focales han aportado con información cualitativa valiosa, porque se basa en percepciones.

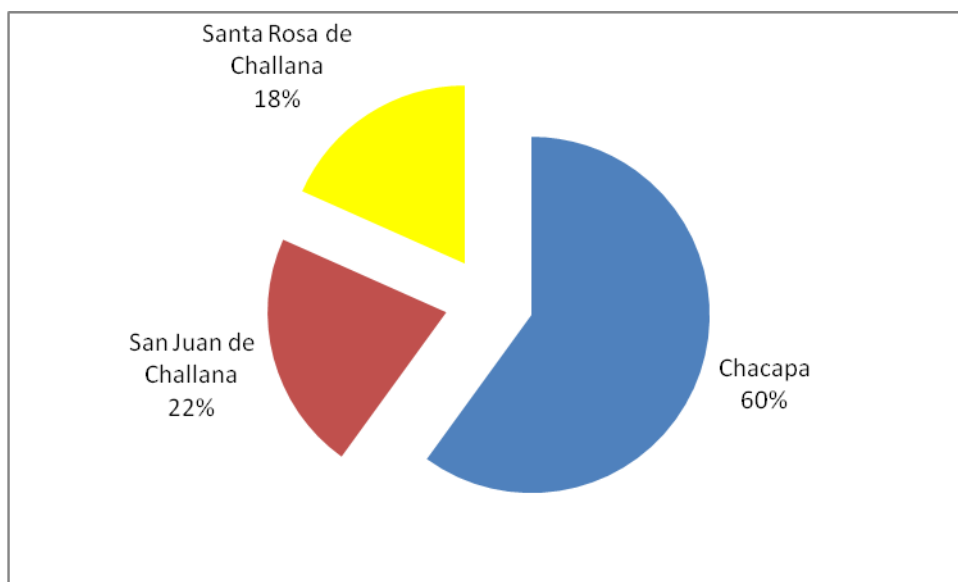
Los resultados de todos los instrumentos aplicados a la población de estudio, aportaron con valiosa información en la propuesta de la presente investigación.

2.1.1. Resultados de la Encuesta a mujeres indígenas de Distritos rurales del Municipio de Guanay

Antes de presentar una descripción detallada de las preguntas planteadas a la población de estudio, se realiza una descripción de las características de la población de estudio.

- 1. Distribución de la muestra según distrito.** La muestra de estudio fue distribuida de acuerdo a las características de la población de los distritos rurales del municipio de Guanay, tal como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 1 Muestra de estudio según Distrito, en %



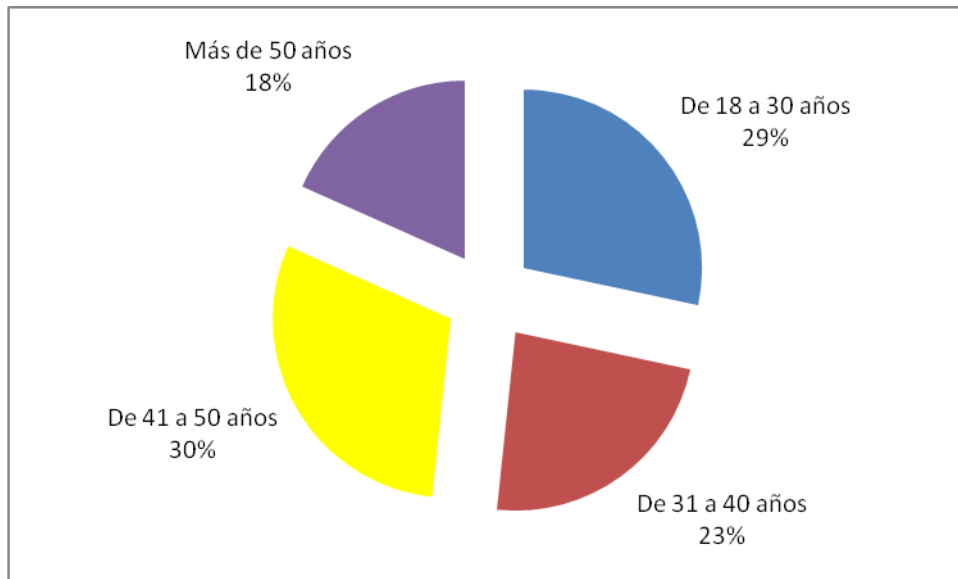
Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

Como se puede observar, la mayoría de las mujeres encuestadas pertenecen al Distrito de Chacapa en un 60%, y en menor porcentaje (18%), al Distrito de Santa Rosa de Challana. Estos resultados reflejan la diferencia de población existente en el área rural del municipio de Guanay y

la accesibilidad existente en las comunidades que componen estos distritos, que en muchos casos son poco accesibles hacia el área urbana de Guanay.

2. Edad de las encuestadas. La muestra de mujeres indígenas encuestadas, fluctúa entre los siguientes rangos de edades:

Gráfico 2 Muestra de mujeres encuestadas según edad, en %



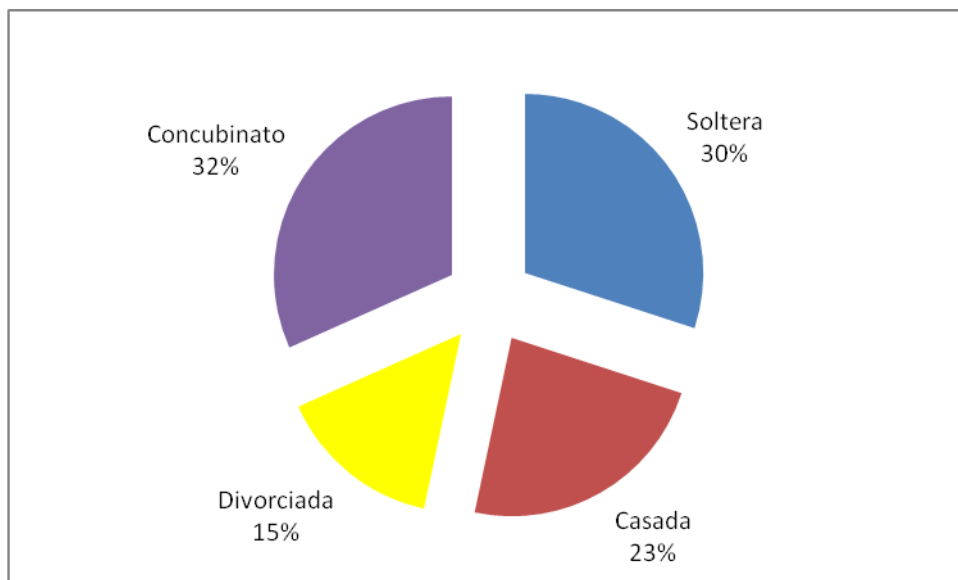
Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

La mayoría de las mujeres que conformaron la muestra de estudio, se encuentran entre los 41 a 50 años de edad con un 30% de la muestra. Le sigue en orden de importancia las mujeres de 18 a 30 años de edad en un 29%, mientras que el grupo de 31 a 40 años de edad, representa el 23% de la muestra de estudio. Y, finalmente, la muestra estuvo conformada por mujeres de más de 50 años, que significan el 18% de la muestra.

En general, se puede decir que las mujeres indígenas de todas las edades mostraron amplia predisposición a contestar el cuestionario formulado para el efecto.

3. Estado Civil. En relación al estado civil de las mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Gráfico 3 Muestra de mujeres encuestadas según estado civil, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

La mayoría de las encuestadas respondieron que en relación al estado civil se encontraban conviviendo con su pareja, en un 32%. Luego, un 30% de las encuestadas respondieron que eran solteras, un 23% casadas y 15% divorciadas.

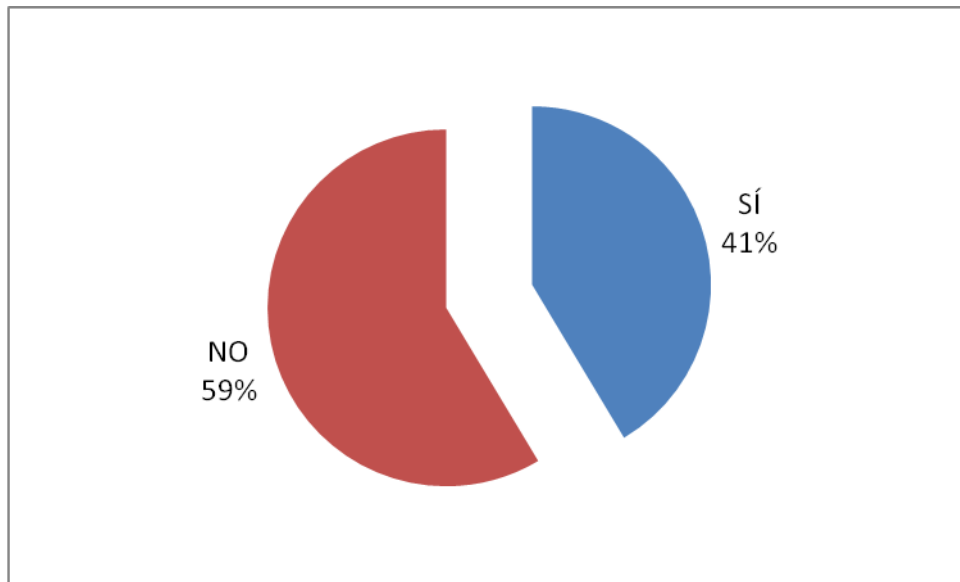
Es importante hacer notar que un porcentaje importante de las solteras contaban con al menos un hijo, pero que no estaban conviviendo con su pareja.

También es importante señalar que las mujeres encuestadas en el área rural de Guanay, tienden a confundir entre divorcio y separación, por lo que en realidad muchas de ellas al señalar divorcio, en realidad se encuentran separadas de sus parejas.

Otro aspecto que es importante aclarar es que algunas de las mujeres que señalaron estar casadas, no cuentan con un documento que acredite esta situación como es el Certificado de Matrimonio, señalando muchas de ellas que extraviaron este documento.

Pregunta 1 ¿Tiene certificado de nacimiento?

Gráfico 4 Tiene certificado de nacimiento, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

Como se puede observar, la mayoría de las mujeres encuestadas de los distritos rurales del municipio de Guanay, respondieron que no cuentan con certificado de nacimiento, en un porcentaje del 59%.

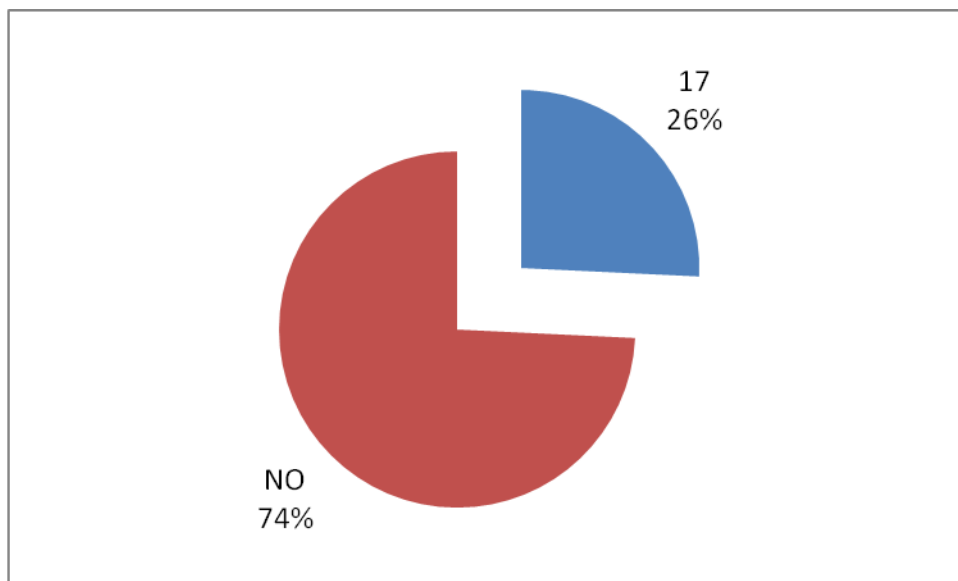
Un 41% de la muestra de mujeres encuestadas respondieron que si cuentan con esta documentación.

Sobre este aspecto, es necesario mencionar que un porcentaje significativo de la población femenina no cuenta con el Certificado de Nacimiento, que es un documento básico para el trámite de documentos adicionales de identificación que actualmente son más requeridos en las diferentes oficinas públicas y privadas, tales como el carnet de identidad o el pasaporte, que son ampliamente requeridos

para trámites, ejercicio de derechos ciudadanos u operaciones que desee o necesite realizar la población.

Pregunta 2. ¿Cuenta con cédula de identidad?

Gráfico 5 Cuenta con cédula de identidad, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

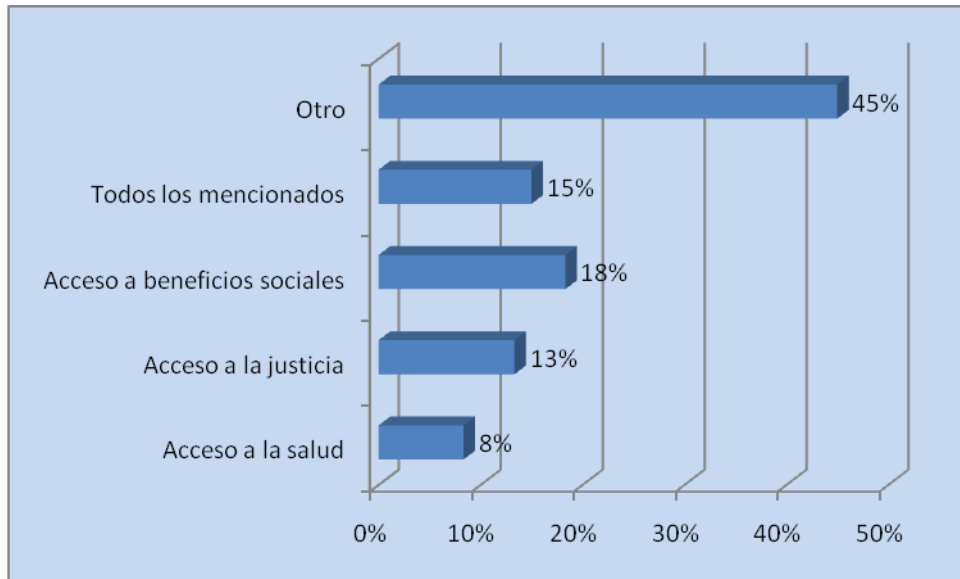
En el caso de la cédula de identidad, como se puede observar, la brecha entre las mujeres que cuentan con este documento y las que no lo tienen, es todavía mayor. Una gran mayoría de las mujeres encuestadas de los distritos rurales del municipio de Guanay, respondieron que no cuentan con carnet de identidad, en un porcentaje del 74%.

Solamente un 27% de la muestra de mujeres encuestadas respondieron que si cuentan con la cédula de identidad.

Al respecto, es necesario mencionar que un porcentaje significativamente mayor de la población mujeres indígenas no cuenta con el carnet de identidad, que es un documento ampliamente utilizado en todos los aspectos de la vida de las mujeres, tales como trámites, acceso a educación, acceso a la salud y derechos y beneficios otorgados por el Gobierno.

Pregunta 3 ¿A qué beneficios puede acceder con los documentos de identificación?

Gráfico 6 Beneficios a los que se puede acceder con documentos de identificación, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

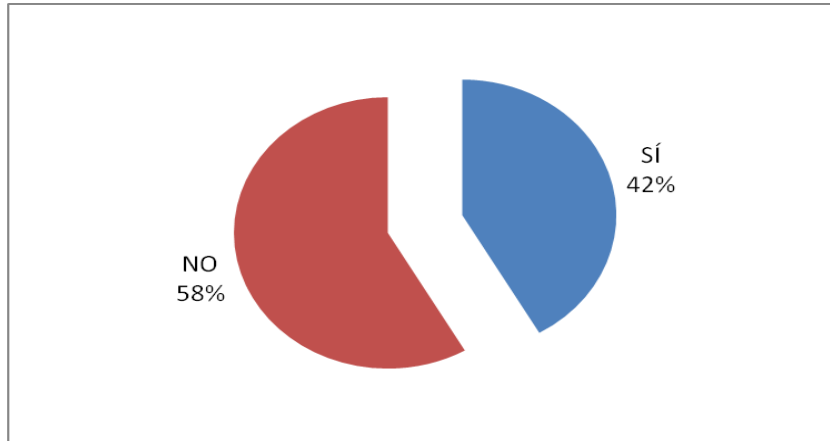
El 18% de las encuestadas respondieron que las personas con documentos de identificación pueden acceder a beneficios sociales, además un 13% respondió que a través de la tenencia de estos documentos puede acceder a la justicia y, finalmente un 8%, señaló que estos documentos le sirven para acceso a servicios de salud.

Adicionalmente, un 15% de los encuestados respondieron que los documentos de identificación las personas pueden acceder a todos los aspectos mencionados: es decir acceso a beneficios sociales, acceso a la justicia y acceso a la salud.

En la categoría “otros”, las encuestadas respondieron que los documentos de identidad les permite: votar en las elecciones (8%) y un 37% respondió que no tenía conocimiento sobre el tema.

Pregunta 4. ¿Sabía Ud. que la identificación es un derecho de todas las personas?

Gráfico 7 Sabía que la identificación es un derecho de todos, en %

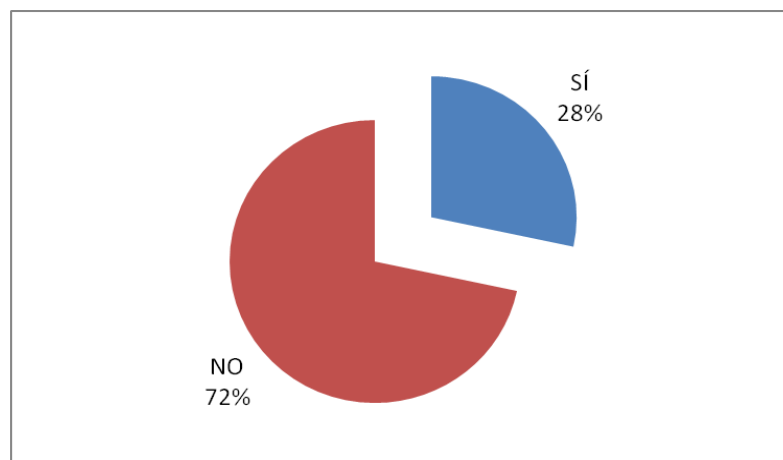


Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

Como se puede observar el 58% de las mujeres encuestadas respondieron que no conocían que la identificación es un derecho de todas las personas, que se puede considerar altamente significativo.

Pregunta 5 ¿Tuvo conocimiento Ud., de alguna campaña de identificación realizada en Guanay?

Gráfico 8 Tuvo conocimiento de campañas de identificación, en %

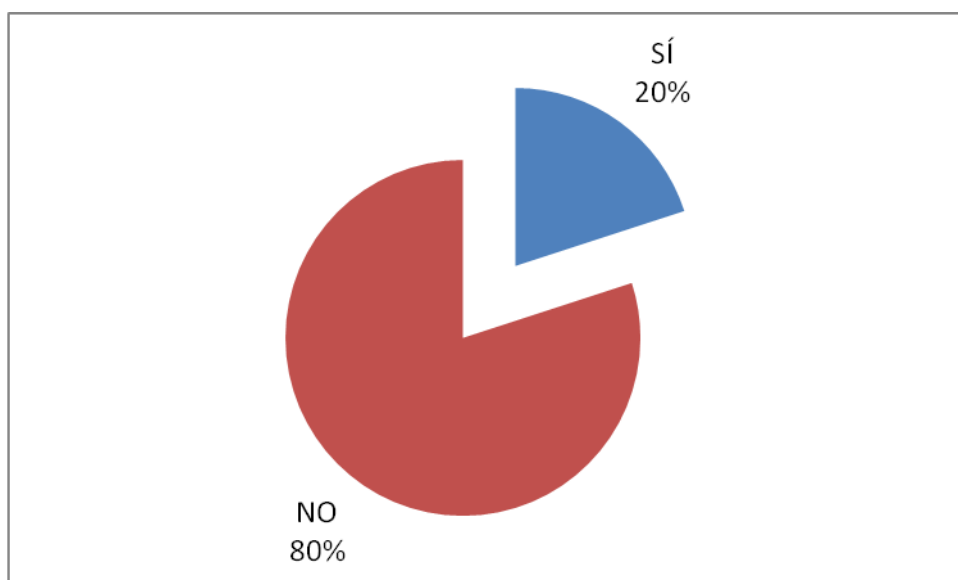


Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

El 72% de las mujeres encuestadas en los distritos rurales de Guanay, respondió que NO tenía conocimiento de las campañas de identificación que se realizaron en Guanay, porcentaje que se puede considerar altamente significativo, debido al desconocimiento de la población de mujeres indígenas del área rural acerca de la realización de campañas de otorgación de documentos de identidad realizadas en el municipio de Guanay.

Pregunta 6 ¿Participó en alguna campaña de identificación realizada en Guanay?

Gráfico 9 Participó en alguna campaña de identificación realizada en Guanay, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

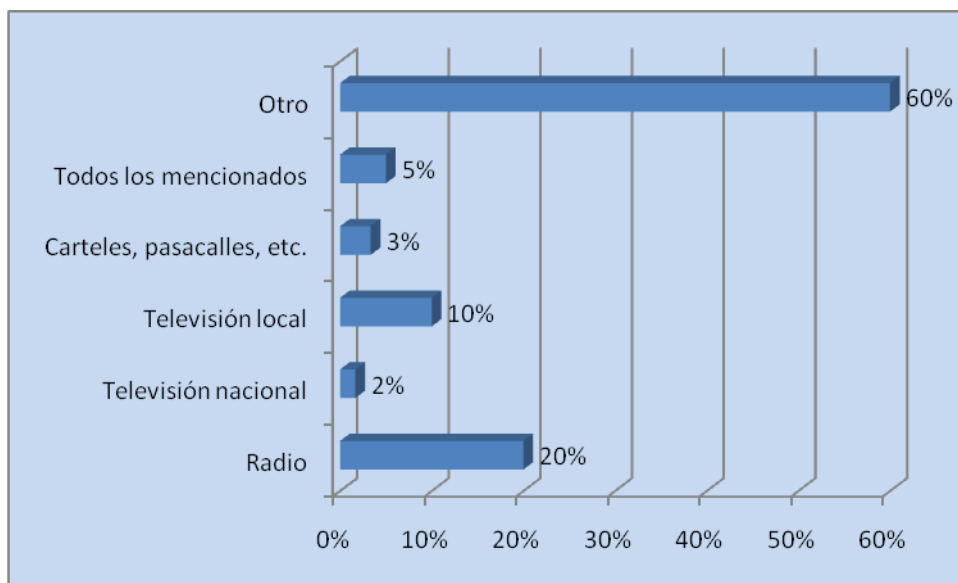
El 80% de las mujeres encuestadas respondieron que NO participaron en ninguna campaña de carnetización u otorgación de documentos realizada por la Institución encargada del área de identificación como es el SEGIP u otra involucrada en años anteriores a esta tarea.

Solamente un 20% de las encuestadas respondió afirmativamente, es decir participó en alguna campaña sobre carnetización.

Estos datos muestran una baja participación de las mujeres indígenas de los distritos rurales en las campañas de carnetización o facilitación de documentos de identidad organizados y llevados a cabo por el SEGIP u otras organizaciones que en algún momento tuvieron estas atribuciones.

Pregunta 7 En caso afirmativo a la pregunta 5 o 6, ¿Qué medios de comunicación se emplearon para lograr la participación de la población?

Gráfico 10 Medios de comunicación empleados para lograr la participación de la población, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

La mayoría de las mujeres encuestadas recuerdan que en las campañas de carnetización u otorgación de documentos, las encuestadas respondieron que se emplearon radio (20%), televisión local (10%) y televisión nacional (2%).

Un 3% de las encuestadas respondieron que se emplearon carteles, pasacalles, afiches, etc. para promocionar estas actividades entre la población de Guanay.

El 5% de las encuestadas respondieron que se emplearon “todos los medios mencionados” o una mezcla de la mayoría de ellos, para dar a conocer estas

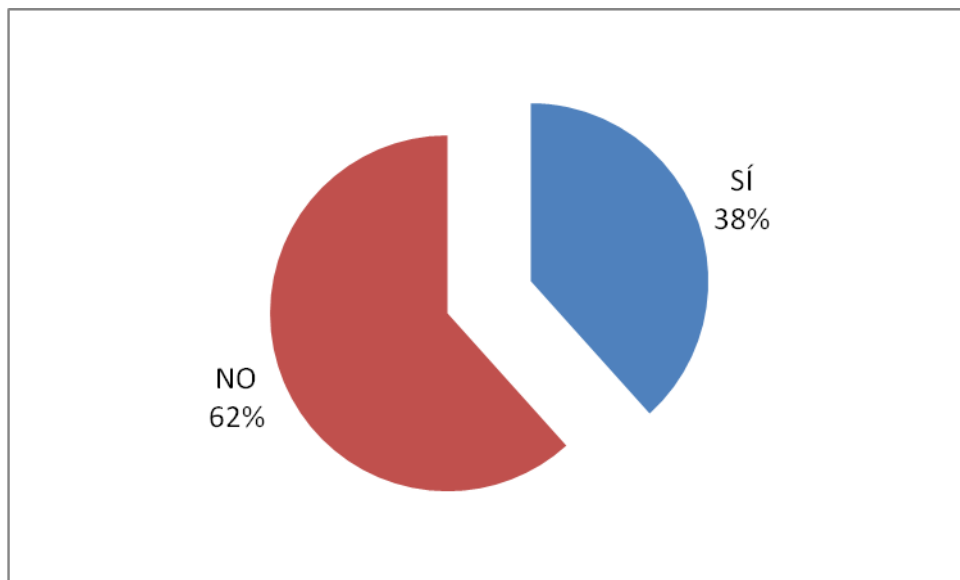
actividades de otorgación de documentos entre la población de Guanay y de los distritos rurales que la conforman.

Finalmente, en la categoría “otros”, el 40% respondió que no tenía conocimiento del tema, el 18% respondió que no se empleó ningún medio de comunicación y 2% respondió que se empleó la prensa.

Es importante resaltar que los datos coinciden con las respuestas de las encuestadas en las preguntas 5 y 6, en las que respondieron que la mayoría no se enteró o no participó en las campañas de carnetización, por lo que no recuerda que se hayan empleado medios de comunicación para socializar estas actividades entre la población. Las que si participaron en su mayoría recuerdan que la promoción se la realizó esencialmente a través de la radio.

Pregunta 8 ¿Considera Ud. que estos medios de comunicación fueron efectivos, es decir le animaron a participar en las campañas de identificación y contar con documentos de identidad?

Gráfico 11 Considera Ud. que estos medios de comunicación fueron efectivos, en %



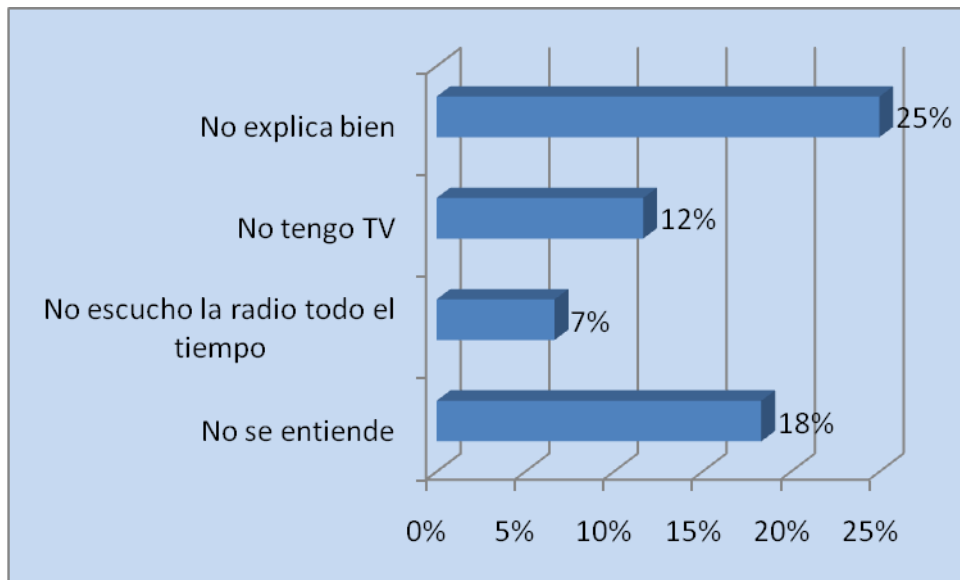
Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

El 62% de las encuestadas respondieron que los medios que se emplearon para promocionar las campañas de carnetización en el municipio de Guanay y en los distritos rurales que lo componen, no fueron efectivos, es decir no les motivaron a participar en las campañas de identificación y contar con documentos de identidad.

El 38% restante de las encuestadas considera que los medios empleados si fueron efectivos en la información y en la participación en dichas campañas.

En relación a los motivos por los cuales se considera que estos medios no fueron efectivos, se menciona lo siguiente:

Gráfico 12 Motivos por los cuales se considera que estos medios no fueron efectivos, en %



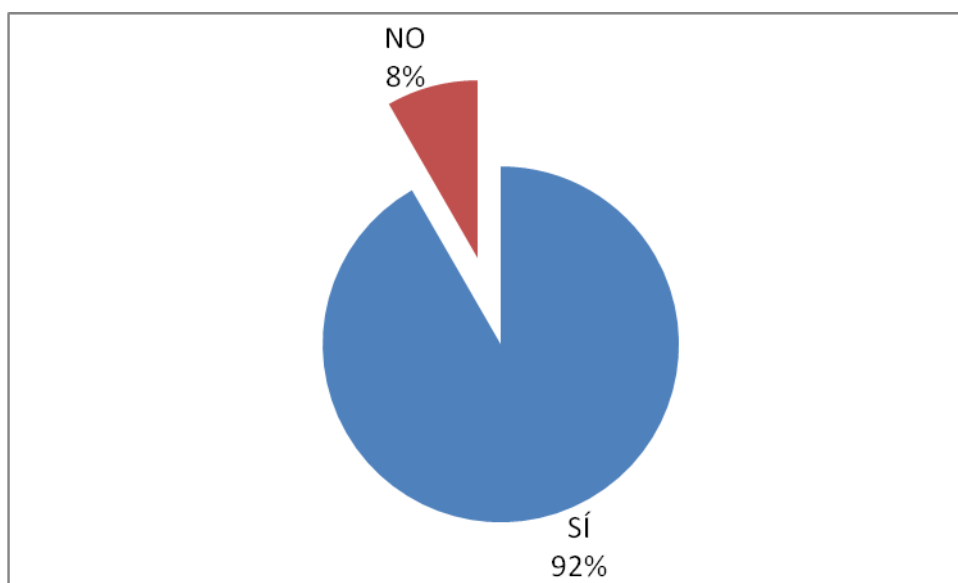
Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

La mayoría de las encuestadas consideran que los motivos por los cuales los medios de comunicación no fueron efectivos es porque “no explican bien” (25%), “no se entiende” el mensaje (18%), “no tengo TV” (12%) y “no escucho la radio todo el tiempo” (7%).

Entre estos motivos, un 43% se refiere a que los mensajes o no se entienden o no explican adecuadamente el tema de las campañas de carnetización; es decir, temas de construcción del mensaje para la población.

Pregunta 9 ¿Cree Ud. que se deberían utilizar otros medios de comunicación alternativos en las campañas de identificación?

Gráfico 13 Considera que se deberían utilizar otros medios de comunicación alternativos en las campañas de identificación, en %



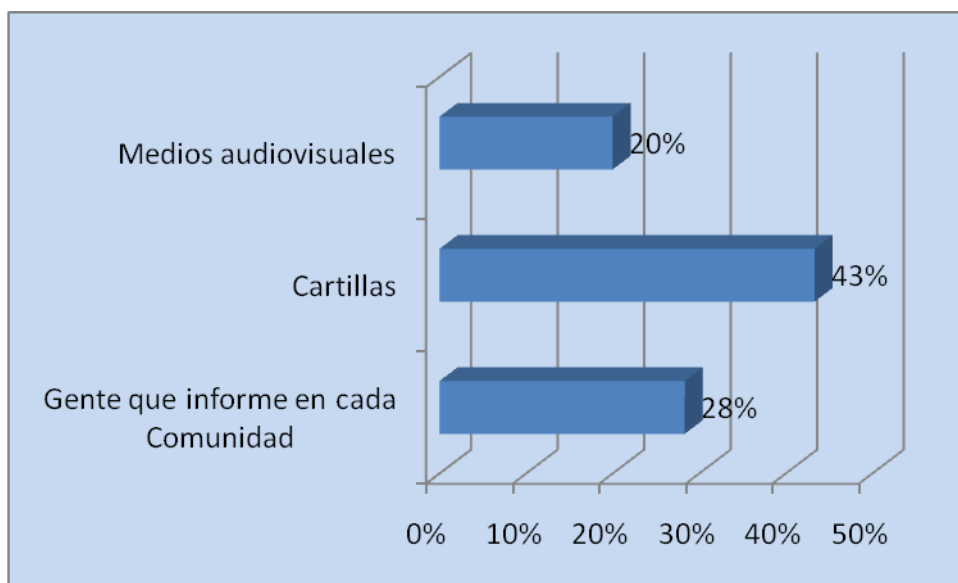
Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

El 92% de las mujeres encuestadas considera que en la difusión y promoción de las campañas de carnetización u otorgación de documentos de identidad, es necesario emplear medios de comunicación alternativos.

Solamente un 8% de las encuestadas respondieron que no es necesario recurrir a medios alternativos de comunicación para promocionar las campañas de carnetización.

Pregunta 10 En caso de Sí a la Pregunta 9, mencione cuáles:

Gráfico 14 Medios alternativos preferidos por las encuestadas para promocionar campañas de carnetización en Guanay, en %



Fuente: Encuesta a mujeres indígenas de distritos rurales de Guanay.

Como se puede observar la mayoría de las encuestadas (43%), mencionan que se debería emplear cartillas para promocionar las campañas de carnetización. Además, un 28% señala que se deben emplear promotores, gente que explique la campaña en cada Comunidad y finalmente, un 20%, señaló que se deberían emplear medios audiovisuales.

2.1.2. Resultados de la entrevista a mujeres líderes de organizaciones de distritos rurales de Guanay

En esta sección se presentan y analizan los resultados de la entrevista realizada mujeres líderes de organizaciones de distritos rurales del municipio de Guanay.

En total se realizaron 6 entrevistas a mujeres de puestos directivos de organizaciones comunitarias de los distritos rurales de Chacapa, San Juan de Challana y Santa Rosa de Challana del municipio de Guanay. La descripción y

análisis se realiza de acuerdo al orden de preguntas formuladas en la Guía de Entrevistas.

Pregunta 1 ¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?

Tres de las mujeres líderes de organizaciones comunitarios respondieron que no tienen conocimiento o poco conocimiento sobre el nivel de documentos de identificación con los que cuentan las mujeres afiliadas a sus organizaciones comunitarias.

Las otras mujeres entrevistadas, aunque señalan que tampoco conocen cuántas de sus afiliadas cuentan o no con documentos de identificación, aclaran que para registrarse en su organización no es necesario que tengan documentos, debido a que todas las mujeres de las comunidades, o casi todas, se conocen desde niñas, tal como se puede advertir en las siguientes respuestas:

- En la comunidad prácticamente nos conocemos todos, de manera que se tiene en consideración solamente este aspecto. (Entrevista 2, Pregunta 1).
- “Nos conocemos todas las mujeres desde niñas, así que los documentos no son vitales. Las mujeres se acercan a nuestra organización por las necesidades que tenemos.” (Entrevista 3, Pregunta 1).
- “Sí. En la comunidad se conoce a todas las mujeres, por lo que se puede atestiguar que pertenecen a la comunidad” (Entrevista 4, Pregunta 1).

Pregunta 2 ¿Informó Ud. a sus asociadas acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?

En general, se observa que las líderes de organizaciones comunitarias no han informado sobre la importancia de contar con documentos de identificación.

Alegan que las autoridades sacan a relucir este tema cuando se aproximan procesos electorales.

Algunas de las entrevistadas señalan también que no han hablado del tema con las afiliadas debido a que desconocen del tema, aunque tienen algunas nociones acerca de la importancia de contar con documentos e identidad.

Otra las afiliadas respondió que más que informar a las afiliadas, fue consultada por ellas acerca de cómo y dónde tramitar estos documentos. Estas respuestas verifican lo comentado:

- “En alguna oportunidad. En realidad el problema de la identidad surge solamente cuando se tienen elecciones.” (Entrevista 1, Pregunta 2).
- “La verdad no. Pero los de la Alcaldía nos dijeron que era importante contar con carnet para votar y otros beneficios.” (Entrevista 3, Pregunta 2).
- “Más que informar me han preguntado los requisitos para tener carnet de identidad y generalmente les digo que tienen que ir a Guanay o a La Paz, para informarse mejor.” (Entrevista 5, Pregunta 2)

Pregunta 3 ¿Informó Ud. a sus asociadas que la identificación es un derecho universal, presente en la CPE?

La mayoría de las entrevistadas respondió que no informan sobre el derecho a la identificación o documentación que tienen todas las bolivianas, más bien es un tema que surge cuando las afiliadas tienen la necesidad de contar con un documento o carnet de identidad y preguntan a las representantes de las comunidades si es gratuito o es costoso. En general, las afiliadas tienen la idea de que son trámites largos y costosos. Adicionalmente, las que tienen algún conocimiento del tema señalan que las afiliadas que tienen el conocimiento de que la otorgación de documentos es un derecho, el Gobierno no viene (a Guanay), y las comunidades rurales que la conforman a entregar los documentos de identidad. Esta situación se puede advertir en las siguientes respuestas:

- “Sí, pero las compañeras consideran que los trámites son costosos y largos.” (Entrevista 1, Pregunta 3).
- “Algunas personas saben que tener documentos es gratis y es una obligación del Gobierno darnos, pero no vienen.” (Entrevista 4, Pregunta 3).

Estas respuestas, muestran cierto grado de desconocimiento, debido a que la tramitación del carnet e identidad no es gratuita, pero el certificado de nacimiento es gratuito la primera vez, por lo que se puede concluir que existe confusión sobre el tema.

Pregunta 4 ¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?

En general, las entrevistadas consideran que contar con documentos de identidad trae beneficios a las mujeres afiliadas a su organización. Entre las principales ventajas mencionan el ejercicio de ciudadanía en las elecciones nacionales, departamentales y locales, la recepción de beneficios como el Bonosol, Juancito Pinto y el acceso a servicios de salud y beneficios complementarios, tal como se puede advertir en las siguientes respuestas:

- “Bueno, los documentos de identificación sirven para el acceso a la salud, a los beneficios sociales como el Bonosol y la habilitación para votar en elecciones nacionales y locales.” (Entrevista 1, Pregunta 4).
- “Es importante estar identificado y contar con documentos de identidad, especialmente para todas las mujeres que deben ser atendidas en materia de salud. (Entrevista 5, Pregunta 4).
- “Son beneficios que garantizan el acceso a servicios y bonos que proporciona el Gobierno, por lo que es necesario contar con documentos de identidad como el carnet.” (Entrevista 6, Pregunta 4).

Pregunta 5 ¿Tuvo Ud. conocimiento de campañas u operativos de identificación de entidades relacionadas con Identificación de Personas en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?

Dos de las entrevistadas respondieron que tuvieron conocimiento de estas campañas de otorgación de documentos de identidad en Guanay. Consideran que básicamente consiste en la apertura de oficinas temporales para este propósito, ubicadas especialmente en Guanay, con algunas visitas comunidades próximas. Esta situación se puede advertir en la siguiente respuesta:

- “Sí, que básicamente consiste en la apertura de oficinas temporales para la otorgación de carnet de identidad, con algunas incursiones de equipos de técnicos o funcionarios de estas entidades en los distritos rurales.”
(Entrevista 1, Pregunta 5)

Otros entrevistados señala que estas campañas de identificación se llevan a cabo en fechas próximas a acontecimientos electorales, referéndum, etc.

También se hace referencia a la visita de funcionarios de entidades como el SEGIP, que habían quedado en ir a la población de Guanay, pero debido a la necesidad de cumplir con actividades laborales no pudieron asistir, como se puede verificar en las siguientes respuestas:

- No he escuchado sobre estas campañas de carnetización, aunque alguna vez dijeron en la radio que iban a venir personas a Guanay a otorgar carnet.
(Entrevista 3, Pregunta 5).

Otros entrevistados respondieron que no tienen conocimiento al respecto, pero afirma que varias veces le indicaron que vaya Guanay

- No tengo conocimiento, pero en Guanay me dijeron varias veces que vaya para que me otorguen carnet de identidad y que avise a los la comunidad, pero es un poco lejos venir y no hay tiempo. (Entrevista 4, Pregunta 5).

Pregunta 6 (En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron las mujeres de su organización en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?

En general, las entrevistadas señalan que solamente algunas de las mujeres de sus organizaciones participaron en las campañas de carnetización u otorgación de documentos de identidad, especialmente, las mujeres que necesitaban de estos documentos. Las siguientes respuestas verifican este análisis:

- “Las participaron son las mujeres que necesitaban de documentos de identidad y se enteraron de estas campañas Algunas fueron, más que todo van los varones y los jóvenes porque tienen más tiempo.” (Entrevista 2, Pregunta 6)
- “Algunas van, pero no todas, porque a veces no comunican todo a las Comunidades, especialmente a las más alejadas de Guanay.” (Entrevista 3, Pregunta 6)

Otra respuesta apunta a que desconoce si participaron las mujeres de su organización, lo que sí resaltan es que los funcionarios que se encargaban de realizar estas actividades no se acercaron a la organización para conseguir el apoyo de ésta. Otra de las respuestas incide en que las mujeres no participaron en estas campañas, especialmente las que viven alejadas de las comunidades rurales, como se observa en las siguientes respuestas:

- “Ignoro si participaron las mujeres de la organización debido a que es un tema de interés personal, tampoco se acercaron estos funcionarios para conseguir el apoyo de la organización.” (Entrevista 1, Pregunta 6).
- No, especialmente las que viven alejadas de Guanay y del Centro de la Comunidad. (Entrevista 6, Pregunta 6).

Pregunta 7 ¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?

La mayoría de las entrevistadas coincide que el medio de comunicación empleado en las campañas de carnetización es la radio rural y en menor medida los canales de televisión local de Guanay. Tal como se puede verificar en las siguientes respuestas:

- Lo que se emplea en mayor medida es la radio rural y los canales de televisión local de la población de Guanay. (Entrevista 1, Pregunta 7).
- Alguna vez escuché en la radio, que es el medio más accesible para la gente de las Comunidades de Guanay.

Pregunta 8 ¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar de manera efectiva a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, sobre la problemática de la documentación?

Las entrevistadas señalan que los medios de comunicación empleados no pudieron informar de manera efectiva a las mujeres de su organización y a las de las comunidades debido a que éstas se encuentran realizando diversas actividades productivas en el campo y tampoco se dispone de radio y TV, en todos los hogares, especialmente la televisión tiene un radio de acción limitado. Otras entrevistadas afirman que los avisos emitidos en radio no se entienden y las campañas de carnetización tienen una corta duración.

Las siguientes respuestas permiten verificar los diferentes aspectos anotados en esta pregunta:

- “Es muy difícil, debido a que las mujeres se encuentran realizando tareas productivas en el campo. No todo el día permanecen en la casa y tampoco disponen todas de aparatos de radio y televisión.” (Entrevista 1, Pregunta 8).

- “No es seguro porque desarrollan actividades fuera de su casa, de manera que no escuchan radio todo el tiempo.” (Entrevista 2, Pregunta 8).
- “No me parece, debido a que no se entiende mucho.” (Entrevista 4, Pregunta 8).
- “Decían que vayamos a Guanay para que nos den carnets de identidad, pero el problema es que esos días no pude ir, como la mayoría de las mujeres de la Comunidad.” (Entrevista 5, Pregunta 8).

Pregunta 9 ¿Considera que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?

La mayoría de las entrevistadas considera que los medios empleados en la promoción de las campañas de carnetización son limitados y no fueron efectivos para persuadir a la población a participar de estos operativos. Las siguientes respuestas permiten verificar esta situación:

- “Es limitado, a veces no existe interés porque la gente de las comunidades participe, al final depende de cada persona.” (Entrevista 3, Pregunta 9).

Otra de las entrevistadas, señaló que desconoce si esta campaña atrajo o persuadió a las mujeres de las comunidades, pero asegura que las afiliadas a las organizaciones comunitarias, no participaron, debido a que muchas de ellas siguen indocumentadas, es decir no cuentan con carnet de identidad.

- “Desconozco, pero en el caso de las afiliadas a la organización, si existieron estas campañas, dieron poco resultado en mi Comunidad, porque muchas de las afiliadas siguen sin contar con carnet de identidad.” (Entrevista 1, Pregunta 9).
- “No, la mayoría de las compañeras no tienen carnet de identidad, especialmente las que viven lejos.” (Entrevista 5, Pregunta 4).

Finalmente, otra de las entrevistadas respondió que los medios de comunicación empleados, no tienen poder de persuasión porque no se explica bien en que consiste la campaña de carnetización u otorgación de documentos:

- “No convence mucho a la gente, porque no se explica bien.” (Entrevista 5, Pregunta 9).

Pregunta 10 ¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?, ¿qué deficiencias puede mencionar?

Las entrevistadas coinciden en señalar que los medios de comunicación seleccionados por las instituciones como el SEGIP, para llevar a cabo campañas de promoción de operativos de carnetización a mujeres indígenas del área rural de los distritos de Guanay no son efectivos porque están destinados más que todo a la población urbana del municipio de Guanay; además, los medios de comunicación como la radio y la televisión no son accesibles para esta población rural y de igual manera se cuestiona el mensaje que no es apropiado para la población femenina indígena del municipio de Guanay.

Las siguientes respuestas verifican el análisis realizado en relación a esta aspecto del problema:

- “En realidad los medios de comunicación como la radio y la televisión, en general llegan en mayor medida a personas de la población de Guanay, para las personas del área rural es necesario otros medios que generalmente no se utilizan.” (Encuesta 1, Pregunta 10).
- “A la comunidad en general no sé, pero a las de las organizaciones de mujeres muy poco, porque estamos más interesadas en actividades económicas.” (Entrevista 3, Pregunta 10).

- “No, porque son distantes, parecería que estuvieran enviando instrucciones, la organización no se siente atraída por estos anuncios, porque tampoco se busca la participación de la organización, aunque algunas personas van porque necesitan el carnet. Otras no lo ven como necesario.” (Entrevista 5, Pregunta 10).
- “Existe ausencia de explicaciones sobre la necesidad de documentos de identificación, los mensajes dan fechas y horarios y nada más, y las mujeres que pueden van.” (Entrevista 6, Pregunta 10).

Pregunta 11 En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?

Las entrevistadas mencionan que los medios empleados en las campañas de carnetización tienen muchas deficiencias, entre estas se menciona las siguientes: no promueven la participación de la Comunidad, mensajes apropiados para la población urbana, la radio y la televisión son caros no accesibles para la población rural, la señal de TV especialmente no es buena y la de radio tiene sus limitaciones y los mensajes se consideran distantes, apartados de la población femenina indígena de Guanay y no se toma en cuenta a las organizaciones comunitarias femeninas del área rural de Guanay.

Estas respuestas verifican lo analizado:

- “No son medios que promuevan la participación de la Comunidad, además se presenta una tendencia a enviar mensajes adaptados para la población urbana.” (Entrevista 1, Pregunta 11).
- “Otra deficiencia es que si bien en el ámbito urbano, pueden ser muy aceptados, en el área rural tienen limitaciones porque no todos tienen el tiempo para escuchar y ver radio y TV, o disponen de un aparato con el que puedan acceder a los medios.” (Entrevista 2, Pregunta 11).
- “Los televisores y las radios son muy caros para los pobladores del área rural. La señal tampoco es buena, es decir, en amplias zonas del área rural

no hay señal de TV y la cobertura de la radio es menor. ” (Entrevista 3, pregunta 11).

- “Parecen mensajes muy apartados de nosotras, no involucran a la gente. A veces no se realiza una comunicación con el tiempo necesario para ir, no se hace participar a la organización.” (Entrevista 5, Pregunta 11).
- “Son insuficientes y no toman en cuenta a organizaciones como la nuestra, que está interesada en participar en estas actividades e involucrarse en los problemas de la Comunidad.” (Entrevista 6, Pregunta 11).

Pregunta 12 ¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?

Las entrevistadas coinciden en señalar que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización, consideran que estos medios deben ser más sencillos y deben incluir a personas que expliquen sobre el tema, añaden que no solamente se debe explicar a los varones sino también a las mujeres y no son lo suficientemente explicativos porque se considera que la identificación no es un tema obligatorio sino voluntario y finalmente no existe involucramiento de las organizaciones comunitarias en las campañas.

Estas percepciones se pueden verificar en las siguientes respuestas:

- “Sí. Estos medios deben ser más sencillos y deben incluir la promoción de personas que expliquen personalmente de qué se trata la carnetización y los documentos de identificación en sí.” (Entrevista 1, Pregunta 12).
- “Sí. Deben ser explicados a las mujeres, no solamente a los hombres. Tampoco hay participación, por lo que las mujeres entienden que no es obligatorio o no es importante.” (Entrevista 3, Pregunta 12).

- “Es necesario mayor involucramiento de las entidades de identificación con la población. Tampoco queremos que nos den nada, pero es tas cosas funcionan con mayor participación de todas las personas de la Comunidad.” (Entrevista 6, Pregunta 12).

Pregunta 13 ¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?

Las entrevistadas señalan que el mensaje de los medios de comunicación empleados debe ser más sencillo, debe fomentar la participación de la comunidad, hacer referencia a las ventajas de contar con documentos de identificación, dejar claro que el proceso es sencillo y comunicarlos en reuniones de asociadas.

Estas percepciones se pueden verificar en las siguientes respuestas:

- “Participación, ventajas de la identificación personal, proceso de carnetización, sencillez del proceso,” (Entrevista 1, pregunta 13).
- “Información sencilla y fácil de asimilar. Una explicación razonable del problema” (Entrevista 2, Pregunta 13).
- “Hacer conocer la importancia de los documentos de identificación y los requisitos para tramitarlos en Guanay o mejor en las mismas comunidades.” (Entrevista 6, Pregunta 13).

Pregunta 14 ¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?

Las entrevistadas coinciden en señalar que los medios de comunicación deben fomentar la participación de las mujeres de las comunidades y de las organizaciones comunitaria, tal como se puede advertir en las siguientes respuestas:

- “Necesariamente, para que los efectos sean beneficiosos para las mujeres indígenas o del área rural y para las entidades de identificación.” (Entrevista 1, Pregunta 14).
- “Es importante que se fomente la participación para lograr un efecto más positivo en la población femenina del área rural, en relación a la identificación de personas.” (Entrevista 3, Pregunta 14).
- “Sí, para que se alcancen los resultados esperados en la otorgación de documentos y no tengan que estar volviendo cada año. Es decir, educar a la gente para que comprenda la importancia de los documentos de identidad y ellos busquen la forma de renovar su carnet.” (Entrevista 5, Pregunta 14).
- “Me parece que se debe buscar la educación de la gente, y se comprenda la importancia de estos trámites y estos documentos para todas las personas, especialmente, las mujeres.” (Entrevista 6, Pregunta 14).

2.1.3. Resultados de la entrevista a un ejecutivo de una entidad relacionada con la función de identificación de personas

La entrevista fue realizada al ejecutivo encargado de la carnetización de personas en el área rural del departamento de La Paz, encargado del SEGIP La Paz.

Pregunta 1 ¿Cuál es la importancia de la identificación de personas en Bolivia?

Según el entrevistado, la identificación de personas en Bolivia, es una actividad muy importante, debido a que al igual que en otros países el ejercicio de la ciudadanía exige una identificación de las personas que realizan trámites o se hacen beneficiarios de políticas sociales como es el Bonosol, el Bono “Juancito Pinto” y otros beneficios en salud materno-infantil, etc.

Además aclara que “a nivel de la administración pública, la identificación precisa de las personas permite al Estado planificar los recursos para los beneficiarios de

las políticas sociales de redistribución del ingreso, es decir, asegurarse que las personas que reciban estos beneficios sean bolivianos, no como en algún momento sucedió que campesinos peruanos, haciéndose pasar por bolivianos, cobraron el Bonosol.”

En entrevistado añade que: “en las entidades financieras el tema de identificación precisa de las personas que realizan transacciones financieras en el sistema bancario es clave para evitar el lavado de dinero proveniente de fuentes no permitidas o actividades ilícitas que actualmente son universalmente aceptadas.”

Pregunta 2. ¿Qué segmentos de la población considera que se encuentran indocumentadas en mayor proporción?

Según el entrevistado, hay varios segmentos de personas indocumentadas en Bolivia. Por ejemplo, a nivel de Certificado de Nacimiento el área rural de los departamentos del oriente, siempre son los más vulnerables y en alguna medida regiones poco accesibles del Altiplano Boliviano.

En el tema de la cédula de identidad, los sectores urbanos que se van incorporando a la vida ciudadana, especialmente de niños menores a 4 años, es un sector que siempre requiere de atención. Lo mismo ocurre con los adolescentes de ambos sexos de entre 17 y 19 años, que habiendo tramitado sus primeras cédulas entre los 5 y 12 años, por descuido propio y de sus padres, tienen la obligación de cumplir con sus deberes ciudadanos en elecciones nacionales, departamentales y locales mediante la cédula de identidad. Esta situación es frecuente tanto en áreas urbanas como rurales del país y se presenta la necesidad de documentarlos y actualizar el padrón electoral cada dos o tres años.

En entrevistado señala también que “otros sectores vulnerables son las mujeres del área rural de regiones aisladas, tanto de las regiones orientales como de valles y altiplano boliviano, las cuales generalmente realizan labores de casa y labores productivas sin salir de sus respectivas comunidades”.

Pregunta 3 ¿Considera que la población femenina indígena del área rural, incluyendo la población indígena se encuentra en situación de indocumentación?

Según el entrevistados la población femenina indígena del área rural, “es un grupo vulnerable, las mujeres indígenas, tienen muchos problemas para contar con documentos de identidad actualizados. En gran medida, las campañas para documentar a la población se realizan considerando a este grupo de la población.”

Pregunta 4 ¿En su opinión qué documentos de identificación requieren las mujeres indígenas del área rural?

De acuerdo a lo señalado por el entrevistados, “las mujeres indígenas requieren principalmente, cédula de identidad, debido a que los principales beneficios que se encuentran esencialmente en el área de salud requiere de este documento para la atención y los beneficios consiguientes, ya sea durante el embarazo, o para el binomio madre-niño (a). Incluso las mujeres de la tercera edad requieren de este documento para acceder al bono de solidaridad (Bonosol).”

Además, el entrevistado señala que para este último caso, es necesario que el adulto mayor cuente con certificado de nacimiento, que es un documento crítico para tramitar la cédula de identidad, lo cual le permitirá acceder al Bonosol.”

Pregunta 5 ¿Su Institución realiza campañas u operativos para proporcionar documentos de identificación a estos segmentos de la población?

El entrevistado respondió que evidentemente el SEGIP, realiza campañas u operativos para proporcionar documentación a toda la población, pero especialmente a los segmentos en los que se identificó una mayor necesidad de documentos de identificación.

Complementa su explicación señalando que existe necesidad por una mayor presencia de la entidad en este aspecto, se crearon las oficinas móviles de la entidad que se encuentran esencialmente en ciudades intermedias, de las que

parten brigadas de funcionarios encargados de proporcionar documentos de identidad a toda la población así lo requiera.

Pregunta 6 ¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres del área rural?

Principalmente el acceso a los beneficios sociales que se obtienen como consecuencia de las políticas de redistribución del ingreso, que realiza el Gobierno. Para acceder a estos beneficios se requiere de la cédula de identidad.

De igual manera, señala el entrevistado, que las mujeres requieren de documentos de identidad para ser atendidos en centros de salud y en las escuelas. Es decir, el documento de identidad es un derecho de todo ciudadano que le abre las puertas a un conjunto de beneficios, de manera que la ausencia o no tenencia de este documento puede ser un factor de exclusión social, por ello el SEGIP, cuenta con una serie de estrategias destinadas a dotar a la población de documentos de identidad.

Pregunta 7 ¿Cuándo se realizan estas campañas u operativos de identificación en poblaciones del área rural?

En principio era una actividad que se realizaba en fechas cercanas a elecciones nacionales. Luego se presentaron otros acontecimientos de tipo electoral como las elecciones municipales, referéndums, elección de magistrados, procesos de aprobación de estatutos autonómicos, etc., que obligaron a habilitar campañas de carnetización en diferentes épocas.

El entrevistado añade que “con la habilitación del padrón electoral, se ha visto que la necesidad de actualización de esta herramienta debe ser continua, por lo que las oficinas móviles de identificación en el área rural hoy son permanentes y se encuentran realizando operativos durante todo el año, movilizándose a diferentes regiones y desde los centros de operaciones, que generalmente son ciudades intermedias, se organizan brigadas móviles de identificación”.

Pregunta 8 ¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o campañas carnetización?

El entrevistado respondió que los medios de comunicación empleados para dar a conocer los operativos de identificación o campañas carnetización en el área rural son principalmente la radio, la televisión local, avisos de prensa en medios escritos locales de ciudades intermedias, pasacalles y carteles.

Para el área rural se emplean avisos permanentes en radio que debido al costo de emisión se destina avisos de 20 a 30 segundos de duración.

Pregunta 9 ¿Qué criterios se emplean para la selección de medios de comunicación para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?

El principal criterio empleado es la necesidad de realizar la promoción en medios locales como ser radios, prensa local y canales de televisión local con los cuales los habitantes del lugar se encuentren familiarizados y por lo tanto los escuche o vea más o menos frecuentemente.

Para el área rural, el medio idóneo es la radio. Las brigadas móviles no se emplean para la promoción de estas campañas, debido a que se los ocupa en la misma tarea de otorgación de documentos, es decir, no está previsto que hagan promoción de las campañas de carnetización.

Pregunta 10 ¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar correctamente a las mujeres del área rural, para participar en estos operativos?

El entrevistado respondió que los medios empleados informaron correctamente “en la mayoría de los casos, especialmente en las zonas urbanas de las ciudades intermedias. En el área rural no sabemos exactamente, Lo que sí puedo afirmar es que existe cierta población flotante, en los países en vías de desarrollo que no llega a ser empadronada y por lo tanto, no dispone de documentos de identidad.”

El entrevistado añade que “la población del área rural se distribuye en una amplia zona geográfica, en muchos de los municipios y territorios autónomos del Estado Plurinacional de Bolivia, por lo que no es fácil llegar a todos. Las brigadas móviles tienen limitaciones de accesibilidad y presupuesto.”.

Pregunta 11 ¿Considera que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres del área rural, para participar en estos operativos?

Según el entrevistado “la radio es un medio bastante efectivo en el área rural, no se debe olvidar que la radio en la historia boliviana tiene una larga tradición de aceptación de parte de la población que habita en estos lugares. Instituciones como Radio San Gabriel, son medios que durante más de 50 años han cumplido un rol efectivo en la comunicación, con la población del área rural.”

El entrevistado añade “es cierto que en el área rural existen lugares alejados en los que la radio no tiene cobertura y que muchos hogares no cuentan con un aparato radial, sin embargo, los avisos son permanentes”.

Pregunta 12 ¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por su Institución, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?

En lo que se refiere a la persuasión, el entrevistado respondió de la siguiente manera: “no se puede pretender persuadir a todas las mujeres con una sola campaña de carnetización, por eso las oficinas móviles y las brigadas móviles son permanentes en el área rural, sin embargo, por el momento es lo que puede hacer la Institución para proporcionar documentos de identidad a la población indígena femenina del área rural.”

El entrevistado añadió: “estamos conscientes de que la mujer indígena del área rural requiere de programas de carnetización más elaborados para tener una mayor efectividad en su participación en estas campañas, por el momento se

están evaluando las deficiencias de los medios tradicionales que hasta el momento se ha empleado en este tipo de operativos, y si es necesario se introducirán cambios.”

Pregunta 13 En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?

El entrevistado señaló que las principales deficiencias se encuentran en la falta de persuasión de las mujeres indígenas del área rural, debido a que no participan de manera efectiva en el proceso de carnetización que lleva a cabo la entidad responsable de identificación en Bolivia.

El entrevistado añade que: “muy posiblemente, los medios seleccionados no hayan dado los resultados esperados, o que no se hayan seleccionado de manera adecuada. Además, se observa la falta de cobertura y claridad en los mensajes para una población con un grado bajo de escolaridad, por lo que posiblemente los mensajes no se entiendan de parte de este grupo de la población.”

Pregunta 14 ¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?

El entrevistado respondió: “posiblemente se requieran medios alternativos que sean apropiados para estos grupos de personas. Sin embargo, por el momento no es posible realizar cambios trascendentales a no ser que se adapten medios y recursos que no signifique un incremento sustancial en los gastos de promoción de las campañas de carnetización”.

Además añade que: “los medios que pueden ser apropiados pueden ser audiovisuales que se los exhibiría en las diferentes comunidades, por parte de las brigadas móviles”.

Pregunta 15 ¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?

El entrevistado considera que “el mensaje principal debe girar en torno a la importancia de la identificación para las personas, así como, la importancia de tener documentos de identificación y los beneficios de la misma. El mensaje debe concluir con un llamado a la participación de todas las personas que no cuentan con documentos.”

Pregunta 16 ¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?

El entrevistado respondió que “efectivamente debe haber mayor participa de las personas indocumentadas”

Esta respuesta no se relaciona con lo que solicitan o desean las líderes de las comunidades de Guanay que quieren que exista un mayor involucramiento de parte de las organizaciones comunitarias para logra mayor efectividad en los procesos de carnetización.

2.1.4. Resultados de los grupos focales

En esta sección se presenta y analiza los resultados de los grupos focales de mujeres indígenas organizados en los Distritos Rurales de Guanay conformado por Chacapa, San Juan de Challana y Santa Rosa de Challana. En cada distrito se conformó un grupo focal, con preguntas relacionadas con los medios de comunicación empleados en las campañas u operativos de carnetización, llevados a cabo en el municipio de Guanay.

El análisis de la información fue realizado de acuerdo a las preguntas formuladas en la Guía de Entrevista Focal y de acuerdo a los diferentes grupos focales conformados.

Pregunta 1 ¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, es decir conoce si tienen documentos de identidad?

En el Grupo Focal N° 1, una de las participantes no opinó, otra señaló que no conocía sobre el tema. El resto señaló lo siguiente:

- “Los documentos permiten que las personas tengan acceso a diversos beneficios como la educación, la salud, Bonosol y otros.” (Participante 2).
- “Además, creo que con el carnet se puede ejercer el derecho a votar en las elecciones.” (Participante 5).
- “Muchas mujeres de la comunidad no tienen, pero en la Comunidad todas nos conocemos.” (Participante 4).

Las participantes de este grupo hacen énfasis en los beneficios de los documentos de identidad, principalmente el acceso a la educación, a la salud, otros beneficios sociales como el Bonosol y el derecho a votar en las elecciones. Adicionalmente reconocen que muchas de las mujeres de su Comunidad, no cuentan con documentos de identidad.

En el Grupo Focal N° 2, las opiniones más sobresalientes fueron:

- “Sí, conozco un poco del tema. Tengo carnet pero hace años que no puedo renovar.” (Participante N° 1).
- “Aquí en la comunidad tienen, pero no se si han renovado.” (Participante N° 4).
- “También no es fácil sacar carnet, creo que hay que ir a La Paz.” (Participante N° 5).

En general, se señala que tiene algún conocimiento del tema. No precisan cuantas mujeres de la comunidad cuentan con documentos de identificación, aunque señalan que muchas de ellas tiene documentos, especialmente cédula de

identidad, aunque reconocen que otro problema es la renovación para lo cual creen que necesariamente deben trasladarse a la ciudad de La Paz.

En el Grupo Focal N° 3, las respuestas más sobresalientes fueron:

- “Algo conozco. Las compañeras del área rural en su mayoría no cuentan con carnet.” (Participante N° 1)
- “Casi no usamos documentos entre nosotras. Tampoco nos pedimos carnet para inscribir en la asociación, casi todas se conocen.” (Participante N° 3).
- “No es fácil hacer el trámite. Hay que viajar a Guanay o a La Paz. Aquí no nos pedimos carnet, porque nos conocemos de niñas” (Participante N° 5).

En general, reconocen que las mujeres del área rural, en su mayoría, no cuentan con documentos de identidad y recalcan que entre ellos no se piden cédula de identidad para hacer sus transacciones económicas y otras actividades sociales y organizaciones, identifican como un problema la renovación del carnet de identidad y consideran que para sacarlo deben viajar a Guanay o a La Paz.

Pregunta 2 ¿Recibieron información acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?

En Grupo Focal N° 1, las participantes señalan que han recibido poca o ninguna información acerca de los documentos de identidad, la participante 2, señala que “en el Colegio el profesor decía que los documentos permiten que las personas ejerzan sus derechos, principalmente acceso a la salud, educación y elección de autoridades”, la participante 3, añade que “es importante (contar con documentos), porque permiten que las personas sean tratadas como ciudadanos.”

Estas declaraciones muestran en general que en el Grupo Focal N° 1, la información es relativamente escasa sobre el tema, pero algunas de las participantes tienen conocimientos bastante razonables acerca de la utilidad y beneficios que se pueden obtener con los documentos de identidad.

En el Grupo Focal N° 2, los participantes hacen referencia a amigos y familiares que viven en La Paz y afirman que los documentos de identidad son importantes. Además mencionan a los políticos que visitan las comunidades que los documentos son importantes para “votar por ellos” (Participante N° 2), lo cual muestra una información sesgada que reciben parte de militantes de partidos políticos.

En el Grupo Focal N° 3, los participantes hacen referencia también a los parientes que viven en La Paz, donde el requerimiento de cédula de identidad es muy frecuente (Participante N° 1) y también hacen referencia a los políticos, aunque reconocen que estos pretenden manipularlos y les exigen que cuenten con cédula de identidad. (Participante N° 4). Finalmente, una de las participantes, aclara que en su Comunidad no les hablan mucho de los documentos de identidad, pero ellas consideran que necesitan de la cédula de identidad (Participante N° 5).

Pregunta 4 ¿Cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?

En el Grupo Focal N° 1, las participantes hacen referencia a que las ventajas más importantes de contar con documentos de identidad es el acceso que las personas tienen a salud, educación, elecciones nacionales y municipales, bonos sociales, etc. La participante 3 agrega que “todo lo que proporciona el Estado se da con el carnet”, lo cual es bastante aproximado a la realidad.

En el Grupo Focal N° 2, las respuestas de las participantes son bastante similares, incidiendo en aspectos de acceso a servicios, bonos e incluso encomiendas.

En el Grupo Focal N° 3, también se observa que las respuestas se orientan a destacar el acceso a servicios, beneficios sociales y ejercicio de la ciudadanía en procesos electorales. Sin embargo, la participante 1, señala algo muy importante en la presente investigación “es un documento que dice quién eres y qué haces”, refiriéndose exactamente al derecho de las personas a una identificación personal.

Pregunta 5 ¿Se enteraron de algún tipo de campañas, operativos u oficinas temporales de identificación de entidades relacionadas con esta temática en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?

En el Grupo Focal N° 1, cuatro de las participantes respondieron que sí se habían enterado de las campañas, operativos u oficinas temporales para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de distritos rurales de Guanay, pero estas noticias o no se entendían o se presentaron cuando ya se fueron (los funcionarios del SEGIP u organizaciones similares). Aclaran que estas noticias se presentaron en fechas cercanas previas a las elecciones generales.

En el Grupo Focal N° 2, tres de cuatro mujeres que opinaron respondieron afirmativamente, que se enteraron a través de la radio principalmente, pero que tenían el inconveniente de que se iban a realizar en Guanay y no pudieron ir. La participante que no se enteró de estas campañas respondió que “no, me parecía que se debe sacar en Guanay o en La Paz.”

En el Grupo Focal N° 3, las participantes respondieron afirmativamente y de manera parecida a los anteriores Grupos, o no se entendía el mensaje o había que trasladarse a Guanay, pero que para ellas es muy difícil dejar sus actividades laborales en sus comunidades.

Pregunta 6 (En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?

En el Grupo Focal N° 1, la mayoría afirma no haber participado en las campañas u operativos de identificación, por varios motivos: había que ir a Guanay y no pudieron, otra prefirió ir a La Paz y la otra señaló que ya tenía cédula pero no sabía cuando se le vence. La participante que fue aclaró que no los podía encontrar en Guanay y cuando la atendieron “me hicieron esperar mucho”.

En el Grupo Focal N° 2, la mayoría no participaron debido a varias razones, como ser: “no se informa bien” (Participante N° 1), “las mujeres de las comunidades rurales no podemos ir en grupo, se tienen otras actividades que cumplir en la casa y en la comunidad (Participante N° 2) y “algunas participaron, pero no todas las que necesitan” (Participante N° 5) Es decir, motivos relacionados con la falta de información precisa sobre el tema o por la dificultad de traslado a Guanay,

En el Grupo Focal N° 3, la mayoría no participó por varios motivos: una de ellas señaló que no necesitaba la cédula de identidad, otra explicó que en esos “tenía que trabajar en los cicales” y otra explicó que tardaban mucho en atenderla. Las participantes que sí fueron también explicaron que tardaron mucho en atenderlas e incluso una de ellas retornó por este motivo.

Pregunta 7 ¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?

La mayoría de las participantes del Grupo Focal N° 1, respondieron que el medio de comunicación empleado en mayor medida en las campañas u operativos de identificación fue la radio y en menor grado el canal de TV de Guanay y avisos en la plaza de Guanay.

El Grupo Focal N° 2, contestó de igual manera que el grupo anterior, añadiendo que también se emplearon avisos en prensa local de Guanay.

En el Grupo Focal N° 3, señalaron también que se había empleado la radio (o así les dijeron), además que en el rural “solamente entra la Radio” (Participante N° 1) y otra de ellas se informó de parte de sus amigas que avisaron en el canal de TV de Guanay (Participante N° 2)..

Pregunta 8 ¿Consideran que estos medios de comunicación pudieron persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?

La mayoría de las participantes del Grupo Focal N° 1, respondieron que los medios de comunicación NO persuadieron a las mujeres de su Comunidad, para

participar en los operativos de carnetización, principalmente porque la promoción a través de los medios era limitada, porque las mujeres que necesitan estos documentos van a La Paz, las campañas son temporales y duran poco tiempo. Solamente una de las participantes de este Grupo, señaló que las mujeres de la comunidad fueron persuadidas por esta campaña de promoción, especialmente “algunas que tienen más tiempo.” (Participante N° 4).

En el Grupo Focal N° 2, dos de las participantes considera que las mujeres de su comunidad no fueron persuadidas por la promoción de estos operativos debido a que “los avisos de radio no se entiende” (Participante N° 4) y que, se debe cambiar de lugar, hacerlo en las comunidades, no en Guanay (Participante N° 1). Una de las participantes que contestó afirmativamente, señaló que “no son muchas las que van, porque es en Guanay.” (Participante N° 1).

En el Grupo Focal N° 3, las participantes que respondieron que las mujeres de la Comunidad no fueron persuadidas por los medios empleados en las campañas para la dotación de documentos de identidad, ratifican que los avisos radiales no son comprensibles y las campañas duran poco tiempo. Otra de las participantes añade que “a las de Guanay no sé, pero a las de la Comunidad casi nadie va porque te avisen por radio.” (Participante N° 1).

Pregunta 9 ¿Consideran que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?

En el Grupo Focal N° 1, cuatro de 5 participantes respondió negativamente, es decir, los medios de comunicación NO fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos. Solamente una de las participantes señaló que “en parte, algunas mujeres participan por la comodidad de hacerlo en Guanay, para otras incluso llegar a Guanay es difícil.” (Participante N° 4).

En el Grupo Focal N° 2, el resultado es muy parecido al del primer Grupo, aunque se añade que es posible que se haya persuadido “a muy pocas” (Participante N°

1) y “a una que otra, que además necesita de documentos de identidad” (Participante N° 2).

En el Grupo Focal N° 3, las participantes coinciden con las apreciaciones de las participantes de los grupos anteriores, resaltando aspectos negativos ya mencionados anteriormente, como la escasa comprensión del mensaje y el apuro de los funcionarios que participan en estos operativos. Además, se debe rescatar algunas respuestas como ser: “la verdad que no me anima a sacar carnet” (Participante N° 2) y “a pocas, la mayoría no ve necesario el carnet” (Participante N° 3), que muestran la poca importancia que los participantes otorgan a las campañas de carnetización.

Pregunta 11 ¿Cuáles son las deficiencias de los medios de comunicación empleados en las campañas de carnetización?

Las participantes del Grupo Focal N° 1, señalaron que las principales deficiencias de los medios de comunicación empleados en las campañas de carnetización, son: 1) no son participativos, 2) tienen limitaciones de horario y no llegan a todos los hogares y 3) no se entiende lo que desean comunicar a la población y parece no interesarles si vas o no.

Las participantes del Grupo Focal N° 2, resaltan el hecho de que los mensajes no son claros y que las campañas están organizadas con mucho apresuramiento y el tiempo es limitado.

Las participantes del Grupo Focal N° 3, consideran que las principales deficiencias se encuentran en que los anuncios no les llaman la atención, dan la impresión de que el mensaje no fuera para las mujeres de las comunidades rurales de Guanay y no informan adecuadamente sobre las campañas, además de resaltar su mala organización en general.

Pregunta 12 ¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?

En el Grupo Focal N° 1, se mencionan como medios alternativos de comunicación a medios audiovisuales explicados por personas que conozcan bien el problema, videos y otros similares y promotores para expliquen mejor en las comunidades.

El Grupo Focal N° 2, considera que “los medios deben ser más directos y explicarlos a las personas en las comunidades” (Participante N° 1), “cartillas educativas” (Participante N° 2) y “pueden ser gráficos o visuales, pero con personas que expliquen estas campañas de identificación en las comunidades” (Participante N° 5).

En el Grupo Focal N° 3, más que medios alternativos mencionan que las campañas deberían realizarse en la Comunidad.

Pregunta 13 ¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?

Al igual que en las entrevistas realizadas a las líderes o representantes de organizaciones comunitarias, las participantes de los tres grupos focales se señala que el mensaje de estos medios, deberían ser:

- Participación de la Comunidad en el problema.
- Importancia y ventajas de la identificación y de los documentos de identidad.
- Procedimientos para obtener la cédula de identidad.

2.2. Diagnóstico Ex - post

El diagnóstico ex post refleja la situación de la población de estudio en relación a la comunicación alternativa impartida en los medios propuestos para llevar a cabo

las campañas de entrega de documentos de identidad a mujeres indígenas en las comunidades rurales de Guanay pertenecientes a la organización de mujeres indígenas de Larecaja.

El diagnóstico Ex post se realizará de acuerdo a los mismos indicadores seleccionados para la encuesta a mujeres indígenas de comunidades rurales de Guanay. Estas son:

- 1. Certificado de nacimiento.** En caso de que las instituciones de identificación realicen campañas conjuntas para la dotación gratuita de documentos y la mayor participación de las mujeres indígenas, el resultado será que a menos un 50% de las mujeres indígenas cuenten con Certificado de Nacimiento, como efecto inmediato de la mejora en el proceso de comunicación a través de medios alternativos.
- 2. Cuenta con cédula de identidad.** Sin un margen de error alto, es posible que en el caso de la cédula de identidad, se revierta la situación, debido a que una gran mayoría de las mujeres encuestadas de los distritos rurales del municipio de Guanay, acudirían a las campañas de dotación de documentos de identidad, en este caso de la cédula de identidad, como efecto de un proceso participativo y continuo, porque en el caso del SEGIP, las campañas de identificación son continuas gracias a las brigadas móviles de identificación.
- 3. Acceso a los beneficios de contar con documentos de identificación.** Si bien los servicios de salud y educación no son ideales en el área rural del Departamento de La Paz, la disponibilidad de los documentos de identificación de niñas, adolescentes y jóvenes, les permitirá acceder a estos beneficios; además del acceso a la justicia y los beneficios sociales derivados de la política de distribución de la riqueza accediendo a bonos de educación, maternidad y bono dignidad.

4. Ejercicio de la identificación como un derecho la mujer del área rural de Guanay. Las mujeres podrán ejercer el derecho que tiene toda persona y toda mujer boliviana a identificación, como efecto de la aplicación de medios alternativos de comunicación en las campañas de entrega de documentos de identidad, lo cual se puede considerar altamente significativo.

5. Mejor conocimiento de campañas de identificación.

Debido a un efecto beneficioso de los medios alternativos de comunicación las de los distritos rurales de Guanay, tendrán un mejor conocimiento de las campañas de identificación.

6. Participación en alguna campaña de identificación realizada en Guanay. Mediante los medios alternativos de comunicación para promocionar las campañas de carnetización u otorgación de documentos realizada por la Institución encargada del área de identificación como es el SEGIP u otra involucrada en años anteriores a esta tarea, se puede revertir la participación de las mujeres indígenas de los distritos rurales, hasta en un 80%, en un período de dos, dejando a las brigadas móviles un 20% de las comunidades más alejadas del municipio de Guanay.

7. Medios de comunicación se emplearon para lograr la participación de la población. Los medios de comunicación que se emplearon en las campañas de carnetización, fueron alternativos, en este caso, cartillas, debido a que mediante estos recursos se puede explicar en persona en las comunidades del área rural, todos los temas relacionados con la identificación de personas. Un rasgo o diferencia fundamental en el empleo de estos medios fue la exposición del tema en las comunidades, de manera que se realiza una proceso de comunicación completo, en el que se hacen conocer a las mujeres indígenas la utilidad y beneficios de los documentos de identidad, así como los requisitos para obtenerlos gratuitamente, algo que no se hacía antes y que permite una activa participación y efectividad

de las campañas de dotación de documentos de identidad a las mujeres indígenas que son sujeto de la presente investigación.

8. Efectividad de los medios de comunicación alternativos en las campañas de identificación. Al realizar un proceso simultáneo de explicación de las ventajas de poseer documentos de identidad y además, disponer de los medios para llevar a cabo campañas de identificación o dotación de cédula de identidad, se puede llegar a la conclusión de que los medios alternativos sugeridos son altamente efectivos, es decir, permiten que la población en su mayoría participe de estos procesos, no solamente favoreciendo a las mujeres indígenas, sino inclusive a niños y niñas de comunidades rurales e incluso personas de la tercera edad.

III. MARCO INSTITUCIONAL

Las Instituciones públicas relacionadas con el tema de Identidad son:

3.1 Órgano Plurinacional Electoral – Registro Civil que una de sus funciones es la entrega de certificados de nacimiento.

Entre las principales atribuciones del Órgano Electoral Plurinacional, se tienen a las siguientes:

- Primera acción fue la incorporación en el registro electoral de una opción informática que permite hacer actualización de datos de aquellos registros que ya se cuentan en el padrón electoral, por lo que no se requiere hacer un nuevo registro de aquellos ciudadanos que cambian de domicilio, porque se conservan los datos primarios de la identificación. Eso ha dado excelentes resultados porque ha permitido evitar que existan dos registros del mismo ciudadano que debían ser derivados a perito.
- Un segundo componente fue establecer una acción informática para aquellos casos que son registros nuevos y para eso se empleó el programa que utiliza llaves de encriptación que evitan que pueda ser el registro leído por alguna persona no autorizada, un externo. Por eso el tema de los hackers parecía que era una apreciación formal y no técnica, porque no hay esa posibilidad.
- Un tercer tema fue la contrastación de la base de datos del Servicio de Registro Civil (Sereci), producto de ese trabajo Santa Cruz también trabaja en línea con el data center de La Paz. “Eso permite la actualización de nombres de los nacidos, la actualización de difuntos, la cercanía y precisión de esta depuración fue muy buena. Al igual que la depuración de difuntos con datos del Servicio Nacional del Sistema de Reparto, del SEGIP, se hicieron cuatro

contrastaciones, entonces la base de datos cada vez coincide más y cada vez está más perfecta..

- A diferencia de lo que sucedía con la anterior gestión del ente electoral, que no permitía el intercambio de información con el SEGIP, se realiza un flujo de información formal que permitirá armonizar las bases de datos.
- Respecto al sistema de seguridad informática se hizo un mantenimiento general de toda la infraestructura que comprende el procesamiento de datos del data center, el mantenimiento global y completo de todas las redes, además de la incorporación de un sistema de monitoreo que establece y permite monitorear el funcionamiento en tiempo real de los canales de comunicación y de los servidores.

El software disponible, permitió instalar mil puntos de monitoreo en toda la infraestructura a nivel nacional, que va dando datos de por ejemplo, cuándo se corta la comunicación con Santa Cruz, qué ancho de banda se está utilizando. Todo ese conjunto de medidas han fortalecido el procesamiento.

- En un informe confidencial elaborado el 2015 por el Departamento de Cooperación y Observación Electoral (DEACO) de la Secretaría de Asuntos Políticos de la Organización de Estados Americanos (OEA) al que accedió ANF, reveló en su momento, que el Padrón Electoral Biométrico (PEB) no cuenta con los avances en aspectos de seguridad que incluyan los nuevos y modernos sistemas operativos, además de ser vulnerable al hackeo informático y al manipuleo de la información.

3.2. Servicio de Registro Cívico (SERECI). Es el Servicio prestado por el Estado, a través de los órganos directivos y operativos del mismo, cuya función es el registro de los hechos vitales y actos jurídicos relativos al estado civil de las personas.

El requisito principal para contar con el certificado de registros civil es necesario presentar la fotocopia de la cédula de identidad y un monto en bolivianos que se ajusta periódicamente, para obtener ese documento, en el que –explicó- está registrado si es soltero, casado o la fecha de sentencia de divorcio en caso de que el solicitante esté divorciado.

El documento, por lo general es tramitado porque está dentro de los requisitos que deben presentar jóvenes interesados en ingresar a institutos militares o la Academia Nacional de Policías (ANAPOL).

3.3. Servicio General de Identificación Personal. Se crea el Servicio General de Identificación Personal – SEGIP, como institución pública descentralizada, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con capacidad administrativa, financiera, legal, técnica y operativa, bajo tuición del Ministerio de Gobierno, con jurisdicción y competencia en todo el territorio del Estado Plurinacional de Bolivia.(Art. 2, Ley 145). Derechos Humanos que uno de sus principales funciones es que el Estado cumpla uno del derecho más importante de la persona que es el derecho a la identidad.

El 27 de junio del 2011, se promulgó la Ley Nro. 145, que crea el Servicio General de Identificación Personal (SEGIP) y el Servicio General de Licencias para Conducir (SEGELIC).

El SEGIP como única entidad pública facultada para otorgar Cédulas de Identidad (C.I.) dentro y fuera del territorio nacional, para crear, administrar, controlar, mantener y precautelar el Registro Único de Identificación RUI, de las personas naturales efecto de su identificación y ejercicio de sus derechos.

El SEGIP, en virtud de la ley Nro. 145, tiene las atribuciones de diseñar y aprobar políticas y lineamientos institucionales para garantizar el derecho a la identificación, aprobar la estructura y los manuales de funciones y requisitos

del nivel técnico operativo de la institución, requiere informes relativos al cumplimiento de los objetivos y metas planteadas, autorizando y regulando el uso del Registro Biométrico por otras instituciones.

IV. MARCO LEGAL

4.1. Introducción.

En esta sección se realiza un análisis de las normas nacionales e internacionales que regulan el derecho a la identidad en el Estado Plurinacional de Bolivia.

4.2. Normas internacionales

4.2.1 Declaración universal de los derechos humanos

En la Declaración Universal de los derechos Humanos (1948), en su Art. 6 señala que: “Todo ser humano tiene derecho en todas partes al reconocimiento de su personalidad jurídica”. Además, en el Artículo 15° señala que: “Toda persona tiene derecho a una nacionalidad”.

4.2.2 Pacto internacional de Derechos Civiles y Políticos

En el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966), concretamente en el Art. 6 señala que: “Todo ser humano tiene derecho en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica”.

En el Art. 24, con respecto a los niños (as), declara que todo niño debe ser inscrito inmediatamente después de su nacimiento y que deberá tener un nombre y una nacionalidad.

4.3. Normas Sectoriales

A nivel regional, principalmente de América Latina, también se cuentan con importantes antecedentes normativas que favorecen las medidas relacionadas con la otorgación de documentos de identidad de los países miembros.

4.3.1. Convención sobre los Derechos del Niño

La convención sobre los Derechos del niño (1989), en el Artículo 7° señala que: “El niño será inscrito inmediatamente después de su nacimiento y tendrá derecho desde que nace a un nombre y a adquirir una nacionalidad”.

En el Art. 8, hace referencia que los Estados que forman parte de la Convención se comprometen a preservar el derecho del niño a su identidad (nombre y nacionalidad)

4.3.2. Convención Americana sobre los Derechos Humanos

La convención Americana sobre los Derechos Humanos de 1969, más conocida como Pacto de San José de Costa Rica que en sus Art. 3, 18 y 20 hacen referencia al reconocimiento de la personalidad jurídica, el derecho al nombre y el derecho a la nacionalidad.

4.4. Normas Nacionales

A nivel de país, existe una amplia normativa legal que favorece la otorgación de documentos a la población boliviana.

4.4.1. Leyes

4.4.1.1. Constitución Política Del Estado

La Constitución Política del Estado de 7 de febrero de 2009, en el Art. 14 señala: “Todo ser humano tiene personalidad y capacidad jurídica con arreglo a las leyes.....”

En el Art. 26 señala que: “Todas las ciudadanas y los ciudadanos tienen derecho a participar libremente en la formación ejercicio y control del poder político, directamente o por medio de sus representantes y de manera individual o colectiva. La participación será equitativa y en igualdad de condiciones entre hombres y mujeres”.

En el Artículo 30° hace referencia que el estado debe garantizar a las pueblos indígenas y originarios la otorgación y la cédula de identidad que refleje su origen y respeto de su identidad cultural.

Con la Constitución del Estado Plurinacional de Bolivia se inició un proceso de transición institucional, para la puesta en marcha de los nuevos Órganos del Estado. En materia electoral, existe una innovación fundamental, se reconoce al Órgano Electoral, como el cuarto órgano del Poder Público del Estado, con la misma independencia y jerarquía constitucional que el Ejecutivo, Legislativo y Judicial (Art. 12 – I.).

Así, el Tribunal Supremo Electoral es el responsable de organizar y administrar los procesos electorales, así como de garantizar el ejercicio efectivo del sufragio. También tiene como función organizar y administrar el Registro Civil y el Padrón Electoral.

El nuevo texto constitucional define que el Órgano Electoral Plurinacional está compuesto por: 1) el Tribunal Supremo Electoral, 2) los Tribunales Electorales Departamentales, 3) Los Juzgados Electorales, 4) los jurados de las Mesas de Sufragio, y 5) los Notarios Electorales.

4.4.1.2. Código Civil

El Decreto Supremo 22766 del 2 de abril de 1991, Identificación Personal Regula Emisión y uso de la cedula de identidad personal. El Artículo 3° señala que:” la

cédula de identidad es documento público, personal e intransferible, por el cual el Estado mediante la Policía Nacional e intermedio de la Dirección General de identificación Personal, así como bajo la coordinación y asesoramiento técnico del Sistema del Registro Único Nacional, legítima la autenticidad de la identidad de su titular en todos los actos jurídicos, públicos y privados, en los que la presente o manifieste, haciendo fe de todos y cada uno de los datos que contenga, salvo prueba en contrario. Goza de la protección de las leyes otorgan a los documentos de esta naturaleza”.

El Artículo 9°, señala que: “la Cédula de Identidad es el único documento que prueba la identidad de su titular en todos los actos públicos y privados en que la presente o use, correspondiendo personalmente su custodia y conservación. No puede ser privado de ella ni siquiera temporalmente”.

4.4.1.3. Código Niño, Niña Y Adolescente

El Código niño, niña y Adolescente (1999), en su Art. 96 y 97 reconoce el derecho al nombre y la nacionalidad del niño (a) y adolescente así como la obligación de su inscripción en el Registro Civil inmediatamente después de su nacimiento y a recibir el certificado correspondiente gratuitamente.

4.4.1.4. Ley 018

La Ley N° 018 del Órgano Electoral Plurinacional, de 16 de junio de 2010, mantiene como una de sus competencias la organización y administración del Servicio de Registro Cívico (SERECI) -que sustituye y sucede a la anterior Dirección General del Registro Civil- “como entidad pública bajo dependencia del Tribunal Supremo Electoral, para la organización y administración del registro de las personas naturales, en cuanto a nombres y apellidos, su estado civil, filiación, nacimiento, hechos vitales y defunción; así como el registro de electores para el ejercicio de los derechos civiles y políticos” (Art. 70 - I), que inicio sus actividades

el 15 de noviembre de 2010. Al efecto, esta norma legal dispone que “todos los bienes y activos del Registro Civil y del Padrón Electoral Biométrico serán transferidos a la nueva entidad. Del mismo modo, los recursos humanos serán contratados según la nueva estructura establecida para el Servicio de Registro Cívico” (Art. 70 - II).

Si bien la Ley define como fundación del SERECI el “establecer un sistema de registro biométrico para las personas naturales que garantice la confiabilidad, autenticidad y actualidad de los datos” (Art. 71), así como la Conformación de una Comisión Interinstitucional para que elabore un informe técnico documentado acerca de las condiciones institucionales, técnicas, financieras y administrativas para la emisión de un Documento Único de Identidad, este proceso ha ido cambiando de ruta.

El SERECÍ, cumpliendo el mandato de la Ley N° 018, procede a ejecutar el proceso de empadronamiento, tanto en su etapa permanente como masiva:

- Empadronamiento permanente, mediante la instalación en las oficinas de los Servicios de Registro Cívico Departamentales, unidades de empadronamiento destinados a realizar el registro y actualización de datos de ciudadanos en el Registro Electoral. Estas unidades de empadronamiento funcionan de manera efectiva hasta el inicio de la etapa masiva, previa al proceso electoral.
- Proceso de Empadronamiento Masivo, el proceso de registro masivo de ciudadanos se ejecuta mediante la puesta en marcha de 1.148 estaciones de empadronamiento distribuidas en los nueve departamentos (559 móviles y 589 fijas)

4.4.1.5. Ley N° 0145

La Ley N° 0145, de creación del Servicio General de Identificación Personal (SEGIP), de 27 de junio de 2011, como institución pública descentralizada, con

personalidad jurídica y patrimonio propio, bajo tuición del Ministerio de Gobierno, con jurisdicción y competencia en todo el territorio nacional para otorgar la Cédula de Identidad, así como para crear, administrar, controlar, mantener y precautelar el Registro Único de Identificación de las personas naturales.

Entre sus atribuciones, se le asigna establecer en coordinación con el Servicio de Registro Cívico – SERECI, un sistema de registro biométrico de las personas naturales que garantice la confiabilidad y autenticidad de los datos registrados de forma permanente; así como regular el uso, actualización, administración y almacenamiento del Registro Único de Identificación, que se constituye como un sistema que registra, almacena, procesa, actualiza y protege los datos de bolivianas, bolivianos, y de extranjeras, extranjeros radicados en Bolivia, bajo criterios y parámetros establecidos por el Servicio General de Identificación Personal.

El SEGIP ha aprobado un conjunto de normas administrativas para ordenar, uniformizar y simplificar los trámites relacionados a la cedula de identidad:

- RESOLUCIÓN SEGIP-DGE-No-095-2011, sobre Requisitos para la obtención de Cédulas de identidad.

- RESOLUCIÓN SEGIP-MAE-No-101-2011, Reglamento para el Saneamiento de Errores de Registro por Múltiple Asignación de un Mismo Número de Cédula de Identidad Personal.

- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº026/2012 (Multiplicidad)
- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº027/2012, Reglamento para la tramitación y solución de casos de homonimia.
- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº 104/2012, Reglamento de Reposición de Tarjetas de Identificación Personal.
- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº 155/2012, Complementa resolución administrativa SEGIP/DGE/Nº 095/2011 sobre requisitos para la obtención de cédula de identidad de menores de edad.

- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº 187/2012, Complementa y modifica reglamento de reposición de tarjetas de identificación personal.
- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº 238/2012, Aprueba el sistema de extranjería para la cédula de identidad de EXTRANJEROS- y su procedimiento
- RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº 241/2012, (Procedimiento para el saneamiento del registro de identidad para extranjeros por multiplicidad.
- RESOLUCION ADMINISTRATIVA SEGIP/DGE/Nº248/2012, Aprueba las nuevas características de la cédula de identidad de extranjero.

4.4.1.7. Ley 223

Mediante la Ley Nº 223 General de Trato Preferente para Personas con Discapacidad, del 2 de marzo de 2012, se establece que “toda persona con discapacidad grave y muy grave podrán acceder al beneficio de gratuidad en la emisión de certificados de nacimiento” (Art.41).

El SEGIP es financiado con recursos del gobierno central, mediante el Tesoro General del Estado y se instruye al Ministerio de Gobierno la transferencia a título gratuito el “Programa Cédula de Identidad Gratuita para todos los Bolivianos”, con todos sus activos tangibles e intangibles, pasivos y personal previa evaluación.

Así, si bien se mantiene el sistema “bicéfalo”, la nueva norma intenta adelantar la cooperación y coordinación entre el Servicio de Registro Cívico – SERECI y el Servicio General de Identificación Personal –SEGIP, en la contrastación con la base de datos del Servicio de Registro Cívico y el Padrón Biométrico. Así, aunque se está avanzando en el Registro Único de identidad, se ha postergado y paralizado la posibilidad de concretar el Documento Único de Identidad.

V. MARCO TEORICO

5.1. Definición de comunicación

Debemos afirmar que la comunicación es el fenómeno más efectivo que marca al ser humano y lo diferencia de todos los seres vivos. La comunicación ha contribuido a que la humanidad construya su conciencia y su cultura.

“Así pues, la comunicación es un hecho capital de la existencia humana y del proceso social. Abarca los diferentes modos de los cuales una persona influye en otra y es influida por ella. El modo puede ser directo, como cuando un maestro habla con su estudiante, o indirecto, por ejemplo una estación transmisora o el redoble de un tambor, ambos llevando cierto mensaje. La comunicación es el mensajero del progreso social, hace posible la interacción en el seno de la humanidad y hace que el hombre sea y siga siendo un ser social”⁵

Según Idalberto Chiavenato, comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social. La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar⁶.

5.2. Definición de comunicación alternativa

El ámbito de la comunicación alternativa agrupa a los diversos modos de discurso presentes en la esfera pública que no forman parte de la esfera burguesa -a la que se oponen y de la que a menudo son excluidas-, sino que configuran más bien un espacio “plebeyo”⁷, en el cual se expresan los deseos de todos aquellos sujetos y

⁵ Daule Antonio, Comunicación Información, Perspectivas Teóricas. Edit. Trillas México, Pág. 11

⁶ Del libro: «Introducción a la Teoría General de la Administración», Séptima Edición, de Chiavenato Idalberto, McGraw-Hill Interamericana, 2006, Pág. 110.

⁷ HABERMAS, Jürgen. Historia y Crítica de la Opinión Pública. Ed. Gustavo Gili, México, 2002.

colectivos que, por razones de clase, etnia o género, entre otras, no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante.

Rastrear sus orígenes nos lleva a reconocer diversas formas de expresión en Europa, al menos desde el siglo XVII, que indican que la lucha por hacerse ver y oír o por acceder y apropiarse de medios por parte de grupos y colectivos históricamente excluidos no es en absoluto un aspecto periférico de la modernidad. “Mientras que en la esfera pública burguesa se manifiestan los intereses del binomio estatal–comercial, la comunicación alternativa, y los circuitos que ella genera para su distribución y reconocimiento, se mueven en el rango de la sociabilidad de base, reductos en los cuales se procura el desarrollo de opiniones independientes de este binomio y de sus intereses”⁸

Dicho esto, la teoría de la comunicación alternativa es el ámbito de estudio orientado a investigar, teorizar y planear estrategias a partir de este tipo de experiencias comunicativas, incluyendo expresiones en soportes mediáticos diversos -prensa, radio, televisión, Internet- así como en otras vías de expresión cultural: artes plásticas, música, teatro, cómic, etc.

Al establecer una distinción de carácter geográfico, es posible señalar que el campo teórico de la comunicación alternativa se ha emparentado con distintos paradigmas presentes en el ámbito las teorías de la comunicación, entre los principales: la economía política de la comunicación, los estudios culturales o la tradición de la comunicación para el desarrollo.

La economía política “es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y

⁸ SÁEZ BAEZA, Chiara. Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela. Tesis doctoral (2008). Disponible en: [<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1021109-003052/>], consultado el 30/03/13].

consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación”⁹ (Mosco, 2006, p. 59). Esta perspectiva se caracteriza por haber desarrollado un vasto conocimiento sobre el sistema comunicativo en tanto que “totalidad social”, desde una perspectiva materialista histórica, y con especial atención a los procesos de mercantilización, estructuración y especialización del mundo globalizado y de las estructuras de poder mediático de transnacionales y estados.

La comunicación alternativa surge de la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno, y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder.

Sin embargo, la comunicación alternativa también se puede generar en sistemas igualitarios, es decir, en aquellos sistemas del pasado en los que el control de los canales de comunicación no se daba en extremo, pero que sin embargo, tampoco planteaba todos los puntos de vista surgidos en la sociedad. En aquellas sociedades igualitarias algunas visiones individuales eran omitidas, pero probablemente tal omisión se debía a una censura en menor grado de la que observamos en los actuales sistemas dominantes.¹⁰

Lewis sostiene (1995:12) que la comunicación alternativa, “es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados. En esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y a sus implicaciones sociales”¹¹. Lewis retoma el informe de la UNESCO sobre la

⁹ MOSCO, Vincent (2006) “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 206, México, 11, pp. 57-79. Disponible en [<http://revistas.ucm.es/portal/modulos.php?name=Revistas2&id=CIYC>, consultado el 27/12/11].

¹⁰ Ibidem, Pág. 61.

¹¹ LEWIS P. (1995) Medios de Comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local. Francia: UNESCO, Pág. 12.

comunicación en el mundo para reafirmar lo siguiente: “La comunicación alternativa se refiere a estructuras y tradiciones que se establecen como suplemento de la tradición principal debido a que ésta última no satisface plenamente las necesidades de comunicación de ciertos grupos”.

Entonces, los medios alternativos se plantean como todos aquellos medios que están en oposición o alternativa a los medios masivos que son ampliamente consumidos y con un acceso mayoritario. En algunos casos se trata de medios que ofrecen servicio a comunidades o grupos que quedan al margen de los medios establecidos, y que buscan un cambio social. Por lo regular buscan cumplir con las siguientes características:¹²

- Propósito: Razón de ser. Los medios alternativos nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que los interesados pueden manifestarse ya sea virtual o físicamente.
- Objetivo: Impulsar la concientización social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. En la actualidad enfrentan al capitalismo y al neoliberalismo ideológica y culturalmente.
- Mensaje: El mensaje alternativo difiere en forma y contenido al elaborado por los medios tradicionales, ya que encierra la mirada de individuos ajenos a los grupos de poder. En él se busca exponer la realidad social, olvidándose de los beneficios económicos que por lo regular buscan los mensajes de los medios tradicionales.
- Organización: Cuentan con una organización en la que los interesados pueden participar, se podría decir que tal organización es mas horizontal y democrática que la de los medios tradicionales. Todos los individuos

¹² CORRALES G., Fernanda y HERNÁNDEZ F., Hilda G. La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. Revista Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx, 2009, México.

interesados pueden participar en su producción, control y distribución, olvidando las limitantes profesionales que suelen regular a los medios tradicionales.

- **Enfoque:** Su enfoque puede ir de lo local a lo global, dependiendo del contenido que este exponga. Muchas veces los medios alternativos surgen de la necesidad de expresar una realidad social específica y local, pero con el paso del tiempo son capaces de evolucionar a expresiones más globales, las cuales encierren causas más generales, como la lucha contra el neoliberalismo. El enfoque, da fuerza al vínculo entre medio y ciudadano, por lo que la relación con sus consumidores difiere de la relación que los medios tradicionales tienen con su audiencia. En los medios alternativos los consumidores participan y ayudan a definir las necesidades y objetivos del mismo.
- **Financiamiento:** Los medios alternativos cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las cuales pueden ser propias, de fundaciones o autogestivas, pero muy pocas veces ligados al estado o la publicidad. Los medios alternos no tienen fines comerciales.
- **Audiencia:** La audiencia de estos medios tiene la ventaja de poder participar en la producción, es por ello que los consumidores pasan de pasivos a activos, y surge, a decir de Alvin Toffler: el prosumidor. (Islas. 2008). Prosumidor: Consumidor que asume simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La audiencia de los medios alternativos tiene la opción de convertirse en una audiencia movilizada, inserta en una relación horizontal y continua con los medios. El tamaño de la audiencia de los medios alternos varía, puede ir de lo local a lo global, y no necesariamente es minoría, gracias a las nuevas tecnologías los medios alternos pueden llegar, cada vez más, a un mayor público.¹³

¹³ ISLAS, O. El papel de los prosumidores. Revista Mexicana de Comunicación. 2008. N° 110, págs. 34 – 36.

5.3. El proceso de comunicación

Se considera a la comunicación como transmisión de mensajes: le interesan la codificación y como los transmisores usan los canales y los medios de comunicación: se preocupa por la eficiencia y la exactitud de la comunicación, y cree que esta es un proceso por el cual una persona influye en el comportamiento o estado mental de otra.

Para fines de estudio y análisis, todo proceso se da dentro de un sistema y este se caracteriza por construir una unidad dentro de la cual opera el principio de la “sinergia” según el cual todo es mayor a la suma de las partes.

Se considera a la comunicación como un proceso, que fluye como una corriente a través del tiempo, sin principio ni fin, sin poder dividir sus partes en elementos constitutivos independientes. Un proceso jamás empieza ni termina, ya que existiría algo que continuara y que lo determinara.

En el acontecer diario, se tienen diferentes formas de comunicación entre los individuos, como cuando una persona necesita asistencia médica, o cuando una superior requiere dar instrucciones a los subordinados, o cuando se trata de persuadir a los lectores a través de un periódico, en todas las anteriores situaciones se tiene el mismo proceso de comunicación, lo que puede llevar a inferir, que en su generalidad todos somos individuos tratan de comunicar “algo en común” con alguien, pero a la vez quieren que ese “alguien” comprenda lo que se trata de comunicar, es decir que exista retro alimentación por parte del receptor.

Como el proceso es el mismo en toda forma de comunicación, en este requiere por lo menos de tres elementos: la fuente o emisor, el mensaje y receptor. Donde la fuente puede ser cualquier individuo que habla, escribe o dibuja, el mensaje se puede presentar mediante símbolos, números, dibujos, escritos y acciones y el receptor puede ser también cualquier individuo que escucha, lee u observa.

Se coinciden entonces, con la afirmación que hacen Muriel y Rota “en que la comunicación es el proceso mediante el cual un mensaje es transmitido de una fuente a un receptor a su vez da respuesta mediante la retroalimentación.”¹⁴

5.4. Elementos del proceso de comunicación

Existe una serie de elementos necesarios para que se lleve a cabo la comunicación. Si uno de ellos no aparece, se impide la comunicación o se dificulta. Según Cardona, los elementos del proceso de comunicación son el emisor, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor.¹⁵

5.4.1. Emisor

Es la fuente de información es quien inicia la comunicación hablando, escribiendo, dibujando o actuando. Es el que lo codifica. Emisor virtual (transmisor): no codifica el mensaje, sólo lo transmite. Este tipo de emisor aparece con mucha frecuencia en la publicidad (personaje famoso).

Según Arias, el emisor debe tener en cuenta estos detalles:¹⁶

- Presentar el contenido informativo en la forma más real posible.
- Debe poseer habilidades, recursos culturales.

5.4.2. Mensaje

“Es aquello que se comunica, es el contenido de la comunicación, donde se define lo que se quiere decir a través de símbolos que tienen un significado, el que debe ser compartido por el receptor y el emisor.”¹⁷

¹⁴ MURIEL, María Luisa y ROTA Gilda. Comunicación Institucional Enfoque de Relaciones Publicas, Editorial Andina, Quito – Ecuador, 1988, Pág. 196.

¹⁵ CARDONA, Marcelo. Comunicación y Lenguaje, Ed. Prentice Hall – Hispanoamericana, Barcelona, 2002, Pág. 78.

¹⁶ ARIAS GALICIA, Fernando. Capacitación para la Competitividad y la Colaboración, Pub. Asociación Mexicana de Capacitación, México, 1994, Pág. 388.

El mensaje debe poseer una serie de requisitos para que no se deformen como la claridad, la credibilidad, la utilidad, continuidad y consistencia. Con estos pre-requisitos cumplidos se lograra una comprensión del mensaje de parte del receptor.

5.4.3. Medio o canal

“Es el conducto por el que fluye el mensaje del emisor al receptor, este canal está representado en la organización por los canales formales e informales con los que se comunican con sus empleados. Estos medios pueden ser el teléfono, memorándums, conferencias, periódicos murales, etc.”¹⁸

5.4.4. Receptor

El receptor del mensaje “es el que recibe el mensaje leyéndolo, escuchándolo u observándolo, es decir el que capta la información transmitida y le da un significado al mensaje.”¹⁹

5.4.5. Codificador

El código es sistema de signos regidos por unas reglas compartidas por el emisor y el receptor. Por ejemplo: lengua castellana, señales de tráfico, código morse. El codificador es la persona que reexpresa el mensaje en el código, empleando los instrumentos o reglas que rigen el entorno de la comunicación.²⁰

¹⁷ CARDONA, Marcelo. Op. Cot., Pág. 78.

¹⁸ Ibidem, Pág. 82.

¹⁹ Ibidem, Pág. 83.

²⁰ Ibidem, Pág. 84.

5.5. Definición de medios alternativos

Un medio Alternativo de Comunicación es “una fuente de información independiente, que no hace parte de una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas.”²¹

Yeudiel, coincide con esta concepción y añade: “un medio Alternativo de Comunicación es una fuente de información independiente y que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan independientemente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.”²²

La denominación de medio alternativo de información empezó a usarse a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, para referirse a las webs informativas de periodistas independientes que comunicaban de una forma distinta las noticias que se publicaban en los grandes medios masivos de información.

En principio los medios alternativos no eran accesibles a la mayoría del público, pero a medida que se van desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos y su masificación, los medios alternativos empezaron a contar con un creciente número de espectadores. Lo que ha hecho que estos medios de comunicación puedan darle la oportunidad a las comunidades de resolver sus problemas y hacerse conocer más al resto de las personas.²³

²¹ Tangarife, Daniel E. Medios de Comunicación alternativos, 2013. Disponible en: <https://prezi.com/ufbhdvyzbj/medios-de-comunicacion-alternativos/?webgl=0>, consultado en fecha: 24/04/2017.

²² YEUDIÉL, David. Medios alternativos de comunicación, 2009. Disponible en: <http://dyeuds.blogspot.com/2009/03/medios-alternativos-de-comunicacion.html> , consultado en fecha 24/04/2017.

²³ Ibidem.

Los medios Alternativos son medios de comunicación no centrados en la dinámica empresarial, no centrados en el espectáculo de la vida sino en la vida misma, en la lucha de la vida. La única manera de lograr esto es permitir, como lo manifestara el Informe MacBride, que “los miembros de la sociedad y los grupos sociales organizados puedan expresar su opinión.” O sea: reemplazar el espectáculo, la representación de los hechos por la palabra de los actores mismos de los hechos. Eso son los medios alternativos de comunicación: instrumentos que sirven para darle voz a los sin voz. los medios de comunicación que se pretenden alternativos son más que acompañantes: están llamados a ser parte importantísima de la lucha por otro mundo.²⁴

5.5.1. Cartillas

Desde un punto de vista de los **medios alternativos** son formas de comunicación que llegan a una gran variedad de público, utilizando para esto medios poco tradicionales. Son alternativas a los medios masivos de comunicación como la radio, televisión, prensa, que no están al alcance por el nivel técnico y económico que se necesita para desarrollarlos.²⁵

De esta forma se presenta una mayor facilidad de apropiación convirtiéndolo en un canal de comunicación efectivo entre grupos utilizando estas mismas herramientas. Algunos ejemplos son: carteleras, cartillas, volantes, cartas, fax, e-mail, etc.²⁶

La cartilla es considerada una “herramienta de comunicación que se considera sumamente útil para la generación de contenidos propios desde las

²⁴ Ibidem.

²⁵ <http://www.tiposde.com/sociedad/medioscomunicacion/mediosalternativos.html>, consultado en fecha 24/04/2017.

²⁶ Ibidem.

organizaciones, la sistematización de prácticas y su traducción en propuestas comunicacionales idóneas para formar y promover la reflexión.”²⁷

Las características de las cartillas como medio de comunicación, son las siguientes:²⁸

1. La cartilla tiene un parecido de familia con un manual o una guía. Es más sintética, contundente y menos abarcativa que un manual; más didáctica y menos inductiva que una guía. También es cercana al concepto de revista, tanto por diseño y lógica visual como por la forma de organizar, secuencializar, articular, jerarquizar los contenidos y las imágenes.
2. En relación a otros materiales, la cartilla implica algo más parecido a la producción editorial. Supone tener en claro un sumario y un plan de producción. Es también una iniciativa que da más lugar al trabajo en equipo y colaborativo. Para el desarrollo de la pieza gráfica viene bien recurrir a software específico para maquetación y diagramación (Quark Xpress, Adobe Indesign, Adobe Pagemaker, Scribus) que permite un mejor manejo de páginas, cuerpo de texto, titulación, estilos de texto y párrafo, secciones y otros elementos propios del diseño editorial.
3. Supone un tipo de abordaje diferente y más complejo en términos de desarrollo, despliegue y “despegue” de contenidos y diseños. Así, la idea que en un afiche o en un folleto está sintetizada o, también, sugerida, la cartilla la desarrolla en clave explícitamente pedagógica.
4. El tipo de cartilla que se propone desde un enfoque de comunicación para el desarrollo y, como *comunicación como tarea*, es un material pedagógico, que tiene objetivos más ambiciosos que otros materiales (diferente a otros materiales educativos como puede ser un afiche callejero e incluso de otros tipos de cartillas, como la famosa cartilla médica de las obras sociales). Así como el objetivo de un afiche es la interpelación inmediata y el impacto, el de un folleto es informar, la cartilla

²⁷ GENEOS. El cajón de herramientas. Las cartillas pedagógicas. 2009. Disponible en: <http://cajondeherramientas.com.ar/index.php/2015/06/02/cartillas-pedagogicas/>, en 24/04/2017.

²⁸ Ibidem.

para la comunicación pedagógica y política se propone formar y promover la reflexión. O, al menos, ser una mediación, una herramienta, para un proceso pedagógico más amplio.

5. Como mediación y ayuda a la posibilidad de una reflexión, la cartilla aporta realmente a la concreción de consecuencias pedagógicas cuando busca generar preguntas más que dar respuestas. Es importante no intentar agotar un tema o su abordaje en un material. La cartilla será una provocación para preguntas cada vez más profundas y más colectivas.
6. Es muy común que se hable (no solo en el caso de las cartillas) de materiales de “concientización”. El mayor desafío no es “generar conciencia” si no desarrollar procesos habilitantes para la acción y el compromiso con lo colectivo. Muchas veces, en nombre de la “concientización” se reproduce el esquema de transmisión de información que tanto se critica desde la comunicación y la educación popular.
7. La cartilla puede ofrecer un recorrido inductivo (de lo particular a lo general) o deductivo (de lo general a lo particular). Pero su mayor desafío es generar condiciones para el pensamiento abductivo, para invitar a los lectores a construir sus propias conjeturas respecto al sentido de las cosas, los elementos de análisis y sus criterios de acción. Siempre hay un riesgo catequético en las cartillas pedagógicas que debemos evitar.
8. En ámbitos educativos, muchas veces se hace énfasis en “partir de la realidad” de los sujetos con los que se trabaja. La cartilla tiene el desafío de partir de la realidad (las problemáticas, las ideas operantes, los lenguajes, las sensibilidades), pero sin olvidar que, justamente, la realidad de los interlocutores debe ser el punto de partida, pero no el de llegada. Partimos de la realidad concreta no para volver a ella si no para ponerla en cuestión y para desnaturalizarla. Partimos de la realidad para volver a **lo real**.
9. Es importante que la cartilla tenga un planteo y un lenguaje bien concretos. Sin embargo, esto no significa desdeñar la abstracción y el pensamiento analítico del cual todos somos capaces. El esfuerzo del

material didáctico no es de “bajar a lo concreto” o “bajar a la realidad”. Todo lo contrario: se trata de la bella y difícil tarea de **ascenso a lo real-concreto**.

10. La cartilla articula espacio y tiempo. La comunicación visual implica una secuencia temporal posible (o varias) que invita a una reflexión. Los caminos son muchos. Una buena forma de organizar la secuencia, es ir de lo simple a lo complejo. O, mejor: sentar al comienzo las bases y los puntos de referencia para poder adentrarse en cada vez en una mayor complejidad.
11. La cartilla implica una estructura y una secuencia lógica. Una introducción, un desarrollo (o varios desarrollos), un cierre. Tiene bloques y puede tener también secciones. Puede verse como un recorrido que debe tener ritmo y equilibrio. Es muy importante sostener la interpelación al lector en todo momento.
12. El lenguaje y los elementos gráficos ocupan un lugar central en la propuesta pedagógica. Diseño y redacción tienen que ser considerados de manera conjunta. Diferentes modos de visualizar y graficar una información o un planteo implican diferentes impactos pedagógicos.
13. Como todo material pedagógico, el interlocutor (más que lector, algo menos que “el público”) tienen un lugar central. Lenguaje, código, metáforas, juegos, temas, preguntas, propuestas deben estar siempre ligados con la identidad, la cultura y las capacidades de aquellos para quienes está pensado el material.
14. Humor e historieta, así como la infografía, son elementos claves que potencian el contenido de una cartilla y permiten interpelar desde la intuición, la síntesis y la construcción abierta de sentido.
15. Es importante tratar al interlocutor de manera adulta y a la altura de sus deseos y expectativas. También comprender que simple no significa menos complejo. Y que la complejidad es algo muy valorado por aquellos a los que dirigimos los materiales (por supuesto, hay distintos niveles) Hay una tendencia muy instalada, con larga historia entre nosotros, es la de

infantilizar al público de los materiales de educación popular (tanto con el uso que se hace del recurso de la historieta y el dibujo como en la forma de redactar los textos)

16. El lenguaje debe ser claro y con mirada del público. Incluso –y sobre todo– si se trata de una cartilla orientada a cuestiones técnicas específicas. Si hacemos, por ejemplo, una cartilla sobre la importancia de la distribución de la riqueza, a menos que se dirija un equipo de economistas, tendremos que buscar la manera de “abrir” el lenguaje técnico y no dar por supuestos términos, informaciones y conceptos. Ver también que los comunicadores y trabajadores sociales, grupos sociales, culturales, comunitarios, políticos tenemos también nuestras jergas que debemos abrir e interrogar.
17. Tanto en lo escrito como en lo visual (lenguaje gráfico, imágenes, formas, colores) tenemos el desafío de plasmar un lenguaje **directo, despojado y dinámico** que sea, al mismo tiempo, **firme, sólido y consistente**.
18. Conviene usar cuadros, letreros y destacados para no acabar teniendo textos “planos”. Tiene que ver con un trabajo de jerarquización de textos. La titulación y los *intertítulos* ocupan también un lugar central en la construcción de sentido más inmediata y en el sostenimiento de un ritmo y una dinámica de interlocución. Títulos y destacados no siempre tiene que “reflejar” o resumir el contenido del cuerpo de texto general: a veces lo transforman y le dan nuevo sentido según cómo y desde donde nombren. (Acá una precaución: Tendemos a destacar y a jerarquizar con afirmaciones tajantes que muchas veces cierran más de lo que abren y no ayudan a pensar. El trabajo de destacado y jerarquización debe ir de la mano con el objetivo de abrir interrogantes más allá de la lectura del material.)
19. El manejo y la presentación de ejemplos, tanto a nivel del texto como de imágenes, es muy importante para el propósito pedagógico. Para ello debemos tener una definición clara del público y de la estrategia de circulación del material.

20. Es muy bueno incluir explícitamente elementos, secciones o apartados **metodológicos** que hagan aportes en relación a cómo trabajar colectiva y pedagógicamente los temas de la cartilla. Desde posibles consignas de trabajo grupal hasta propuestas de esquemas de comprensión y preguntas de profundización.

5.5.2. Volantes

El volante es un material pequeño cuando es utilizado con el objetivo de motivación, presenta normalmente un texto corto como soporte de una imagen, pero en el caso de ser material de información el texto puede llegar a ser más extenso aunque es recomendable no saturar la lámina con texto.

5.5.3. Afiches

El afiche utiliza principalmente imágenes para transmitir un mensaje. El texto de soporte debe ser conciso, En el caso de ser usado como información de algún evento es necesario que presente detalles como:

¿Qué es el evento? ¿Cómo se llama? ¿Cuándo y dónde se desarrollara? ¿A qué hora? y ¿Quiénes están encargados de realizarlos?

5.5.4 Trípticos

En un folleto de tres caras y síes planas: portada especie de caratula, interior y contraportada donde van los logotipos y datos de la institución u otro contacto. Las imágenes deben ir acompañadas de texto, evitando así el uso de párrafos extensos e ideas complejas

5.6. Definición de comunicación participativa

Al analizar el concepto de Comunicación Participativa, es posible encontrarse con ciertas dificultades para asirme de su intencionalidad, quizá como consecuencia

de una grata conversación realizada con el profesor e investigador venezolano, Daniel Hernández, especialista en comunicación, ya que este interpretaba este término como una tautología, léase, una repetición innecesaria, ya que la comunicación en sí comprende participación.²⁹

Sin embargo, este razonamiento tan evidente, quizás no encierra la connotación comunitaria que si encierra el desarrollo de este concepto. En este análisis, y dentro de este marco referencial que he explicitado, se debe realizar una aproximación a la comunicación, como concepto y como práctica cotidiana, que permita, navegar por el encuentro de lo teórico y vivencial de la comunicación actual en nuestros días, observando así como lo político a partir de distintas perspectivas del poder, puede influir en la generación de mayor participación a partir de una disminución en la calidad de la comunicación expresada por los mass media.³⁰

5.6.1. De Berlo a Kaplun, cómo ver la comunicación

Al abordar el concepto de comunicación, se puede diferenciar por lo menos dos posibilidades de aproximación, una basada en criterios conductuales y otra que podríamos llamar humanista, quiero dejar expresado el hecho de que estas categorías, más allá de su connotación ideológica o paradigmática, en realidad servirán para ubicar referencialmente elementos que expresan la intencionalidad con la cual se expresan, y me permitirá asumir una postura crítica en relación con una de estas visiones.

Para este ejercicio David K. Berlo, permitirá ilustrar la manera más refinada que desde lo conceptual se puede presentar el criterio conductual de la comunicación. Esto lo podemos afirmar ya que él mismo, en su libro “El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica” (1969), introduce en el

²⁹ EVANS, Nicmet. La comunicación participativa como respuesta política a la praxis comunicacional Mass mediática. Revista Aporrea, México, 27/07/2005.

³⁰ Ibidem.

modelo de comunicación por propuesto por él, asumiendo que para su desarrollo... “he tratado de armonizar con las teorías y las investigaciones corrientes de las ciencias de la conducta.”³¹, afirmación que determina un espacio lo suficientemente claro de la linealidad de su propuesta y los criterios causales que generan los fenómenos de la comunicación.

La vía conductual establecida para la comprensión de lo comunicacional ha servido, por lo general, para legitimar el proceso que encierra el modelo criticado por Freire, y que frecuentemente cita Kaplun, llamado “bancario” de la comunicación y la educación, este modelo implica asumir que existe quien posee el conocimiento y quien no lo posee, y la transferencia del mismo se realiza a través de un depósito del conocimiento de quien lo posee a quien no. E incluso, haciendo un ejercicio de actualización del modelo, podríamos decir que la vía conductual legitima la educación bancaria tantas veces impugnada por Paulo Freire, solo que ahora en su moderna versión de cajero automático, cuando hablamos de educación tecnológica o virtual.³²

Esta ha sido, por décadas, la manera que ha servido para conducir las políticas comunicacionales y educativas que han sustentado los modelos de desarrollo impuestos o creados por los políticos y pensadores latinoamericanos, y que ha generado el fracaso del autoreconocimiento y del reconocimiento del otro en nuestros pueblos y ha permitido la transferencia cultural legitimada por la diferencia de “los desarrollados” y los “subdesarrollados”.

El otro modelo educativo/comunicacional es el que pone como base del proceso de enseñanza/aprendizaje la participación activa de los educandos/comunicados; que los considera como sujetos de la educación/comunicación y ya no como objetos-receptáculos; y plantea la comunicación como un proceso activo de construcción y de re-creación del conocimiento. Para esta concepción, toda

³¹ Berlo, David K. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica, Ed. Díaz de Santos, México, 1960, P{ag. 19.

³² Evans, Nicmet. Op. Cit.

comunicación es un producto social; el resultado según Kaplun, es de un aprender de los otros y con los otros. Educarse/comunicarse es involucrarse en una múltiple red social de interacciones.³³

Este modelo asume la comunicación, entendida y definida como diálogo e intercambio en un espacio en el cual, en lugar de locutores y oyentes, instaure interlocutores.

Contraponiendo estos dos modelos y analizando el conductual, matizado por parafernalias tecnológicas que parecieran genera una mayor proximidad entre los interlocutores a través de artificios mediáticos, corremos el riesgo presentado por Antonio Pasquali en “Comunicación y cultura de masas”

“Cuando la desproporción entre agentes transmisores y receptores aumenta hasta atrofiar la bilateralidad de la auténtica intercomunicación; cuando el grupo de transmisión profesionaliza y acapara el papel de informador, en relación irreversible, mengua la fuerza expansiva y autocreadora del saber, quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en élite y una muchedumbre indiferenciada de receptores, convertida en masa.”³⁴

5.6.2. La participación, la comunicación y lo político

Según Euclides Sánchez, “al tratar de abordar el tema de la participación afirma que, debido a la pluralidad de significados que implica el concepto de participación, parece más conveniente hablar de una “idea” de participación. Es indudable que a partir de las distintas construcciones que se efectúan diariamente sobre el concepto, debemos entenderlo como dinámico y en proceso, es por ello

³³ Ibidem.

³⁴ PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Ed. Mediática, México, 1990, Pág. 107.

que comparto esta noción de manejar el t3pico a partir de una idea que est3 en constante transformaci3n.”³⁵

Para S3nchez (2000), la participaci3n es influir en los procesos de toma de decisiones que de alguna manera se vinculan con los intereses de los participantes. Por otra parte el autor afirma que la participaci3n posee objetivos colectivos a trav3s de un proceso social, organizado de distintas formas. Si tomamos en cuenta estos tres elementos: a.- influir en la toma de decisiones, b.- objetivo colectivo y con c. ciertas formas de organizaci3n, estamos ante la presencia de un fen3meno pol3tico, por lo que se podr3a afirmar que la participaci3n en cualquier 3mbito es pol3tica.

La afirmaci3n anterior no pretende ser reduccionista, sino, por el contrario ubicar en un plano espec3fico el 3mbito de acci3n e impacto de la participaci3n de cualquier ciudadano. Para S3nchez, adem3s,

“La participaci3n, tambi3n ..., es un acto voluntario, lo cual posiblemente expresa la toma de conciencia de los sujetos acerca del valor de las acciones participativas, por tanto de la necesidad de solidarizarse con sus pares. No obstante, se aspira que tal discernimiento se generalice de modo que todos los miembros del grupo se involucren. En este sentido, la participaci3n es adicionalmente, un proceso inclusivo.”³⁶

Es por todo esto que compartimos la posici3n de S3nchez (2000) cuando afirma que, “...las tres formas de participaci3n³ son participaci3n pol3tica, en la medida que se entiende pol3tico, como relacionado con la manera como se concibe la sociedad, los seres sociales y las relaciones entre ellos, en otras palabras, con los valores que se formulen y con los procedimientos que se adopten para su

³⁵ S3nchez, Euclides. Todos con la Esperanza, Continuidad de la participaci3n comunitaria, Ed. Grijalbo, Barcelona, 2000, P3g. 75.

³⁶ Ibidem, P3g. 40.

aceptación.”³⁷

Es por ello que el auge del concepto de participación en las últimas tres décadas esta mediada por el debilitamiento del Estado en la satisfacción de necesidades ciudadanas, lo que genera la necesidad de la movilización del colectivo al resguardo de su bienestar. Otra versión podría señalar que el surgimiento de la participación radica en la concreción del Estado idóneo para la apertura de espacios producto del incremento de conciencia ciudadana, lo que permite a los ciudadanos entender que el Estado no debe ser un ente paternalista sino, por el contrario un ente supervisor y estimulador de la participación.

Esto implica concebir lo político no solo desde la perspectiva tradicional sobre la que se invoca su análisis, léase por ejemplo la perspectiva Foucaultiana expresada en la “La microfísica del poder”, donde dice: “el poder no es un fenómeno de dominación masiva y homogénea de un individuo sobre los otros, de un grupo sobre otros, de una clase sobre otras; el poder contemplado desde cerca no es algo dividido entre quienes lo poseen y los que no lo tienen y lo soportan. El poder tiene que ser analizado como algo que no funciona sino en cadena. No está nunca localizado aquí o allá, no está nunca en manos de algunos. El poder funciona, se ejercita a través de una organización reticular. Y en sus redes circulan los individuos quienes están siempre en situaciones de sufrir o ejercitar ese poder, no son nunca el blanco inerte o consistente del poder ni son siempre los elementos de conexión. El poder transita transversalmente, no está quieto en los individuos.”³⁸

Aquí Foucault, aun a pesar de que hace un aporte importante en develar como el poder, no tiene un solo centro, sin embargo reafirma el ejercicio de la dominación en el tipo de relación observada. Creo que ver al poder desde otra perspectiva, como un ejercicio transformador y constructivo, a partir de su colectivización por

³⁷ Ibidem, Pág. 37.

³⁸ FOUCAULT, Louis. Microfísica del Poder, Ed. FCE, México, 2007.

medio de la democracia participativa y protagónica, podría ir en consonancia con el modelo de comunicación donde los sujetos de la comunicación son interlocutores, sustituyendo esa imagen pasiva del receptor de los modelos tradicionales.³⁹

Sin embargo, no solo la transversalidad de lo político en los fenómenos de la participación pareciera ser un elemento importante para su comprensión, es interesante resaltar como los distintos modelos de comunicación implican una serie de relaciones entre diversos actores, que se vinculan con el objetivo de influir en los procesos de toma de decisiones que de alguna manera se enlazar con los intereses de los participantes, por lo que encontramos que siendo la participación un fenómeno político no es menos cierto que la comunicación siendo un proceso de enseñanza/aprendizaje donde la participación activa de los comunicados; los hace ser sujetos de la comunicación y ya no como objetos-receptáculos; planteando la comunicación como un proceso activo de construcción y de recreación del conocimiento, lo que implica la necesidad de asumir la comunicación como un fenómeno participativo activo, y no bajo una concepción de participación pasiva, o impuesta.

³⁹ Ibidem.

5.6.3. La praxis comunicacional mass mediática y la participación comunitaria

Sin embargo, a pesar de todo lo antes expresado, al analizar la realidad de la praxis comunicacional en los medios tanto nacionales como internacionales, observamos que se asume un modelo bancario en el ejercicio comunicativo, que los medios se convierten en agentes que obstaculizan la participación, y vemos como el centro del poder gira en torno a lo que dicen los medios de comunicación y no lo que construye el ciudadano como tal.

Hasta 1998 era usual que los medios proclamaran formalmente la imparcialidad o la objetividad y que mostraran en la práctica alguna simpatía o parcialización por determinados actores políticos. A partir de ese año, ante la implosión de unos partidos tradicionales abandonados por el electorado, intentan sustituirlos asumiendo desembozadamente el papel de actores políticos. La autonomía de los comunicadores empleados en los medios se restringe cada vez más. Las informaciones son con frecuencia contradichas por los titulares que imponen los jefes de redacción; los colaboradores críticos son excluidos y los disidentes vetados. Arranca el proceso que para enero de 2003 acumula cerca de medio millar de comunicadores, artistas y columnistas despedidos de algunos medios, en la mayoría de los casos por razones de purga ideológica.⁴⁰

Este ejercicio comunicacional, que asume al ciudadano como receptor pasivo, que no pretende interlocutar, y que no asume la comunicación como medio de aprendizaje, sino, como de simple información, en muchos casos sin sentido, y que pretende hacer del ejercicio de la comunicación una relación comercial y de explotación del trabajo intelectual, perdiendo el sentido social inmerso en la acción comunicativa, lo que logra es generar resistencia social a la mediatización de los medios, generando una mayor participación y protagonismo de los ciudadanos ante el fenómeno comunicacional.

⁴⁰ EVANS, Nicmet. Op. Cit.

Llegado a este punto es necesario precisar el debate en torno a elementos tan complejos que hacen necesario diferenciar la comunicación desde una perspectiva tradicional, que pareciera no ser participativa, y como entonces al agregarle el término “participativa”, recobrar su valor primigenio, que consiste en la bidireccionalidad potencial y cinética de la comunicación, y como el ciudadano ante la imposición de la unidireccionalidad comunicacional de los medios tradicionales, genera alternativas mediáticas que permitan hacer ejercicio de la ciudadanía en el marco democrático en el que se desarrolla nuestro estado de derecho.⁴¹

La hegemonía temática, relacionada a vías facilistas para el sostenimiento del poder desde la perspectiva tradicional, han producido una reacción inesperado por estas élites mediáticas, blindada además con un armazón constitucional que no solo en el papel, sino en el ejercicio de la vida cotidiana encuentra la mejor expresión de la apropiación nómica, que permite generar, ante la imposición, un nuevo modelo comunicacional, que rebasa las barreras de lo hasta ahora estudiado, y legitima el poder popular, participativo y con responsabilidad que instaura la necesidad de revisar hasta donde los ciudadanos podrán convivir con medios que responden a cualquier interés menos el social.

5.7. Definición de Identidad

La identidad es sin duda uno de los derechos más importantes para el ser humano, ya que implica condicionamientos biológicos, sociales, ideológicos, religiosos pero el más importante es el biológico ya que permite descubrir la genética. “Identidad deriva del bajo latin “Identitas”, que su vez deriva del termino griego “tautotes”.⁴²

⁴¹ Ibidem.

⁴² www.monografias.com/trabajos46/dercho-identidad/11/10/09

5.8. Definición Derecho a la Identidad

.....”Es un conjunto de atributos, de calidades, tanto de carácter biológico como los referidos a la personalidad que permiten precisamente la individualización de un sujeto en sociedad; a partir de ello, establece que los derechos humanos fundamentalmente son inherentes a la naturaleza humana y catalogada al derecho a la identidad del menos como un interés jurídico superior que prevalece sobre los intereses jurídicos de otros – que pueden ser los padres, terceros o el Estado-. Esa superioridad fue instituida justamente a favor del desarrollo de la personalidad y protección a la dignidad del menor como ser humano.”⁴³

“.....el derecho a la identidad es el derecho a la conformación, preservación y proyección de la individualidad del ser humano en si mismo a partir de la complejidad de los elementos que configuran su ” yo” y que lo aproximan a su verdad individual. El derecho a la identidad personal se desagrega en la protección de una amplia gama de elementos que configuran el origen de un ser humano, abarcando el nombre, los dos apellidos, filiación, pertenencia a una familia, verdad biológica, genética, nacionalidad, idioma, costumbres cultura propia y todos los elementos que componen las características esenciales del ”ser en si mismo”⁴⁴

5.9. Definición de Comunidad

Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad

⁴³ ABUELAS DE PLAZA DE MAYO. Juventud e Identidad – 20 años de lucha, Tomo II, Edit. Espacio, Pág. 51.

⁴⁴ Certamen de ensayos sobre Derechos Humanos, Defensor del Pueblo 2003 Pag, 4

o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común; si bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

En términos de administración o de división territorial, una comunidad puede considerarse una entidad singular de población, una mancomunidad, un suburbio, etc.

En términos de trabajo, una comunidad es una empresa.

La participación y cooperación de sus miembros posibilitan la elección consciente de proyectos de transformación dirigidos a la solución gradual y progresiva de las contradicciones potenciadoras de su autodesarrollo.⁴⁵

5.10. Documentos de identidad

El documento de identidad, también conocido como Cédula de Identidad (CI), Cédula de Ciudadanía (CC), Tarjeta de Identidad (TI), Registro Civil (RC), Cédula de Extranjería (CE), Carné de Identidad (CI), Documento Nacional de Identidad (DNI), Documento Único de Identidad (DUI), identificación oficial o simplemente identificación (ID), dependiendo de las denominaciones utilizadas en cada país, “es un documento público que contiene datos de identificación personal, emitido por un empleado público con autoridad competente para permitir la identificación personal e inequívoca de los ciudadanos.”⁴⁶

5.10.1. Certificado de nacimiento

Es el **registro oficial** que certifica un determinado acontecimiento. La noción **de nacimiento**, por su parte, alude al acto y la consecuencia de nacer (verbo que puede referirse a surgir del vientre, de un huevo o una semilla).⁴⁷

5.10.2. Cédula

Según el Diccionario Larousse deriva del latín *schedula*, que significa escrito o documento.

⁴⁵ www.monografias.com/trabajos46/dercho-identidad/11/10/09

⁴⁶ https://es.wikipedia.org/wiki/Documento_de_identidad), consultado en fecha: 19/06/2017.

⁴⁷ *Ibidem*.

En América, es el documento de identidad.

5.10.3. Carnet

Carnet o Carné, tarjeta o documentación de identificación. La palabra carnet es más apropiada para portar una credencial de alguna entidad privada, pública o deportiva (p.e. carnet de salud, carnet del club X, o carnet de partidos políticos).

5.10.4 Cédula de identidad

La Cédula de Identidad Personal, es un documento público, personal e intransferible que legitima la autenticidad de la identidad de su titular en todos los actos jurídicos públicos y privados en que la presente o manifieste, haciendo fe de todos y cada uno de los datos que contenga. Goza de la protección que las leyes otorgan a los documentos de esta naturaleza. Este documento lo otorga el Estado Boliviano a todos los estantes y habitantes del país, a través de la Policía Nacional, mediante su servicio técnico especializado que es la Dirección Nacional de Identificación Personal.

5.10.5. Carnetización

El término correcto es cédula, en este caso, lo apropiado sería utilizar cedulación si queremos referirnos a una campaña para otorgar cédulas de identidad.

5.11. Identificación

- a) Según el Diccionario de la Lengua Española, es "acción de identificar".
- b) En el sentido específico, la Identificación Personal es el procedimiento técnico – científico por el cual se precisa de manera indubitable la personalidad de un individuo.
- c) Para Edmundo LOCARD, la Identificación Personal es la operación policial o médico-legal, mediante la cual se establece la personalidad de un individuo.
- d) Identificación es el método, sistema o mecanismo mediante el cual es posible establecer la igualdad o diferenciación de una persona ya filiada.

- e) Identificación es descubrir a un ser determinado este principio de invariabilidad, diferenciarlo y fijarlo de manera permanente para reconocerlo y confrontarlo en el momento que sea necesario.
- f) Identificación es el reconocimiento de todas aquellas peculiaridades especiales de una persona o cosa identificada.

5.12 Identificar

Según el Diccionario de la Lengua Española, significa "reconocer si una persona o cosa es la misma que se supone o se busca".

5.13. Identidad

- a) Según el Diccionario de la Lengua Española, la palabra Identidad deriva del latín IDENTITAS y su significado es "calidad de idéntico": "Hecho de ser una persona o cosa, la misma que se supone o se busca".
- b) El eminente jurisconsulto Dn. Luis Reyna Almandos dice: "Identidad es la condición de ser cada hombre igual a sí mismo y, en consecuencia, distinto e inconfundible a los demás".
- c) Don Antonio Herrero: "Identidad es la cualidad inherente a todo ser de permanecer sustancialmente semejante a si mismo y, a la vez, diferenciarse de los demás".
- d) Edmundo LOCARD dice: "identidad personal es el conjunto de caracteres por los cuales el individuo define su personalidad y se distingue de sus semejantes".
- e) Identidad es el conjunto de características y particularidades, de origen congénito o adquiridas, que hacen que una persona o cosa sea ella misma con prescindencia de toda otra de la misma especie.
- f) En general, es la suma de características o condiciones que distinguen a una persona de las demás; o, a una cosa, de otras de la misma naturaleza.

5.14. Idéntico

- a) En el Diccionario de la Lengua Española significa: "dícese de lo que en sustancia y accidentes es lo mismo que otra cosa que se compara".
- b) Como ejemplo podemos decir que el hecho de comparar dos fotografías, copias del mismo negativo, nos permite afirmar que una es idéntica a la otra. Del mismo modo, dos impresiones digitales tomadas de un mismo dedo, al ser comparadas nos determina que son idénticas, por tener el mismo origen.

5.15. Filiación

- a) Es la constancia de las características de una persona, animal o cosa, por medio del examen de dichas características.
- b) La filiación es el conocimiento de todos los datos y señas particulares.

La Identificación es el reconocimiento de dichas características; de lo que se desprende que la filiación es previa a la identificación.

El profesor Oloriz sostiene: "Si los hombres no pudieran reconocerse individualmente, vivirían sobre la tierra sin una verdadera asociación".

5.16. Clases de identificación

La identificación empírica, en la que hasta no hace mucho ha descansado la diferenciación humana, es la que se practica a cada instante. Por ejemplo, inconscientemente, al reconocer a una persona a quien hemos visto antes la comparamos con la imagen que de ella conservamos.

El ciudadano de nuestros tiempos necesita acreditar su personalidad, su estado civil, su profesión, etc., tanto dentro como fuera del país; por ello que el matrimonio, la paternidad, la propiedad privada, las obligaciones para con el Estado, los derechos civiles, toda la vida jurídica y social es un tejido de responsabilidades, deberes y derechos que se contraen y adquieren entre los

hombres y cuya efectividad requiere de un modo ineludible la individualización perfecta de la persona a quien afectan o corresponden.

En la actualidad y por el conocimiento que tenemos sobre identificación, podemos decir que utilizamos dos maneras de identificación:

5.16. 1. Identificación civil

Que se efectúa por medio de la individualización del nombre. Por ejemplo, Juan Pérez, José López, Antonio Rodríguez, etc.

5.16.2. Identificación natural

En el presente estudio es la más certera en lo que se refiere a la individualización por que se la realiza en base a la ciencia dactiloscópica - el estudio dactilar - que es natural y seguro.

5.17. Definición de nacionalidad

“La nacionalidad boliviana se adquiere por nacimiento o por naturaleza. Son bolivianas y bolivianos por nacimiento, las personas nacidas en el territorio boliviano, con excepción de las hijas y los hijos de personal extranjero en misión diplomática; y las personas nacidas en el extranjero de madre boliviana o de padre boliviano. NCPE TITULO 5 CAPITULO 1 ARTICULO 141

5.18. Definición de ciudadanía

“ I. Son ciudadanas y ciudadanos todos los bolivianas y todos los bolivianos, y ejercerán su ciudadanía a partir de los 18 años de edad, cualesquiera sen sus niveles de instrucción, ocupación o renta.

II. La ciudadanía consiste:

1. En concurrir como elector o elegible a la formación y al ejercicio de funciones en los órganos del poder público, y
 2. En el derecho a ejercer funciones públicas son otro requisito que la idoneidad salvo las excepciones establecidas en la ley.
- III. Los derechos de ciudadanía se suspenden por la causalidad y el forma prevista en el artículo 28 de esta constitución. NCPE TITULO 5 CAPITULO 2 ARTICULO 144

5.19. Definición de persona indocumentada

5.19.1. Indocumentación absoluta

Cuando la persona no ha sido inscrita en el registro de nacimiento y, por tanto, carece de Partida de Nacimiento y del Documento de Identidad que se expide en su país de origen.

5.19.2. Indocumentación relativa

La indocumentación relativa, refiere a la situación en la que la persona ha sido inscrita en el registro de nacimiento pero no ha concluido el circuito de la documentación, o habiéndolo hecho, su inscripción se tormo en inexistente.

5.20. Identidad legal

El concepto identidad legal implica el reconocimiento legal de la existencia de las personas por parte de los Estados. El registro de nacimientos, la expedición de un certificado o acta o partida de nacimiento y de un documento de identidad, son la prueba más visible del reconocimiento legal, por parte de un Estado, de la existencia del niño/a y/o de un adulto como miembros de la sociedad. La identidad legal otorga ciudadanía, constituyéndose en un derecho que habilita otros derechos (educación, salud, vivienda, trabajo, la participación política, etc.).⁴⁸

⁴⁸ TAMARGO, María del Carmen. Identidad legal, Ed. WOMÉ, 2009, México.

VI. MARCO METODOLÓGICO

6.1 Enfoque metodológico

La investigación es un conjunto de procesos, a pesar que se ubica dentro de una perspectiva en particular, en mayor o menor medida utiliza el enfoque cuantitativo y cualitativo como enfoques complementarios, porque cada uno se utiliza en una función con el fin de conocer el fenómeno y conducir a la solución de problemas. El enfoque del estudio a realizarse es cualitativo y cuantitativo (mixto).

Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Éstos pueden ser conjugados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura”) o pueden ser adaptados, alterados o sintetizados (“forma modificada”).⁴⁹

Una de las características del método mixto de investigación es que su enfoque pretende minimizar las debilidades y derivar de las fortalezas a una metodología de investigación exclusivamente cualitativa o cuantitativa. Esta metodología reconoce el valor del conocimiento como algo que se ha construido a través de medios cualitativos tales como la percepción y la experiencia basada en los aspectos fácticos del mundo en el que vive la gente.⁵⁰

6.2 Tipo de investigación

Según el autor Roberto Hernández Sampieri, indica que deben existir investigaciones previas sobre nuestro objeto de estudio para explorar e indagar,

⁴⁹ ARNAL J., DEL RINCÓN D. y LA TORRE A.. Investigación Educativa: Fundamentos y Metodología, Ed. Lapor, Barcelona, 2003, Pág. 14.

⁵⁰ Ibidem, Pág. 19.

con el fin de alcanzar el objetivo planteado, por lo que en el presente trabajo se utilizará la investigación exploratoria descriptiva.

Explorar, significa incursionar en un territorio desconocido. Por lo tanto, emprenderemos una investigación exploratoria, o cuando nuestro conocimiento es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no.⁵¹

6.3. Diseño de la investigación

El estudio tiene un diseño no experimental por la dimensión temporal en la cual se recolectan los datos para analizar cuál es el estado actual de la comunicación relacionado con el tema de identidad e identificación entre la población femenina indígena del Municipio de Guanay.

En un estudio no experimental se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos,⁵²

La investigación es de tipo transversal debido a que los datos son recolectados por única vez, en la población de Guanay.

6.4. Método de la investigación

Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía”

⁵¹ HERNANDEZ S., Roberto; FERNANDEZ C. Carlos y BAPTISTA L., Pilar (2004). Metodología de la Investigación, Ed. McGraw- Hill, México, 2004, Pág. 26.

⁵² MOYA, Gaitán. Técnicas de Investigación en la Comunicación Social. Editorial Herver, Madrid, 1999, Pág. 51.

más completa del fenómeno. Éstos pueden ser conjugados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura”) o pueden ser adaptados, alterados o sintetizados (“forma modificada”).⁵³

En las herramientas cuantitativas y cualitativas se utilizó la investigación documental, la entrevista en profundidad, la encuesta y el grupo focal para obtener datos de los tipos de comunicación, fuentes de información, medios de comunicación, contenido de mensajes y canales que se encuentran involucrados en la temática de la comunicación de la identidad y la identificación entre las mujeres indígenas del municipio de Guanay.

6.5. Población y muestra

La población de estudio está conformada por mujeres indígenas del Municipio de Guanay, comprendidas entre 18 a 60 años de edad (Población Económicamente Activa), las cuales se encuentran distribuidas en los distritos rurales del Municipio, los cuales son: Chacapa, San Juan de Challana y Santa Rosa de Challana. La población femenina del municipio de Guanay, de los distritos rurales mencionados llega a 548 mujeres, distribuidas de la siguiente manera:

Cuadro N° 1
Población de mujeres de 18 a 60 años. Distritos rurales del Municipio de Guanay

Distrito	Población	Porcentaje
Chacapa	342	62%
San Juan de Challana	117	21%
Santa Rosa de Challana	89	16%
Total	548	100%

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal de Guanay, 2015.

⁵³ ARNAL J., DEL RINCÓN D. y LA TORRE A. Op. Cit., Pág. 14.

La muestra de mujeres indígenas del área rural del Municipio de Guanay, es calculada mediante el muestreo probabilístico de Münch y Ángeles⁵⁴, a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N * E^2)}$$

Donde: n = Tamaño de muestra = ?

Z = Nivel de confianza (Grado de confiabilidad de la muestra seleccionada para el presente trabajo, dato estadístico en tablas) = 90% = 1.645

P = Probabilidad de éxito (dato basado en estimaciones sobre el éxito de programas de identificación en distritos rurales) = 0,5

Q = Probabilidad de fracaso (dato basado en estimaciones sobre programas de identificación en distritos rurales) = 0,5

N = Tamaño del Universo = 548

E = Nivel de error (error estadístico relacionado con el grado de confiabilidad de la muestra seleccionada, (1 – Z) = 0,1 = 10%

$$n = \frac{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 * 548}{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 + (548 * 0,1^2)}$$

$$n = \frac{370,7254}{61565}$$

$$n = 60,2169 = 60$$

Después de haber aplicado la fórmula se obtiene como resultado una muestra de 60 mujeres de los distritos rurales de Guanay, a quienes se aplicará una encuesta sobre el problema de la identidad, especialmente de los medios empleados en la difusión de los programas destinados a promover la identificación de personas.

⁵⁴ MÜNCH, Lourdes y Ángeles, Ernesto. Estadística, Ed. McGraw–Hill, México, 2010, Pág. 372.

6.6. Técnicas e instrumentos de investigación

6.6.1. Técnicas de investigación

La recolección de datos será realizada a través de tres técnicas de investigación, estas son la revisión documental, la encuesta y la entrevista.

1. La entrevista en profundidad es un “proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. En tal caso los roles de entrevistador/entrevistado irían cambiando a lo largo de la conversación.”⁵⁵.

La entrevista se aplicará a mujeres líderes representantes de organizaciones femeninas de los distritos rurales del municipio de Guanay.

2. La encuesta “es la técnica más empleada en investigación, se formula preguntas de forma estructurada dentro de un cuestionario. Representa la muestra de entrevistados y necesariamente debe ser versátil, flexibles, tener validez externa y rapidez para su llenado o contestación.”⁵⁶

La encuesta será aplicada a mujeres indígenas representantes de empresarios o socios de empresas paceñas que han desarrollado franquicias en Bolivia.

3. Grupo focal. “Puede considerarse un tipo de entrevista grupal”⁵⁷. El grupo focal se planifica cuidadosamente para dirigir la conversación del grupo hacia cómo es entendido el problema de la identidad y la identificación

⁵⁵ PELÁEZ, Miguel y Otros. Diseños metodológicos, Ed. Porrúa, México, 2010, Pág. 10.

⁵⁶ MALHOTRA, Naresh K..Investigación social, Ed. Prentice Hall – Pearson, México, 2008, Pág. 76.

⁵⁷ Ibidem, Pág. 78.

personal y los medios de comunicación que las entidades relacionadas con el tema de la identificación emplean para persuadir a la población de la necesidad de identificación que tienen las mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay.

6.6.2. Instrumentos de investigación

Los instrumentos a utilizarse para demostrar el problema y cumplir con los objetivos son los siguientes:

- El cuestionario “consiste en un formulario estructurado para la recopilación de datos conformado por una serie de preguntas, escritas o verbales que el encuestado responde.”⁵⁸
- La guía de entrevista “es una herramienta que permite aplicar la entrevista, a través del listado de preguntas que se realizarán al entrevistado. La guía de entrevista generalmente debe seguir un patrón donde las preguntas iniciales son de carácter general. La entrevista es importante ya que a través de ellas podemos recoger una serie de datos de primera fuente, para esto se debe plantear muy bien las preguntas que lleve a una información que se requiere. Estas preguntas deben ser no solo concretas sino también orientadoras, deben ser ampliables y en lo posible hay que llevar la discusión de lo más general a lo específico.”⁵⁹
- Guía de entrevista focal. “Consiste en un conjunto de preguntas que guía la entrevista con el grupo focal. En el grupo focal, las preguntas contenidas en la guía, sirven como temas tentativos que se deben tocar en la entrevista grupal, de manera que esta guía de entrevista es solamente referencial. El responsable del grupo focal debe conocer en profundidad los temas abordados en la entrevista grupal-focal, de manera que cuando ya se haya abordado un tema, ya no se redunde con una pregunta repetitiva o se realicen preguntas complementarias o ampliatorias.”⁶⁰

⁵⁸ Ibidem, Pág. 79.

⁵⁹ PELÁEZ, Miguel y Otros. Op. Cit., Pág. 19.

⁶⁰ MALHOTRA, Naresh K., Pág. 81.

6.7. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Identificación de personas	Disponibilidad de documentos de identificación	Certificado de nacimiento	Encuesta a mujeres de Distritos rurales del Municipio de Guanay. Entrevista a mujeres líderes de organizaciones de distritos de Guanay Grupos focales
		Cédula de identidad	
	Importancia de la identificación	Acceso a salud	
		Acceso a justicia	
		Acceso a beneficios sociales	
	Derecho a la identificación	Conocimiento de las mujeres del área rural sobre el derecho a la identificación	
		Comunicación del tema de la identificación personal de parte de líderes comunitarios.	
Medios de comunicación empleados por instituciones de identificación	Promoción de la identificación en mujeres indígenas	Conocimiento de campañas de identificación	Encuesta a mujeres de Distritos rurales del Municipio de Guanay. Entrevista a mujeres líderes de organizaciones de distritos de Guanay Entrevista a ejecutivo de instituciones relacionadas con la identificación de personas Grupos focales
		Participación en campañas de identificación de personas	

		Persuasión de mujeres que participaron a través de campañas de promoción	
	Medios de comunicación empleados en campañas de identificación	Empleo de medios de comunicación en campañas de identificación de personas	
		Criterios de selección de medios empleados en campañas de identificación	
		Medios de comunicación empleados	
		Efectividad de los medios de comunicación empleados.	
	Medios de comunicación alternativos	Desventajas de los medios de comunicación tradicionales	
		Ventajas de la comunicación alternativa	
		Potencial de medios de comunicación alternativos	

6.8. Características del proyecto

6.8.1. Descripción del proyecto

El Proyecto estará dividido por actividades y tareas que ayudará a realizar el trabajo con la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL). Se diseñará una estrategia de comunicación alternativa para informar y socializar el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad.

6.8.2. Finalidad del proyecto

La finalidad del proyecto es hacer conocer y socializar el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad en la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.) con medios de comunicación alternativos.

6.9. Metas del proyecto

6.9.1. Corto plazo

Informar y socializar a la organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL) sobre el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad.

6.9.2. Mediano plazo

Coordinar con diferentes organizaciones e instituciones para la socialización del derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad.

6.9.3 Largo plazo

Desarrollar programas educativos sobre el derecho a la identidad con medios de comunicación alternativos

6.10. Beneficiarios

6.10.1. Beneficiarios directos

La Organización de mujeres indígenas de Larecaja (OMIL) de la comunidad de Guanay.

6.10.2. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos son el entorno familiar de la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL) de la comunidad de Guanay.

VII. MARCO PRÁCTICO

En este capítulo se desarrolla la propuesta de la investigación consistente en una estrategia de comunicación alternativa que permita socializar el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad en mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay.

7.1. Introducción a la propuesta

El Derecho a la identidad es un derecho fundamental e irrenunciable, reconocido por los Estados a través de la incorporación en la Convención sobre los Derechos del Niño, normativa que garantiza y protege este derecho y sus elementos: el nombre, la nacionalidad y su relación de familia.

Este derecho constituye un sólido cimiento para el desarrollo íntegro de todo ser humano, pues a partir de este proceso se le individualiza como persona integrante de la sociedad. El mismo comprende:

- El derecho al nombre propio.
- El derecho a llevar dos apellidos (dependiendo de la legislación de cada país).
- El derecho a gozar de una nacionalidad.
- El derecho a conocer a los padres biológicos.
- El derecho a estar informado de los antecedentes familiares.

El nacimiento señala el comienzo de la personalidad y se efectiviza a través de la inscripción de dicho nacimiento en el Registro Civil y de la emisión del certificado de nacimiento, el cual constituye prueba documental que habilita a las personas a ser sujetos de derechos y deberes. El Estado, a través de sus leyes establece la importancia del Registro de Nacimiento de los hombres y mujeres. Sin embargo existen muchas personas que han sobre pasado los límites de edad de acuerdo a las leyes de los países y no se encuentran inscritos en el Registro Civil. Este es un

factor común que se observa en los países de la región por la falta de recursos económicos o problemas derivados de la falta de cobertura de las propias oficinas registrales.

El Registro Civil enfrenta un problema en las zonas fronterizas especialmente por la mala práctica por parte de la Constitución Política del Estado, Artículo 14. <http://www.migracion.gob.bo/web/constitucion> los ciudadanos/as y los funcionarios/as de las instituciones en las formas de inscripción, basados en costumbres históricas que han sido heredadas. Anteriormente, existía un nivel de desconocimiento de la norma legal y se actuaba de acuerdo a la lógica o necesidad, cometiendo errores durante los trámites de registro, que en ocasiones, podían ser con intención de infringir los niveles de seguridad de los registros civiles.

7.2. Campañas móviles de otorgación de cédula de identidad

La tendencia del registro de nacimiento se presenta en mayor medida en poblaciones que viven en condición de pobreza, muchas veces rurales, en zonas alejadas de los centros urbanos y de bajos niveles de educación, este es el caso de las mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay, concretamente de la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.), las cuales se encuentran distribuidas en un amplio territorio que comprende varios municipios incluyendo el Municipio de Guanay, en cuyos distritos rurales se encuentra una mayoría de las mujeres indígenas de O.M.I.L.

En este segmento, el conocimiento respecto a la importancia de la identificación mediante la cédula de identidad es menor, al igual que los recursos económicos necesarios para realizar una inscripción, como el transporte y otros gastos. Asimismo, el registro se suele presentar frecuentemente en familias donde los padres no cuentan con una identidad civil. Al no poder los padres identificarse, se dificulta la inscripción del niño, la niña, adolescente y muchas veces queda

inconclusa. Por ello, la implementación de campañas móviles de otorgación de cédulas de identidad responde a la necesidad de acceder a poblaciones que por diversos motivos encuentran difícil el acceso a las instituciones de Identificación.

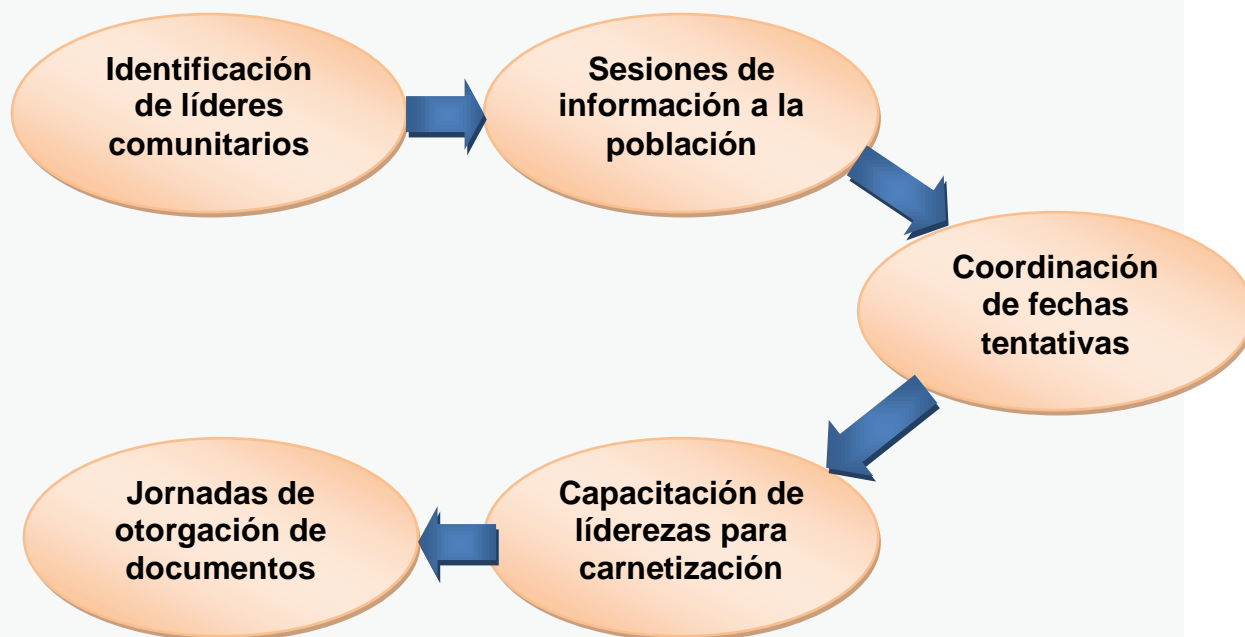
Por ello, se plantea la necesidad de realizar campañas de documentación en las que participen varias entidades relacionadas con la identificación o tramitación de documentos de identidad. Estas entidades pueden ser:

- **Plan Vida.** Es una institución pública que fue creada para apoyar a las comunidades rurales más vulnerables, dándoles las herramientas necesarias para sean dueños de su propio desarrollo y puedan tomar las mejores decisiones de manera participativa, desarrollen sus capacidades locales para administrar, ejecutar y rendir cuentas de forma transparente de los recursos que se les transfiere y realicen actividades que garanticen la sostenibilidad de la inversión que respondan a sus necesidades.
- **SERECI.** Es una institución pública, dependiente del Órgano Electoral Plurinacional, responsable del registro civil de las personas, garantizando el derecho a la identidad y que una persona cuente con un solo registro de nacimiento, matrimonio y defunción, vigentes y correctamente asentados. Adicionalmente, es la autoridad competente para extender los certificados del registro civil como evidencia de la identidad de las personas.
- **SEGIP.** Es una institución pública facultada para otorgar la cédula de identidad dentro y fuera del territorio nacional, crear, administrar, controlar, mantener y precautelar el registro único de identificación – RUI, de las personas naturales a efecto de su identificación y ejercicio de sus derechos, en el marco de la presente ley y constitución política del estado.

El proceso de organización de las campañas de otorgación de documentos de identidad a las mujeres indígenas del área rural del municipio de Guanay, que se encuentre afiliadas o no a O.M.I.L., debería ajustarse a las siguientes fases o etapas de implementación:

Gráfico N° 15

Sugerencias para la estructuración de las diferentes etapas de organización de las campañas para la otorgación de cédula de identidad a las mujeres indígenas del municipio de Guanay



Fuente: Elaboración Propia.

Cada una de estas etapas consiste en lo siguiente:

- 1. Identificación de líderes comunitarios.** Esta fase consiste en la visita de promotores de las organizaciones participantes en la campaña de otorgación de documentos a las distintas comunidades de los distritos rurales del municipio de Guanay.

En esta fase se procede a la identificación de mujeres líderes de organizaciones comunitarias, que serán interlocutores válidos entre las instituciones de identificación y la población para la efectivización de la otorgación de documentos de identidad.

Estos primeros contactos servirán para recolectar información preliminar sobre la cantidad de mujeres que viven en la comunidad, las mujeres que cuentan con documentos de identidad, las que no tienen documentación

especificando si tienen certificado de nacimiento, cédula de identidad o si no tiene ningún documento.

De igual manera, se recolectará información acerca de la existencia de niños y niñas sin certificado de nacimiento y/o carnet de identidad. De igual manera se determina fecha para la información a la población de la comunidad acerca de las jornadas de otorgación de documentos de identidad a la población femenina de varias comunidades aledañas de los distritos rurales del municipio de Guanay.

2. Sesiones de información a la población. Estas sesiones incluyen a la población de varias comunidades según su proximidad y familiaridad. En estas sesiones se explica a toda la población acerca del propósito de las jornadas de otorgación de documentos de identidad a la población femenina, de niños (as) que no cuentan con documentos de identidad y otras personas adultas que se encuentre también en esta situación . La temática de estas sesiones informativas es la siguiente:

- La identidad como derecho humano, de todas las mujeres del Estados Plurinacional de Bolivia.
- Las ventajas de contar con documentos de identidad.
- Los requisitos para la otorgación de documentos de identidad.
- El carácter gratuito de los documentos para las mujeres indígenas del área rural del municipio de Guanay.
- Importancia de la participación de la comunidad y de las organizaciones comunitarias en las campañas de otorgación de documentos.

3. Coordinación de fechas tentativas. En reuniones de coordinación entre las entidades participantes y los líderes de las comunidades se establecen fechas en las que se llevarán a cabo las jornadas de otorgación de documentos.

De igual manera, se realiza una coordinación para definir la participación de las organizaciones comunitarias y se definirá la creación de brigadas

móviles para realizar actividades de otorgación de documentos en comunidades alejadas del municipio de Guanay.

Esta etapa culmina con la definición de fechas para la realización de las jornadas de otorgación de documentos de identidad.

4. Capacitación de líderes para otorgación de documentos de identidad. La capacitación de líderes de la comunidad consiste en transmitirles los conocimientos necesarios acerca de las características de los documentos de identificación de personas, así como sus particularidades de cada uno de ellos, cerciorándose de que puedan replicar estas explicaciones a sus compañeras o afiliadas de las organizaciones comunitarias.

De igual manera, la líder de cada comunidad, es capacitada en aspectos relacionados con la tramitación y prestación de ambientes de otras instituciones en los cuales se realizarán las jornadas de otorgación de documentos incluyendo equipamiento y mobiliario. Este trabajo se lo realizará en compañía de funcionarios de las entidades participantes y autoridades del municipio de Guanay. Estas organizaciones pueden ser iglesias o templos, escuelas, ambientes de ONG's, etc., en los que se puedan llevar a cabo.

5. Jornadas de otorgación de documentos. Consiste en la ejecución de las jornadas de otorgación de documentos de identidad.

7.3. Estrategia de comunicación alternativa

La Estrategia de Comunicación que se debe utilizar para involucrar a las clases dirigenciales, autoridades políticas, civiles e indígenas, gremios organizados de la sociedad, agrupaciones campesinas, federaciones, asociaciones comunitarias, estudiantes de colegios y escuelas del sector y a la población en general, debe enfocarse en los siguientes temas:

- La promoción del Derecho a la Identidad de todas las personas a través de la realización de sesiones informativa y talleres de capacitación dirigidos a sectores organizados de la sociedad civil.
- Motivación de las personas para acudir a las jornadas de capacitación y de trabajo para obtener esencialmente su cédula de identidad y alternativamente su certificado de nacimiento, el cual le permitirá ejercer derechos como la salud, educación y trabajo.
- La realización de charlas en Comunidades de distritos rurales del municipio de Guanay.
- El desarrollo de reuniones de trabajo con autoridades civiles y sindicales.

En esta estrategia se debe tener en cuenta el lenguaje y los temas del material impreso y las capacitaciones, considerando la participación de la mujer indígena del área rural del municipio de Guanay y la importancia que tiene, además de identificar barreras que impiden a las mujeres inscribir a sus hijos/as, obtener cédula de identidad o bien, que las hijas o hijos no se encuentren inscritas (os) en el Registro Civil.

Así mismo, para lograr un mayor impacto y una cobertura más amplia, los funcionarios de las entidades participantes en las campañas de otorgación de documentos de identidad deben establecer una relación con los medios de comunicación local y ofrecer entrevistas para informar sobre el trabajo del Registro Civil en el área rural del municipio de Guanay. El/la Coordinador/a del proyecto deberá informar sobre los objetivos del proyecto, difundir la valoración e importancia del certificado de nacimiento y la Cédula de Identidad, además de los beneficios y requisitos para obtener este documento.

Las actividades correspondientes a la estrategia de comunicación son:

- Implementación de sesiones de capacitación y de información a la población de los distritos del área rural del municipio de Guanay.

- Identificación de personas del sexo femenino, de las entidades comunitarias del área rural del municipio de Guanay, para emplearlas como aliadas de las campañas y jornadas de otorgación de documentos de identidad en el el área rural.
- Involucramiento de las asociaciones comunitarias que aglutinan a mujeres indígenas del municipio de Guanay en las campañas y jornadas de otorgación de documentos de identidad para las mujeres indígenas del área rural del municipio de Guanay.

Los Talleres de Capacitación sirven para informar a la población vulnerable de zonas fronterizas sobre el mandato Constitucional del país, el derecho al registro y la identidad, los servicios que el Registro Civil e Identificación brinda para dar cumplimiento a este derecho y los beneficios que otorgan el hacer uso de estos. Adicionalmente, se realizan talleres con los estudiantes de las escuelas de la zona, compartiendo conceptos básicos acerca de la importancia de estar inscritos en el Registro Civil tanto ellos como sus hermanos, así como contar con una cédula de ciudadanía que les permite acceder a diferentes beneficios sociales.

Como resultado de las campañas de otorgación de documentos, una forma complementaria efectiva de invitar a la población, es por medio del envío de invitaciones a través de los hijos para que asistan a las sesiones de información, persuadiendo a los niños/as sobre la importancia de la identificación de personas y de que sus padres participen de esta capacitación, o mediante invitaciones directas a ser entregadas en las sesiones de información a la población.

7.4. El mensaje

El mensaje relacionado con las campañas o jornadas de otorgación de documentos, debe ser sencillo y fácil de comprender por parte de las mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay. Los principales contenidos de los mensajes serían los siguientes:

1. Identificación de personas.
2. Documentos de identificación de personas.
3. Tipos de documentos.
4. Beneficios de contar con documentos de identificación para la población y para las mujeres en especial.
5. Participación de la comunidad en las jornadas de otorgación de documentos.
6. Involucramiento de la población en las jornadas o campañas de otorgación de documentos.

Se debe procurar que el mensaje cualitativo cree nexos, conciencia, y estimulación de parte de la población femenina a obtener documentos de identidad. Además, el mensaje contenido en la información proporcionada a las mujeres indígenas recree, eduque y entretenga para incentivar su participación en las campañas y jornadas de otorgación de documentos de identidad.

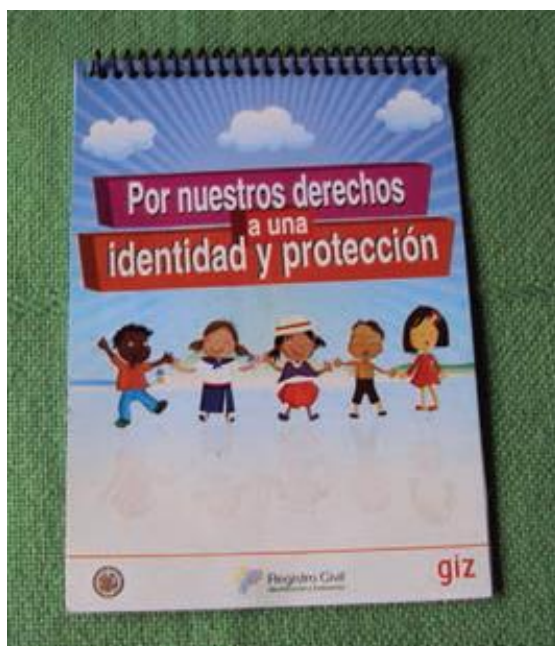
Sin embargo, la principal función del mensaje en los medios de comunicación alternativos es la búsqueda de espacios y de sentar presencia en las comunidades indígenas, aportando conocimientos y elementos para revalorizar y complementar el concepto de identidad a través de la concientización de la población por la búsqueda y obtención de documentos de identidad, lo cual contribuye a mejorar el nivel de vida en el corto plazo.

7.5. Medios

El medio alternativo que se propone para la información y promoción de las jornadas y campañas de otorgación de documentos, es la cartilla informativa, que tiene las siguientes características:

Al contrario de las prácticas tradicionales, la comunicación alternativa que se plantea es de tipo popular y participativa y surge como una respuesta a las

necesidades de otro tipo de información, busca una interrelación entre los emisores y receptores, a través de la organización y orientación de las mujeres indígenas del municipio de Guanay. Se plantea una comunicación comunitaria colectiva universal que revalorice y fortalezca el concepto de identidad indígena y la complemente con documentos de identificación, buscando la equidad de género.



En el ANEXO 9, se presenta un conjunto de cartillas que pueden ser empleadas como parte de la estrategia de comunicación con las mujeres indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay.

7.6. Participación ciudadana

En cuanto a la participación de las organizaciones comunitarias, y por lo tanto de los ciudadanos de las comunidades indígenas de los municipios rurales, en la presente propuesta se concibe que la participación ciudadana tiene que ver con vivir la democracia. En este caso es ejercer el derecho a contar con documentos de identidad, pero participando en la información que brindan las entidades

especializadas como SERECI y SEGIP, comprendiendo la importancia de estas documentado para la mujer indígena y sus hijos (as), asimilando los requisitos para contar con los documentos de identidad como el certificado de nacimiento y la cédula de identidad, señalando las fechas tentativas de las jornadas de otorgación de documentos y decidiendo los lugares o comunidades en las cuales se realizarán estas jornadas.

La participación la ejercen todas las personas del sexo femenino de las comunidad indígenas del municipio de Guanay. Se extiende también para las organizaciones comunitarias o indígenas residentes en la zona, empresas u organizaciones no gubernamentales que pueden apoyar con insumos, espacios y otros recursos en las jornadas de otorgación de documentos. Para que esta sea posible se requiere en la práctica instrumentos o herramientas que la Constitución y la Ley ha dispuesto y que el ciudadano utiliza para dialogar con la administración local y con todos aquellos que a una voz buscan ejercer su libertad y el respeto por sus derechos y el cumplimiento de los deberes en el mundo vivo y problemático de un Municipio Democrático perteneciente al Estado Plurinacional de Bolivia.

En este caso, la participación ciudadana consiste en el ejercicio del derecho-deber de las mujeres indígenas por contar con documentos de identidad, al igual que sus hijos e hijas. Así las cosas, para hacer efectivo el derecho-deber a una participación oportuna y eficaz, las instituciones involucradas del Estado en la temática de la identificación y la documentación, debe garantizar las herramientas necesarias, para llevar a cabo este proceso.

7.7. Recursos humanos

Para la aplicación de la propuesta se requieren capacitadores/as, los cuales necesariamente pueden pertenecer a las entidades relacionadas con el tema de la identificación en Bolivia, a las cuales se ha identificado como participantes de la propuesta. Estas personas tienen la característica de ser especialistas en Comunicación Social y sus funciones principales son las siguientes:

1. Identificar lideresas en las organizaciones comunitarias que puedan convocar y reunir información acerca de la población indígena femenina que no cuenta con documentos de identidad.
2. Capacitar a las lideresas en temas relacionados con la identificación de personas y con las ventajas de la tenencia de documentos de identidad.
3. Informar a la población en las propias comunidades indígenas de los distritos rurales del municipio de Guanay, acerca del derecho a la identificación, los documentos de identidad, sus ventajas y las campañas o jornadas de otorgación de documentos .
4. Coordinar fechas y duración de las campañas y jornadas de otorgación de documentos de identidad en las comunidades de los distritos rurales del municipio de Guanay.

Estos recursos humanos deberían pertenecer preferentemente a las entidades relacionadas con el tema de identificación en Bolivia, tales como SERECI y SEGIP.

En el caso que no existiera el recurso humano disponible se podrá contratar consultores locales que cumplan el perfil establecido. La Institución se encargará de capacitar en primer término a estos consultores en los temas puntuales de los talleres, certificando que los conocimientos sobre los trámites de inscripción o corrección de errores y los mensajes a ser transmitidos sean homogéneos para todos los casos.

VIII. CONCLUSIONES

Una vez que se ha concluido con el desarrollo de la propuesta de la presente investigación, se procede al desarrollo de las conclusiones de acuerdo a los objetivos trazados al principio de la investigación.

El Objetivo General fue definido en los siguientes términos: “Diseñar una estrategia de comunicación alternativa que permita socializar el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad.”

Al respecto se puede concluir que en la propuesta se desarrolló una estrategia de comunicación alternativa, la cual se basa en la necesidad de involucrar a las organizaciones comunitarias de mujeres indígenas del municipio de Guanay en las campañas y jornadas de otorgación de documentos.

Esta propuesta estratégica se basa en los resultados de la investigación de campo en la cual las mujeres entrevistadas señalan que actualmente las denominadas “campañas de carnetización”, se promocionan a través de medios locales como TV y Radio rural, los cuales tienen un escaso impacto en las poblaciones rurales, las cuales no tienen acceso a un televisor y no siempre se escucha la radio en todo momento. Además los mensajes transmitidos son poco eficaces y no se pueden comprender porque están diseñados para poblaciones urbanas y se limitan a dar instrucciones.

La estrategia propuesta plantea la participación de las instituciones dedicadas a la temática de la identificación como ser el Servicio de Registro Civil (SERECI) y el Servicio General de Identificación Personal (SEGIP), que desarrollen campañas y jornadas de otorgación de documentos que involucren a la población rural femenina indígena de los distritos rurales del municipio de Guanay. Además, se plantea como parte de la estrategia comunicacional la capacitación de la población persuadiéndola de los beneficios de contar con documentos de identificación y

coordinando fechas de las jornadas de otorgación de documentos de identidad, asegurando de esta manera una concurrencia masiva de mujeres y niños (as) a dichas jornadas.

Los objetivos específicos planteados y sus conclusiones son las siguientes:

1. Identificar las causas por las cuales la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL) no cuenta con cédulas de identidad.

Para lograr este objetivo se tuvo que profundizar en el concepto de la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (OMIL), que no son un conjunto de mujeres que residen en una sola comunidad, sino que una parte considerable de ellas están distribuidas en las comunidades de los distritos rurales del municipio de Guanay, que son los distritos de Chacapa, San Juan de Challana y Santa Rosa de Challana.

De acuerdo a la investigación de campo llevada a cabo en estas comunidades se pudo determinar que las mujeres indígenas no cuentan en su mayoría con documentos de identidad o si cuentan con ellos, no tienen nociones acerca de su renovación.

También existe la creencia difundida de que la otorgación de documentos de identidad es un proceso moroso y costoso, que se lo debe llevar a cabo en la ciudad de La Paz o, algunas veces en Guanay.

Las personas que recuerdan haber escuchado de “campañas de carnetización”, señalan en su mayoría que la información llegó luego de que se llevaron a cabo dichas campañas y que las características de la información recibida o el mensaje no era comprensible para ellas. Muchas señalan que no fueron en la fecha que señalaban porque estaban trabajando en sus comunidades, que incluso movilizarse a Guanay, era

muy difícil para ellas. Las pocas mujeres que fueron a las campañas de carnetización en Guanay, señalan que el trámite demoraba excesivamente y se fueron antes de ser atendidas. Muy pocas lograron obtener su cédula de identidad.

2. Describir las características bajo las cuales se desarrolla el derecho a la identidad

En cuanto a las características bajo las cuales se desarrolla el derecho a la identidad, las mujeres de las comunidades encuestadas y las entrevistadas señalan que no requieren documentos para registrarse por ejemplo en las organizaciones comunitarias, porque se conocen entre ellas.

También se determinó que en general, desconocen las ventajas de contar con documentos de identidad y que cuando los necesitan, por algún motivo como el de enterarse de que tienen derecho al BONOSOL o a la atención en centros de salud, recién se preocupan por obtener tales documentos. Para lo cual, muy pocas de ellas deben viajar incluso hasta La Paz.

3. Proponer la ejecución de una estrategia de comunicación alternativa sobre el derecho a la identidad para la obtención de cédulas de identidad.

La propuesta de una estrategia de comunicación alternativa se desarrolló íntegramente en la propuesta. Esta consiste esencialmente en organizar eventos de mayor duración y alcance, llegando en lo posible hasta las comunidades más lejanas, primero con información acerca del derecho a la identificación y a tener documentos. Además de involucrar a las organizaciones comunitarias en la coordinación de fechas y levantamiento de información de base para conocer la cantidad de personas que no tienen Certificado de Nacimiento y/o cédula de identidad.

La estrategia de comunicación alternativa consiste en informar a las mujeres indígenas acerca de las ventajas de contar con documentos de identidad, para ejercer sus derechos en salud, educación y bonos de redistribución de la riqueza, de manera que se persuadan de participar activamente en las jornadas de otorgación de documentos.

IX. RECOMENDACIONES

Es importante considerar la propuesta como una solución definitiva a los formatos de campañas y/o jornadas de otorgación de documentos, que se caracterizan por llevarse a cabo en cortos períodos y a través del uso de medios de comunicación masivos, que no llegan adecuadamente al área rural y particularmente al segmento de población indígena del área rural de los distritos de Guanay. Es decir, sustituir las prácticas actuales de realizar varias campañas con escasa efectividad en el área rural, por una sola campaña, que permita una afluencia masiva de mujeres indígenas del área rural del municipio de Guanay.

Para la ejecución de la propuesta en su componente de comunicación, se recomienda llevarla a cabo mediante profesionales en comunicación social, que conozcan del idioma nativo de las áreas rurales del municipio de Guanay, y complementarlo con líderes de las comunidades que coadyuven a la efectivización de todas las actividades que se requiere para llevar a cabo los procesos relacionados con la otorgación de documentos.

X. PRESUPUESTO

El presupuesto que se propone se elaboró tomando en cuenta la participación de la Organización de Mujeres Indígenas de Larecaja (O.M.I.L.) del Municipio de Guanay.

RECURSO HUMANOS	DIAS	COSTO	PRECIO TOTAL EN BS.
Facilitador 1	79		
RECURSOS TECNICOS	DIAS	COSTO	PRECIO TOTAL EN BS.
DATA SHOW	1	60 Bs.	60 Bs.
RECURSOS FINANCIEROS (MATERIALES)	CANTIDAD	COSTO	PRECIO TOTAL EN BS.
VOLANTES (fotocopias)	200 unid.	16 Bs.	
AFICHES (fotocopias)	50 unid.	100 Bs.	
TRIPTICOS (fotocopias)	200 unid.	100 Bs.	
Marcadores Gruesos	6 unid.	20 Bs.	
Papel Sabana (tamaño pliegue)	30 unid.	20 Bs.	
Cartulinas	12 unid.	16 Bs.	
Cinta Adhesiva (maskin)	1 unid.	5 Bs.	
Hojas papel bond tamaño carta	200 unid.	10 Bs.	
Refrigerios aprox. 70 personas		170 Bs.	457 Bs.
TOTAL			517 Bs.

XI. CRONOGRAMA DE TRABAJO

GESTION 2015

ACTIVIDADES	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Recolección de bibliografía					
Análisis de doc. Bibliográfico					
Redacción y estructuración del proyecto de grado					
Elaboración del Marco Teórico					
Elaboración del Marco Metodológico					
Planificación del cronograma de trabajo de campo					

GESTION 2016

ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Encuestas a las mujeres Indígenas del Municipio de Guanay				
Entrevistas a líderes de Organizaciones de mujeres Indígenas del Municipio de Guanay				
Entrevista a Ejecutivos de Instituciones relacionadas con el tema de Identificación Personal				
Entrevista a mujeres Indígenas del municipio de Guanay				
Socialización con cartillas sobre los derechos que se van obteniendo al tener la cedula de identidad en el				

municipio de Guanay				
Socialización con trípticos sobre los requisitos para la obtención de Cédulas de Identidad en el municipio de Guanay				
Socialización con volantes y charlas a las mujeres Indígenas del municipio de Guanay para informar de las diferentes oficinas del SEGIP y orientación para la obtención de sus cédulas				

XII. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS, TEXTOS DE CONSULTA, ARTÍCULOS, ENSAYOS Y NORMAS LEGALES

ABUELAS DE PLAZA DE MAYO, TOMO II

1998 Juventud e Identidad – 20 años de lucha de Edit. Espacio.

ARIAS G., Fernando.

1994 Capacitación para la Competitividad y la Colaboración, Pub. Asociación Mexicana de Capacitación, México.

ARNAL J., DEL RINCÓN D. y LA TORRE A.

2003 Investigación Educativa: Fundamentos y Metodología, Ed. Lapor, Barcelona, 2003

BARRAGÁN, Rossana y otros

2003 Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación Tercera Edición. PIEB La Paz- Bolivia

BERLO, David K.

1960 El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica, Ed. Díaz de Santos, México, 1960.

CALLIZAYA, Vera Jenny Juana

2008 Estrategia de Comunicación Alternativa para socializar el uso e Interpretación de la Ley 1674 Violencia Intrafamiliar. La Paz – Bolivia

CARDONA, Marcelo.

2002 Comunicación y Lenguaje, Ed. Prentice Hall – Hispanoamericana, Barcelona.

CHIAVENATO, Idalberto

2006 Introducción a la Teoría General de la Administración», Séptima Edición, de, McGraw-Hill Interamericana, México.

CONGRESO, internacional III

1997 Juventud e Identidad, 20 años de lucha de abuelas de Plaza de Mayo Editorial Espacio. Buenos Aires

CORRALES G., Fernanda y HERNÁNDEZ F., Hilda G.

2009 La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. Revista Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx, 2009, México.

DAULE. Antonio

1997 Comunicación e Información, Perspectivas. Edit. Trillas, México.

DECRETO, Supremo

2006 No. 28626 Creación del Programa de Cedulación Gratuita para todos los bolivianos La Paz – Bolivia.

DECRETO Supremo 22766

1988 Ley de Registro Civil.

DEFENSOR DEL PUEBLO

2003 Certamen de ensayos sobre Derechos Humanos.

EVANS, Nicmet.

2005 La comunicación participativa como respuesta política a la praxis comunicacional Mass mediática. Revista Aporrea, México.

- Foucault, Louis.
2007 Microfísica del Poder, Ed. FCE, México.
- GENEOS. El cajón de herramientas.
2009 Las cartillas pedagógicas. 2009. Disponible en:
<http://cajondeherramientas.com.ar/index.php/2015/06/02/cartillas-pedagogicas/>, en 24/04/2017.
- HABERMAS, Jürgen
2002 Historia y Crítica de la Opinión Pública. Ed. Gustavo Gili, México.
- HAUSFATHER, Nadia y Gregaria Apaza
2006 Un Derecho sin Garantías, Mujer, Carnetización y Ejercicio Ciudadano
- HERNANDEZ, Roberto y otros
1998 Metodología de la investigación: Segunda Edición México
- ISLAS, O.
2008 El papel de los prosumidores. Revista Mexicana de Comunicación. 2008. Nº 110, págs. 34 – 36.
- LEWIS, P.
1995 Medios de Comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local. Francia: UNESCO.
- LOZANO, Juan Carlos
Teoría de la investigación comunicación de masas. México
- MALHOTRA, Naresh K.
2008 Investigación social, Ed. Prentice Hall – Pearson, México, 2008.

- MEJIA, Raúl
1999 Metodología de la investigación como realizar y presentar trabajos de investigación. La Paz – Bolivia.
- MOSCO, Vincent
2006 La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 206, México, 11, pp. 57-79. Disponible en [http://revistas.ucm.es/portal/modulos.php?name=Revistas2&id=CIY.
- MOYA, Gaitán.
1999 Técnicas de Investigación en la Comunicación Social. Editorial Herver, Madrid.
- MÜNCH, Lourdes y Ángeles, Ernesto.
2010 Estadística, Ed. McGraw–Hill, México, 2010.
- MURIEL, María Luisa y ROTA Gilda.
1988 Comunicación Institucional Enfoque de Relaciones Publicas, Editorial Andina, Quito – Ecuador.
- OVIEDO, M.
2013 Identificación de Personas, disponible en formato PDF: http://www.academia.edu/6386199/Identificacion_de_personas, en fecha: 02/05/2017
- PALOMINO, Manchego José F. y otros
1997 Modernas Tendencias del derecho en América Latina
Editora Jurídica Grijley Lima – Perú
- PELÁEZ, Miguel y Otros.
2010 Diseños metodológicos, Ed. Porrúa, México, 2010.

PASQUALI, Antonio.

1990 Comunicación y Cultura de Masas. Ed. Mediática, México, 1990.

QUISBERT, Ermo

2011 Evolución histórica del registro del estado civil de las personas naturales en Bolivia, Ed. Juventud, La Paz.

SÁEZ BAEZA, Chiara.

2008 Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela. Tesis doctoral (2008). Disponible en: [http://www.tesisenxarxa.net/TDX- 1021109-003052/, consultado el 30/03/13].

SÁNCHEZ, Euclides.

2000 Todos con la Esperanza, Continuidad de la participación comunitaria, Ed. Grijalbo, Barcelona.

TAMARGO, María del Carmen.

2009. Identidad legal, ciudadanía y vulnerabilidad social: notas para el estudio del subregistro de nacimientos y la indocumentación con perspectiva de género y etnicidad. Consultado en: <http://www.iniciativasyestrategias.org/documentos/Resumen%20Identidad%20legal%20%20genero%20y%20etnicidad.pdf>, en fecha 02/05/2017

TANGARIFE, Daniel E.

2013 Medios de Comunicación alternativos, 2013. Disponible en: <https://prezi.com/ufbhdybzbji/medios-de-comunicacion-alternativos/?webgl=0>, consultado en fecha: 24/04/2017.

YEUDIÉL, David.

2009 Medios alternativos de comunicación, 2009. Disponible en:
<http://dyeuds.blogspot.com/2009/03/medios-alternativos-de-comunicacion.html> , consultado en fecha 24/04/2017.

PÁGINAS WEB

https://es.wikipedia.org/wiki/Documento_de_identidad, consultado en fecha:
19/06/2017.

www.monografias.com/trabajos46/dercho-identidad/11/10/09

<http://www.tiposde.com/sociedad/medioscomunicacion/mediosalternativos.html>,
consultado en fecha 24/04/2017.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA A MUJERES INDÍGENAS DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

La presente encuesta tiene fines netamente académicos, por lo que sugerimos contestar con la mayor veracidad posible.

DATOS GENERALES

Distrito: _____ Edad: _____ Estado Civil: _____

CUESTIONARIO

1. ¿Tiene certificado de nacimiento?

SÍ		NO	
----	--	----	--

2. ¿Cuenta con cédula de identidad?

SÍ		NO	
----	--	----	--

3. ¿A qué beneficios puede acceder con los documentos de identificación?

Acceso a la salud		Acceso a la justicia		Acceso a beneficios sociales	
Todos los mencionados		Otro _____		No sé	

4. ¿Sabía Ud. que la identificación es un derecho de todas las personas?

SÍ		NO	
----	--	----	--

5. ¿Tuvo conocimiento Ud., de alguna campaña de identificación realizada en Guanay?

SÍ		NO	
----	--	----	--

6. ¿Participó en alguna campaña de identificación realizada en Guanay?

SÍ		NO	
----	--	----	--

7. En caso afirmativo a la pregunta 5 o 6, ¿Qué medios de comunicación se emplearon para lograr la participación de la población?

Radio		Televisión nacional		Televisión local	
Carteles, pasacalles, etc.		Todos los mencionados		Otro _____	

8. ¿Considera Ud. que estos medios de comunicación fueron efectivos, es decir le animaron a participar en las campañas de identificación y contar con documentos de identidad?

SÍ		NO	
----	--	----	--

¿Por qué? _____

9. ¿Cree Ud. que se deberían utilizar otros medios de comunicación alternativos en las campañas de identificación?

SÍ		NO	
----	--	----	--

10. En caso de Sí a la Pregunta 9, mencione cuáles:

¡GRACIAS!

ANEXO 2

ENTREVISTA A LÍDERES DE ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE MUJERES INDÍGENAS DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

Cargo: _____ Organización: _____

GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?
2. ¿Informó Ud. a sus asociadas acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?
3. ¿Informó Ud. a sus asociadas que la identificación es un derecho universal, presente en la CPE?
4. ¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?
5. ¿Tuvo Ud. conocimiento de campañas u operativos de identificación de entidades relacionadas con Identificación de Personas en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?
6. (En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron las mujeres de su organización en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?
7. ¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?
8. ¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar de manera efectiva a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, sobre la problemática de la documentación?
9. ¿Considera que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?
10. ¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?, ¿qué deficiencias puede mencionar?
11. En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?
12. ¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?
13. ¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?

14. ¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?

¡GRACIAS!

ANEXO 3

ENTREVISTA A EJECUTIVOS DE INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL TEMA DE IDENTIFICACIÓN DE PERSONAS EN BOLIVIA

Cargo: _____ Institución: _____

GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Cuál es la importancia de la identificación de personas en Bolivia?
2. ¿Qué segmentos de la población considera que se encuentran indocumentadas en mayor proporción?
3. ¿Considera que la población femenina del área rural, incluyendo la población indígena se encuentra en situación de indocumentación?
4. ¿En su opinión qué documentos de identificación requieren las mujeres del área rural?
5. ¿Su Institución realiza campañas u operativos para proporcionar documentos de identificación a estos segmentos de la población?
6. ¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres del área rural?
7. ¿Cuándo se realizan estas campañas u operativos de identificación en poblaciones del área rural?
8. ¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?
9. ¿Qué criterios se emplean para la selección de medios de comunicación para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?
10. ¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar correctamente a las mujeres del área rural, para participar en estos operativos?
11. ¿Considera que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres del área rural, para participar en estos operativos?
12. ¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por su Institución, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?
13. En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?
14. ¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?
15. ¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?
16. ¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente? ¡GRACIAS!

ANEXO 4

GRUPO FOCAL DE MUJERES INDÍGENAS DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

Cargo: _____ Organización: _____

GUÍA DE ENTREVISTA FOCAL

1. ¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?
2. ¿Recibieron información acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?
3. ¿Fueron capacitadas o informadas acerca de la identificación como un derecho universal, presente en la CPE?
4. ¿Cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?
5. ¿Se enteraron de algún tipo de campañas, operativos u oficinas temporales de identificación de entidades relacionadas con esta temática en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?
6. (En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?
7. ¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?
8. ¿Consideran que estos medios de comunicación pudieron persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?
9. ¿Consideran que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?
10. ¿Creen que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para las mujeres de su comunidad, para animarles participar en estos operativos?, ¿qué deficiencias puede mencionar?
11. ¿Cuáles son las deficiencias de los medios de comunicación empleados en las campañas de carnetización?
12. ¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?
13. ¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?
14. ¿Consideran que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente? ¡GRACIAS!

ANEXO 5

ENCUESTA A MUJERES INDÍGENAS DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

Pregunta s/Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Distrito		
Chacapa	36	60%
San Juan de Challana	13	22%
Santa Rosa de Challana	11	18%
Edad		
De 18 a 30 años	17	28%
De 31 a 40 años	14	23%
De 41 a 50 años	18	30%
Más de 50 años	11	18%
Estado Civil		
Soltera	18	30%
Casada	14	23%
Divorciada	9	15%
Concubinato	19	32%
CUESTIONARIO		
1. ¿Tiene certificado de nacimiento?		
SÍ	24	40%
NO	34	57%
2. ¿Cuenta con cédula de identidad?		
SÍ	17	28%
NO	49	82%
3. ¿A qué beneficios puede acceder con los documentos de identificación?		
Acceso a la salud	5	8%
Acceso a la justicia	8	13%
Acceso a beneficios sociales	11	18%
Todos los mencionados	9	15%
Otro _ votar en elecciones	5	8%
No sé	22	37%
4. ¿Sabía Ud. que la identificación es un derecho de todas las personas?		
SÍ	25	42%
NO	35	58%
5. ¿Tuvo conocimiento Ud., de alguna campaña de identificación realizada en Guanay?		
SÍ	17	28%
NO	43	72%

6. ¿Participó en alguna campaña de identificación realizada en Guanay?		
SÍ	12	20%
NO	48	80%
7. En caso afirmativo a la pregunta 5 o 6, ¿Qué medios de comunicación se emplearon para lograr la participación de la población?		
Radio	12	20%
Televisión nacional	1	2%
Televisión local	6	10%
Carteles, pasacalles, etc.	2	3%
Todos los mencionados	3	5%
Otro _ prensa	1	2%
Ninguno	11	18%
No sé	24	40%
8. ¿Considera Ud. que estos medios de comunicación fueron efectivos, es decir le animaron a participar en las campañas de identificación y contar con documentos de identidad?		
SÍ	23	38%
NO	37	62%
¿Por qué?		
No se entiende	11	18%
No escucho la radio todo el tiempo	4	7%
No tengo TV	7	12%
No explica bien	15	25%
9. ¿Cree Ud. que se deberían utilizar otros medios de comunicación alternativos en las campañas de identificación?		
SÍ	55	92%
NO	5	8%
10. En caso de Sí a la Pregunta 9, mencione cuáles:		
Gente que informe en cada Comunidad	17	28%
Cartillas	26	43%
Medios audiovisuales	12	20%

ANEXO 6

RESULTADOS DE ENTREVISTA A LÍDERES DE ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE MUJERES INDÍGENAS DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

N°	Pregunta – Respuestas	Organización: Mujeres Distrito Chacapa Cargo: Secretaria General Entrevista 1	Organización: Mujeres Campesinas Distrito Cargo: Secretaria de Asuntos Sociales Entrevista 2
1	¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conocen si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?	Muy poco conocimiento. En la comunidad prácticamente nos conocemos todos, de manera que se tiene en consideración solamente este aspecto.	Desconozco. No conocemos todas las mujeres desde niñas, así que los documentos no son requisitos vitales. Las mujeres se acercan a nuestra organización por las necesidades que tenemos.
2	¿Informó Ud. a sus asociadas acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?	En alguna oportunidad. En realidad el problema de la identidad surge solamente cuando se tienen elecciones.	No conozco sobre el tema, pero en lo posible sugerimos a las compañeras que tramiten sus documentos de identidad.
3	¿Informó Ud. a sus asociadas que la identificación es un derecho universal, presente en la CPE?	Sí, pero las compañeras consideran que los trámites son costosos y largos.	No.
4	¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?	Bueno, los documentos de identificación sirven para el acceso a la salud, a los beneficios sociales como el Bonosol y la habilitación para votar en elecciones nacionales y locales.	El carnet de identidad especialmente, permite el acceso a la salud, a la educación, beneficios sociales como el subsidio de maternidad y Bonosol.
5	¿Tuvo Ud. conocimiento de campañas u operativos de identificación de entidades relacionadas con Identificación de Personas en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?	Sí, que básicamente consiste en la apertura de oficinas temporales para la otorgación de carnet de identidad, con algunas incursiones de equipos de técnicos o funcionarios de estas entidades en los distritos rurales. Estas campañas generalmente se presentan en fechas próximas a acontecimientos electorales, referéndum, etc.	No he escuchado sobre estas campañas de carnetización, aunque alguna vez dijeron en la radio que iban a venir personas a Guanay a otorgar carnet.
6	¿(En caso de Sí, a la pregunta 5),	Ignoro si participaron las mujeres de la	Las participaron son las mujeres que necesitaban

	¿Participaron las mujeres de su organización en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?	organización debido a que es un tema de interés personal, tampoco se acercaron estos funcionarios para conseguir el apoyo de la organización.	de documentos de identidad y se enteraron de estas campañas.
7	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	Lo que se emplea en mayor medida es la radio rural y los canales de televisión local de la población de Guanay.	Creo que utilizan más la radio.
8	¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar de manera efectiva a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, sobre la problemática de la documentación	Es muy difícil, debido a que las mujeres se encuentran realizando tareas productivas en el campo. No todo el día permanecen en la casa y tampoco disponen todas de aparados de radio y televisión.	No es seguro porque desarrollan actividades fuera de su casa, de manera que no escuchan radio todo el tiempo.
9	¿Considera que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	Desconozco, pero en el caso de las afiliadas a la organización, si existieron estas campañas, dieron poco resultado en mi Comunidad, porque muchas de las afiliadas siguen sin contar con carnet de identidad.	No, la mayoría de las compañeras no tienen carnet de identidad, especialmente las que viven lejos.
10	¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	En realidad los medios de comunicación como la radio y la televisión, en general llegan en mayor medida a personas de la población de Guanay, para las personas del área rural es necesario otros medios que generalmente no se utilizan.	No, porque no están disponibles para la mayoría de la población rural.
11	En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?	No son medios que promuevan la participación de la Comunidad, además se presenta una tendencia a enviar mensajes adaptados para la población urbana. Otra deficiencia es que si bien en el ámbito urbano, pueden ser muy aceptados, en el área rural tienen limitaciones porque no todos tienen el tiempo para escuchar y ver radio y TV, o	Los televisores y las radios son muy caros para los pobladores del área rural. La señal tampoco es buena, es decir, en amplias zonas del área rural no hay señal de TV y la cobertura de la radio es menor.

		disponen de un aparato con el que puedan acceder a los medios.	
12	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?	Sí. Estos medios deben ser más sencillos y deben incluir la promoción de personas que expliquen personalmente de qué se trata la carnetización y los documentos de identificación en sí.	Es posible, estos medios deben ser más simples, si es posible deben explicar el tema de manera personal a las mujeres del área rural, acerca de la documentación de identificación y sus beneficios para las personas.
13	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	Participación, ventajas de la identificación personal, proceso de carnetización, sencillez del proceso,	Información sencilla y fácil de asimilar. Una explicación razonable del problema.
14	¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	Necesariamente, para que los efectos sean beneficiosos para las mujeres indígenas o del área rural y para las entidades de identificación. Es importante incidir en temas de interés para las mujeres del área rural, acerca de las ventajas de la carnetización.	Es importante que se fomente la participación para lograr un efecto más positivo en la población femenina del área rural, en relación a la identificación de personas.

N°	Pregunta – Respuestas	Organización: Mujeres Distrito San Juan de Challana Cargo: Presidenta Entrevista 3	Organización: Mujeres Campesinas Distrito San Juan de Challana. Cargo: Vocal Entrevista 4
1	¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?	Sí. En la comunidad se conoce a todas las mujeres, por lo que se puede atestiguar que pertenecen a la comunidad	Algo.
2	¿Informó Ud. a sus asociadas acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?	La verdad no. Pero los de la Alcaldía nos dijeron que era importante contar con carnet para votar y otros beneficios.	No tengo información sobre este tema.
3	¿Informó Ud. a sus asociadas que la identificación es un derecho universal, presente en la CPE?	No sabía que era un derecho.	Algunas personas saben que tener documentos es gratis y es una obligación del Gobierno darnos, pero no vienen.
4	¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?	Como te dije, es un requisito para votar, y también para cobrar el Bonosol y que nos atiendan en los hospitales y centros.	Es requisito para votar y gozar de bonos y otros beneficios que brinda el Gobierno.
5	¿Tuvo Ud. conocimiento de campañas u operativos de identificación de entidades relacionadas con Identificación de Personas en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?	Alguna vez, cuando se acercan fechas de elecciones para Presidente y para Alcaldes.	No tengo conocimiento, pero en Guanay me dijeron varias veces que vaya para que me otorguen carnet de identidad y que avise a los la comunidad, pero es un poco lejos venir y no hay tiempo.
6	¿(En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron las mujeres de su organización en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?	Algunas fueron, más que todo van los varones y los jóvenes porque tienen más tiempo.	Algunas van, pero no todas, porque a veces no comunican todo a las Comunidades, especialmente a las más alejadas de Guanay.

7	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	Radio y TV.	Alguna vez escuché en la radio, que es el medio más accesible para la gente de las Comunidades de Guanay.
8	¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar de manera efectiva a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, sobre la problemática de la documentación?	Sí informan sobre este tema, pero a veces no se entiende.	No me parece, debido a que no se entiende mucho.
9	¿Considera que estos medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	Es limitado, a veces no existe interés porque la gente de las comunidades participe, al final depende de cada persona.	No convence mucho a la gente, porque no se explica bien.
10	¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	A la comunidad en general no sé, pero a las de las organizaciones de mujeres muy poco, porque estamos más interesadas en actividades económicas.	Falta más explicaciones y estar con la gente de la comunidad. Los avisos por radio no siempre se hace caso.
11	En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?	Creo que se realiza de manera poco entendible para la gente del campo. Es más para las mujeres de Guanay.	Son avisos que no dan información adicional, a veces se informa poco o no se explica lo que se tiene que hacer.
12	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?	Sí. Deben ser explicados a las mujeres, no solamente a los hombres. Tampoco hay participación, por lo que las mujeres entienden que no es obligatorio o no es importante.	No vienen personas, solamente avisan por radio o TV, pero no hay más explicaciones y más parece que están interesados en que tengamos carnet, solo para votar en las elecciones.

13	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	Informar todo lo que es la identificación y los documentos de identidad.	Mejor si informan en persona.
14	¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	Sí, sería que los encargados realicen presentaciones en las comunidades, de manera que se encuentren presentes las autoridades de la Comunidad, las mujeres y los niños. Sería bueno que se informe de las ventajas de contar con documentos.	Se debe informar sobre los beneficios de la identificación, pero no una sola vez, sino varias veces de forma periódica, para que la gente de la comunidad, lo vea como algo necesario y entienda porque se deben poseer documentos de identidad.

N°	Pregunta – Respuestas	Organización: Mujeres Distrito Santa Rosa de Challana Cargo: Presidenta Entrevista 5	Organización: Mujeres Campesinas Distrito Santa Rosa de Challana. Cargo: Vocal Entrevista 6
1	¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?	La población en general, es conocida por todos los de la Comunidad. No dejamos que participe otra gente que no sea de la Comunidad, a no ser que sea conocida y quiere favorecer a la población. No conozco mucho sobre documentos de identidad.	Yo tengo carnet y lo saque cuando vinieron de La Paz, para las elecciones del 2013. La población se conoce entre sí y no se permite que se registren personas de otras comunidades o regiones.
2	¿Informó Ud. a sus asociadas acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?	Más que informar me han preguntado los requisitos para tener carnet de identidad y generalmente les digo que tienen que ir a Guanay o a La Paz, para informarse mejor.	Alguna vez, pero en general no es un tema del que se hable todos los días..
3	¿Informó Ud. a sus asociadas que la identificación es un derecho universal, presente en la CPE?	Sí, pero más que todo cuando preguntan si es caro o se tiene que pagar mucho por un carnet.	Sabemos que es obligación del Gobierno darnos documentación en lo posible gratis.
4	¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?	Es importante estar identificado y contar con documentos de identidad, especialmente para todas las mujeres que deben ser atendidas en materia de salud.	Son beneficios que garantizan el acceso a servicios y bonos que proporciona el Gobierno, por lo que es necesario contar con documentos de identidad como el carnet.
5	¿Tuvo Ud. conocimiento de campañas u operativos de identificación de entidades relacionadas con Identificación de Personas en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?	Sí como parte de los esfuerzos que realizan las entidades de identificación para otorgar documentos a los bolivianos. Esto se realiza en determinadas fechas, generalmente, próximas a elecciones, aunque la vigencia de derechos de acceso a servicios de salud, exige que tengamos carnet siempre.	Algo, pero no le tome mucha importancia debido a que ya cuento con documentos de identidad.
6	¿(En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron las mujeres de su	Alguna, especialmente las que necesitaban para realizar trámites y utilizan el banco en Guanay o	No, especialmente las que viven alejadas de

	organización en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?	en La Paz.	Guanay y del Centro de la Comunidad.
7	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	Creo que Radio y algunos avisos en la Plaza de Guanay.	Solamente escuché en la Radio.
8	¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar de manera efectiva a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, sobre la problemática de la documentación?	Decían que vayamos a Guanay para que nos den carnets de identidad, pero el problema es que esos días no pude ir, como la mayoría de las mujeres de la Comunidad.	En parte sí, pero el problema es que eran solamente dos o tres días para hacer y tengo mucho que hacer en mi casa. Las compañeras también están es esta situación. Estos medios informaron tarde.
9	¿Considera que esto medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	No me parece que hayan sido efectivos porque muchas personas de la comunidad que necesitan documentos de identidad, siguen con este problema.	A mi modo de ver no, porque no convencen a la mayoría de las personas.
10	¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	No, porque son distantes, parecería que estuvieran enviando instrucciones, la organización no se siente atraída por estos anuncios, porque tampoco se busca la participación de la organización, aunque algunas personas van porque necesitan el carnet. Otras no lo ven como necesario.	Existe ausencia de explicaciones sobre la necesidad de documentos de identificación, los mensajes dan fechas y horarios y nada más, y las mujeres que pueden van.
11	En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?	Parecen mensajes muy apartados de nosotras, no involucran a la gente. A veces no se realiza una comunicación con el tiempo necesario para ir, no se hace participar a la organización.	Son insuficientes y no toman en cuenta a organizaciones como la nuestra, que está interesada en participar en estas actividades e involucrarse en los problemas de la Comunidad.
12	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o	Claro, para que haya más participación y la población comprenda porque es importante la identificación y el carnet de identidad.	Es necesario mayor involucramiento de las entidades de identificación con la población. Tampoco queremos que nos den nada, pero estas cosas funcionan con mayor participación de

	identificación?, ¿qué medios considera apropiados?		todas las personas de la Comunidad.
13	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	Hacer conocer la importancia de los documentos de identificación y los requisitos para tramitarlos en Guanay o mejor en las mismas comunidades	Deberían ser más concretos y comunicarlos en personas o en reuniones de asociadas.
14	¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	Sí, para que se alcancen los resultados esperados en la otorgación de documentos y no tengan que estar volviendo cada año. Es decir, educar a la gente para que comprenda la importancia de los documentos de identidad y ellos busquen la forma de renovar su carnet.	Me parece que se debe buscar la educación de la gente, y se comprenda la importancia de estos trámites y estos documentos para todas las personas, especialmente, las mujeres.

ANEXO 7

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A EJECUTIVOS DE INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL TEMA DE IDENTIFICACIÓN DE PERSONAS EN BOLIVIA

Cargo: Asesor

Institución: Servicio General de Identificación Personal (SEGIP)

GUÍA DE ENTREVISTA

N°	Pregunta	Respuesta
1	¿Cuál es la importancia de la identificación de personas en Bolivia?	<p>La identificación de personas en Bolivia, es una actividad muy importante, debido a que al igual que en otros países el ejercicio de la ciudadanía exige una identificación de las personas que realizan trámites o se hacen beneficiarios de políticas sociales como es el Bonosol, el Bono "Juancito Pinto" y otros beneficios en salud materno-infantil, etc.</p> <p>A nivel de la administración pública, la identificación precisa de las personas permite al Estado planificar los recursos para los beneficiarios de las políticas sociales de redistribución del ingreso, es decir, asegurarse que las personas que reciban estos beneficios sean bolivianos, no como en algún momento sucedió que campesinos peruanos, haciéndose pasar por bolivianos, cobraron el Bonosol.</p> <p>En las entidades financieras el tema de identificación precisa de las personas que realizan transacciones financieras en el sistema bancario es clave para evitar el lavado de dinero proveniente de fuentes no permitidas o actividades ilícitas que actualmente son universalmente aceptadas.</p>
2	¿Qué segmentos de la población considera que se encuentran indocumentadas en mayor proporción?	<p>Hay varios segmentos de personas indocumentadas en Bolivia. Por ejemplo, a nivel de Certificado de Nacimiento el área rural de los departamentos del oriente, siempre son los más vulnerables y en alguna medida regiones poco accesibles del Altiplano Boliviano.</p> <p>En el tema de la cédula de identidad, los sectores urbanos que se van incorporando a la vida ciudadana, especialmente de niños menores a 4 años, es un sector que siempre requiere de atención. Lo mismo ocurre con los adolescentes de ambos sexos de entre 17 y 19 años, que habiendo tramitado sus primeras cédulas entre los 5 y 12 años, por descuido propio y de sus padres, tienen la obligación de cumplir con sus deberes ciudadanos en elecciones nacionales, departamentales y locales mediante la cédula de identidad. Esta situación es frecuente tanto en áreas urbanas como rurales del país y se presenta la necesidad de documentarlos y actualizar el padrón electoral cada dos o tres años.</p> <p>Otros sectores vulnerables son las mujeres del área rural de regiones aisladas, tanto de las regiones orientales como de valles y altiplano boliviano, las cuales generalmente realizan labores de casa y labores productivas sin salir de sus respectivas comunidades.</p>
3	¿Considera que la población femenina del área rural, incluyendo la población indígena se encuentra en situación de	<p>La población femenina indígena del área rural, es un grupo vulnerable, las mujeres indígenas, tienen muchos problemas para contar con documentos de identidad actualizados. En gran medida, las campañas para documentar a la población se realizan considerando a este grupo de la población.</p>

	¿Indocumentación?	
4	¿En su opinión qué documentos de identificación requieren las mujeres del área rural?	<p>Las mujeres indígenas requieren principalmente, cédula de identidad, debido a que los principales beneficios que se encuentran esencialmente en el área de salud requieren de este documento para la atención y los beneficios consiguientes, ya sea durante el embarazo, o para el binomio madre-niño (a). Incluso las mujeres de la tercera edad requieren de este documento para acceder al bono de solidaridad (Bonosol).</p> <p>Para este último caso, es necesario que el adulto mayor cuente con certificado de nacimiento, que es un documento crítico para tramitar la cédula de identidad, lo cual le permitirá acceder al Bonosol.</p>
5	¿Su Institución realiza campañas u operativos para proporcionar documentos de identificación a estos segmentos de la población?	<p>El SEGIP, realiza campañas u operativos, también denominadas jornadas, para proporcionar documentación a toda la población, pero especialmente a los segmentos en los que se identificó una mayor necesidad de documentos de identificación.</p> <p>Existe necesidad por una mayor presencia de la entidad en este aspecto, se crearon las oficinas móviles de la entidad que se encuentran esencialmente en ciudades intermedias, de las que parten brigadas de funcionarios encargados de proporcionar documentos de identidad a toda la población así lo requiera.</p>
6	¿En su opinión cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres del área rural?	<p>Principalmente el acceso a los beneficios sociales que se obtienen como consecuencia de las políticas de redistribución del ingreso, que realiza el Gobierno. Para acceder a estos beneficios se requiere de la cédula de identidad.</p> <p>Las mujeres requieren de documentos de identidad para ser atendidos en centros de salud y en las escuelas. Es decir, el documento de identidad es un derecho de todo ciudadano que le abre las puertas a un conjunto de beneficios, de manera que la ausencia o no tenencia de este documento puede ser un factor de exclusión social, por ello el SEGIP, cuenta con una serie de estrategias destinadas a dotar a la población de documentos de identidad.</p>
7	¿Cuándo se realizan estas campañas u operativos de identificación en poblaciones del área rural?	<p>En principio era una actividad que se realizaba en fechas cercanas a elecciones nacionales. Luego se presentaron otros acontecimientos de tipo electoral como las elecciones municipales, referéndums, elección de magistrados, procesos de aprobación de estatutos autonómicos, etc., que obligaron a habilitar campañas de carnetización en diferentes épocas.</p> <p>Con la habilitación del padrón electoral, se ha visto que la necesidad de actualización de esta herramienta debe ser continua, por lo que las oficinas móviles de identificación en el área rural hoy son permanentes y se encuentran realizando operativos durante todo el año, movilizándose a diferentes regiones y desde los centros de operaciones, que generalmente son ciudades intermedias, se organizan brigadas móviles de identificación.</p>
8	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	<p>El entrevistado respondió que los medios de comunicación empleados para dar a conocer los operativos de identificación o campañas de carnetización en el área rural son principalmente la radio, la televisión local, avisos de prensa en medios escritos locales de ciudades intermedias, pasacalles y carteles.</p> <p>Para el área rural se emplean avisos permanentes en radio que debido al costo de emisión se destinan a avisos de 20 a 30 segundos de duración. El</p>

		entrevistado respondió que los medios de comunicación empleados para dar a conocer los operativos de identificación o campañas carnetización en el área rural son principalmente la radio, la televisión local, avisos de prensa en medios escritos locales de ciudades intermedias, pasacalles y carteles.
9	¿Qué criterios se emplean para la selección de medios de comunicación para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	El principal criterio empleado es la necesidad de realizar la promoción en medios locales como ser radios, prensa local y canales de televisión local con los cuales los habitantes del lugar se encuentren familiarizados y por lo tanto los escuche o vea más o menos frecuentemente. Para el área rural, el medio idóneo es la radio. Las brigadas móviles no se emplean para la promoción de estas campañas, debido a que se los ocupa en la misma tarea de otorgación de documentos, es decir, no está previsto que hagan promoción de las campañas de carnetización.
10	¿Qué criterios se emplean para la selección de medios de comunicación para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	Los medios empleados informaron correctamente "en la mayoría de los casos, especialmente en las zonas urbanas de las ciudades intermedias. En el área rural no sabemos exactamente, Lo que sí puedo afirmar es que existe cierta población flotante, en los países en vías de desarrollo que no llega a ser empadronada y por lo tanto, no dispone de documentos de identidad." La población del área rural se distribuye en una amplia zona geográfica, en muchos de los municipios y territorios autónomos del Estado Plurinacional de Bolivia, por lo que no es fácil llegar a todos. Las brigadas móviles tienen limitaciones de accesibilidad y presupuesto.
11	¿Considera que estos medios de comunicación pudieron informar correctamente a las mujeres del área rural, para participar en estos operativos?	La radio es un medio bastante efectivo en el área rural, no se debe olvidar que la radio en la historia boliviana tiene una larga tradición de aceptación de parte de la población que habita en estos lugares. Instituciones como Radio San Gabriel, son medios que durante más de 50 años han cumplido un rol efectivo en la comunicación, con la población del área rural. Es cierto que en el área rural existen lugares alejados en los que la radio no tiene cobertura y que muchos hogares no cuentan con un aparato radial, sin embargo, los avisos son permanentes.
12	¿Cree que los medios de comunicación seleccionados por su Institución, son apropiados para persuadir a las mujeres de su organización o a las de la comunidad, para participar en estos operativos?	No se puede pretender persuadir a todas las mujeres con una sola campaña de carnetización, por eso las oficinas móviles y las brigadas móviles son permanentes en el área rural, sin embargo, por el momento es lo que puede hacer la Institución para proporcionar documentos de identidad a la población indígena femenina del área rural. Estamos conscientes de que la mujer indígena del área rural requiere de programas de carnetización más elaborados para tener una mayor efectividad en su participación en estas campañas, por el momento se están evaluando las deficiencias de los medios tradicionales que hasta el momento se ha empleado en este tipo de operativos, y si es necesario se introducirán cambios.
13	En su opinión, ¿cuáles son las deficiencias de estos medios de comunicación?	Las principales deficiencias se encuentran en la falta de persuasión de las mujeres indígenas del área rural, debido a que no participan de manera efectiva en el proceso de carnetización que lleva a cabo la entidad responsable de identificación en Bolivia. Muy posiblemente, los medios seleccionados no hayan dado los

		resultados esperados, o que no se hayan seleccionado de manera adecuada. Además, se observa la falta de cobertura y claridad en los mensajes para una población con un grado bajo de escolaridad, por lo que posiblemente los mensajes no se entiendan de parte de este grupo de la población.
14	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados	Posiblemente se requieran medios alternativos que sean apropiados para estos grupos de personas. Sin embargo, por el momento no es posible realizar cambios trascendentales a no ser que se adapten medios y recursos que no signifique un incremento sustancial en los gastos de promoción de las campañas de carnetización. Además añade que: “los medios que pueden ser apropiados pueden ser audiovisuales que se los exhibiría en las diferentes comunidades, por parte de las brigadas móviles”.
15	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	El mensaje principal debe girar en torno a la importancia de la identificación para las personas, así como, la importancia de tener documentos de identificación y los beneficios de la misma. El mensaje debe concluir con un llamado a la participación de todas las personas que no cuentan con documentos.
16	¿Considera que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	El entrevistado respondió que “efectivamente debe haber mayor participación de las personas indocumentadas” Esta respuesta no se relaciona con lo que solicitan o desean las líderes de las comunidades de Guanay que quieren que exista un mayor involucramiento de parte de las organizaciones comunitarias para lograr mayor efectividad en los procesos de carnetización.

ANEXO 8

RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL DE MUJERES INDÍGENAS DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

N°	Preguntas – Respuestas	GRUPO FOCAL 1 Comunidad: Organización Distrito Chacapa
1	¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?	<p>Participante 1: No sé mucho sobre este tema.</p> <p>Participante 2: Los documentos permiten que las personas tengan acceso a diversos beneficios como la educación, la salud, Bonosol y otros.</p> <p>Participante 4: Muchas mujeres no tienen, pero en la Comunidad todas nos conocemos entre nosotras.</p> <p>Participante 5. Además, creo que con el carnet se puede ejercer el derecho a votar en las elecciones.</p>
2	¿Recibieron información acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?	<p>Participante 1: Ninguna información.</p> <p>Participante 2: En el Colegio el profesor decía que los documentos permiten que las personas ejerzan sus derechos, principalmente acceso a la salud, educación y elección de autoridades.</p> <p>Participante 3: Es importante porque permiten que las personas sean tratadas como ciudadanos.</p>
3	¿Fueron capacitadas o informadas acerca de la identificación como un derecho universal, presente en la CPE?	<p>Participante 1: La verdad que no me dijeron que era un Derecho Universal.</p> <p>Participante 3: Sí pero muy superficialmente, como parte de los otros derechos de las personas.</p> <p>Participante 4: Alguna vez en ocasión de visitas de autoridades, pero no es algo que se pueda decir capacitación.</p>
4	¿Cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?	<p>Participante 2: Acceso a salud, educación, elecciones nacionales y municipales, etc.</p> <p>Participante 3: Todo lo que proporciona el Estado se da con el carnet.</p> <p>Participante 4: Sí, además de los bonos como el Bonosol, Juancito Pinto, etc.</p>
5	¿Se enteraron de algún tipo de campañas operativos u oficinas temporales de identificación de entidades relacionadas con esta temática en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de	<p>Participante 1: Sí, pero no se entendía mucho, era para la elección de Presidente.</p> <p>Participante 2: No, pero cuando necesitaba carnet me dijeron que a veces vienen a carnetizar desde La Paz, si no hay que ir hasta allá.</p> <p>Participante 3: Para las elecciones municipales vinieron por dos o tres días creo.</p>

	Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?	<p>Participante 4: Sí, pero me avisaron cuando ya se fueron.</p> <p>Participante 5. Sí, alguna vez escuche que iban a venir, pero era un aviso por la radio que no se entendía mucho.</p>
6	(En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?	<p>Participante 1: No participe, creo que había que buscarlos en Guanay y no pude ir.</p> <p>Participante 2: No, fui a La Paz.</p> <p>Participante 3: Sí, pero tuve que ir a buscarlos, a veces no estaban, y me hicieron esperar mucho.</p> <p>Participante 5. No, porque ya tengo carnet, pero creo que ya se venció, vuelven o no?</p>
7	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	<p>Participante 1: Creo que radio.</p> <p>Participante 2: Sí, Radio y TV local, de Guanay.</p> <p>Participante 3: Radio y avisos en la plaza de Guanay.</p> <p>Participante 4: Radio y TV de Guanay.</p> <p>Participante 5. Radio.</p>
8	¿Consideran que estos medios de comunicación pudieron persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?	<p>Participante 1: No creo, porque era algo muy limitado.</p> <p>Participante 2: No, porque la gente va a La Paz, estas campañas son temporales y los documentos a veces necesitan urgente.</p> <p>Participante 3: Sí, solamente a algunas que tienen más tiempo.</p> <p>Participante 5. No, porque duran poco tiempo.</p>
9	¿Consideran que esto medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?	<p>Participante 1: No.</p> <p>Participante 2: No.</p> <p>Participante 3: No.</p> <p>Participante 4: En parte, algunas mujeres participan por la comodidad de hacerlo en Guanay, para otras incluso llegar a Guanay es difícil.</p> <p>Participante 5. No.</p>
10	¿Creen que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para las mujeres de su comunidad, para animarles participar en estos operativos?, ¿qué deficiencias puede mencionar?	<p>Participante 1: No me parece, porque no informan bien.</p> <p>Participante 2: No, son medios que no todos ven. En el área rural no hay señal de TV y la Radio solamente se escucha en ciertos horarios. Tampoco se entiende y más que todo, lo de trasladarse a Guanay no se puede siempre.</p> <p>Participante 3: No.</p> <p>Participante 4: No, porque hay problemas para cumplir con lo que se informa.</p>

		Participante 5. No.
11	¿Cuáles son las deficiencias de los medios de comunicación empleados en las campañas de carnetización?	Participante 1: No son participativos. Participante 2: Tienen limitaciones de horario y no llegan a todos los hogares. Participante 3: No se entiende mucho lo que desean comunicar a la población y parece no interesarles si vas o no. Participante 5. No, se entiende. También las campañas no están bien, duran poco.
12	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?	Participante 2: Sí, pueden ser medios audiovisuales explicados por personas que conozcan bien el problema. Participante 3: Es necesario para que se logre mejores resultados en el proceso de información y comunicación. Estos medios deben ser más ilustrativos y empleando lenguaje apropiado para la gente del campo. Participante 4: Sí, por ejemplo con videos y otros. Participante 5. No, pero deberían emplearse medios complementarios como promotores para expliquen mejor en las comunidades.
13	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	Participante 2: Participación de la Comunidad en el problema. Participante 3: Importancia de la identificación y de los documentos de identidad. Participante 4: Explicar bien el tema de la identificación. Participante 5. Ventajas de estar documentada.
14	¿Consideran que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	Participante 1: Sí se debe procurar que participen todos tomando en cuenta a sus organizaciones. Se debe incidir en una explicación completa sobre el tema. Participante 4: Sí, para que se tenga mayor efectividad en la otorgación de carnets. Participante 5. Por supuesto, las organizaciones de mujeres pueden contribuir al éxito de las campañas de otorgación de carnets, aunque se debería aproximar en primera instancia y planificar mejor.

N°	Preguntas – Respuestas	<p align="center">GRUPO FOCAL 2</p> <p align="center">Comunidad: Organización Distrito San Juan de Challana</p>
1	¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?	<p>Participante 1: Sí, conozco un poco del tema. Tengo carnet pero hace años que no puedo renovar.</p> <p>Participante 2: No utilizo mucho los documentos.</p> <p>Participante 3: Se que es importante el carnet, yo no tengo.</p> <p>Participante 4: Aquí en la comunidad tiene, pero no se sí han renovado.</p> <p>Participante 5: También no es fácil sacar carnet, creo que hay que ir a La Paz.</p>
2	¿Recibieron información acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?	<p>Participante 2: De familiares y amigos que viven en La Paz, Dicen que es importante.</p> <p>Participante 4: Los políticos que vienen a visitar decía que era importante para votar por ellos. Algunos no me gustaban por eso no saque en ese tiempo.</p> <p>Participante 5: Es importante para ir al Hospital y que nos atiendan, especialmente a mujeres embarazadas.</p>
3	¿Fueron capacitadas o informadas acerca de la identificación como un derecho universal, presente en la CPE?	<p>Participante 1: Sí, me informaron, pero junto con los otros derechos, son hartos no?</p> <p>Participante 2: No, no me informaron.</p> <p>Participante 3: No, no me dijeron nada.</p> <p>Participante 5: Algunas veces, pero no entiendo mucho.</p>
4	¿Cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?	<p>Participante 1: Sirve para identificarte cuando vas al banco, o vas a los centros de salud o votas en las elecciones.</p> <p>Participante 2: También te piden para cobrar el Bonosol y el Juancito Pinto.</p> <p>Participante 3: Para recoger encomienda también piden el carnet.</p> <p>Participante 4: Es útil en muchos aspectos, especialmente para recibir beneficios.</p> <p>Participante 5: En la escuela sirve para identificar a las personas.</p>
5	¿Se enteraron de algún tipo de campañas, operativos u oficinas temporales de identificación de entidades relacionadas con esta temática en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas	<p>Participante 1: No, me parecía que se debe sacar en Guanay o en La Paz.</p> <p>Participante 2: Sí alguna vez escuché en la radio que era para dar carnet y votar en las elecciones.</p> <p>Participante 3: Sí, pero son campañas que realizan en Guanay y no puedo ir.</p> <p>Participante 5. Sí, alguna vez escuché en la Radio estas personas habían dado carnets,</p>

	campañas u operativos?	pero yo no sabía.
6	(En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron en dichas campañas u operativos de identificación? ¿cómo participaron?	<p>Participante 1: No, la participación es escasa, precisamente porque no se informa bien.</p> <p>Participante 2: En general, las mujeres de las comunidades rurales no podemos ir en grupo, se tienen otras actividades que cumplir en la casa y en la comunidad.</p> <p>Participante 3: No.</p> <p>Participante 5. Algunas participaron, pero no todas las que necesitan.</p>
7	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	<p>Participante 1: Principalmente radio pero que no llega a todos los hogares del campo.</p> <p>Participante 2: Radio, TV y avisos en Guanay.</p> <p>Participante 3: Radio.</p> <p>Participante 5. Radio y avisos de prensa.</p>
8	¿Consideran que estos medios de comunicación pudieron persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?	<p>Participante 1: Sí, pero no son muchas, como le digo si es en Guanay, no todas pueden ir, nos queda lejos.</p> <p>Participante 2: Es que se debe cambiar el lugar, tal vez hacer en las comunidades.</p> <p>Participante 4: No, porque los avisos por radio, no se entiende.</p>
9	¿Consideran que esto medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?	<p>Participante 1: A muy pocas.</p> <p>Participante 2: No.</p> <p>Participante 3: A una que otra, que además necesita de documentos de identidad..</p> <p>Participante 4: No. Porque se organiza con mucho apresuramiento. Guanay es difícil.</p> <p>Participante 5. No.</p>
10	¿Creen que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para las mujeres de su comunidad, para animarles participar en estos operativos?, ¿qué deficiencias puede mencionar?	<p>Participante 2: No, falta adecuarlos a la gente del campo.</p> <p>Participante 3: No. Llegan a pocas personas y no se explica bien el tema.</p> <p>Participante 4: Solamente indican cuando se va a llevar a cabo, falta socializar el tema.</p> <p>Participante 5. No me parece que no se ocupan de hacer participar a la gente proporcionándoles buena información, no involucran a todos.</p>
11	¿Cuáles son las deficiencias de los medios de comunicación empleados en las campañas de carnetización?	<p>Participante 1: No están hechos en base a un plan..</p> <p>Participante 2: Creo que no se controla que hayan tenido el efecto esperado.</p> <p>Participante 4: Se entiende a medias lo que dicen, pero también el tiempo es limitado.</p> <p>Participante 5. Todo se hace de manera apresurada.</p>

12	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?	<p>Participante 1: Sí. Estos medios deben ser más directos y explicarlos a las personas en las comunidades.</p> <p>Participante 2: Es necesario, para lograr una mayor cantidad de personas documentadas. Esto medios pueden ser las cartillas educativas.</p> <p>Participante 5: Sí es necesario porque los medios utilizados actualmente no son efectivos. Estos medios alternativos pueden ser gráficos o visuales, pero con personas que expliquen estas campañas de identificación en las comunidades.</p>
13	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	<p>Participante 2: Explicar mejor para qué sirven los documentos de identificación.</p> <p>Participante 3: El mensaje está bien, no se explica mucho si van a venir a la comunidades o hay que ir a Guanay.</p> <p>Participante 5. Es mejor se explican en las comunidades.</p>
14	¿Consideran que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	<p>Participante 1: Sí, no solo de las personas sino de las organizaciones comunitarias que se encuentran interesadas en participar.</p> <p>Participante 2: Es mejor explicar en persona. En lo que más se debe incidir es en la sencillez del trámite.</p> <p>Participante 4. Se debe hacer explicaciones mediante personas, mejor en la comunidad.</p>

N°	Preguntas – Respuestas	<p align="center">GRUPO FOCAL 3</p> <p align="center">Comunidad: Organización Distrito Santa Rosa de Challana</p>
1	¿Tiene conocimiento acerca de la identificación de las mujeres de Guanay, afiliadas a su organización, es decir conoce si tienen documentos de identidad?, ¿cómo se registraron ante su organización?	<p>Participante 1: Algo conozco. Las compañeras del área rural en su mayoría no cuentan con carnet. Para inscribirse en la organización no es necesario, nos conocemos todas.</p> <p>Participante 2: Casi no usamos documentos entre nosotras. Tampoco nos pedimos carnet para inscribirse en la asociación, casi todas se conocen.</p> <p>Participante 5: No es fácil hacer el trámite. Hay que viajar a Guanay o a La Paz. Aquí no nos pedimos carnet, porque nos conocemos desde niñas.</p>
2	¿Recibieron información acerca de la importancia de contar con documentos de identificación?	<p>Participante 1: De mis parientes que viven en La Paz. Ahí dice que piden mucho el carnet.</p> <p>Participante 2: De mis papás que me han contado que en todo lado piden el carnet.</p> <p>Participante 4: Algunos políticos hablan pero son unos maleantes.</p> <p>Participante 5: Aquí no hablan mucho, pero nosotras nos estamos dando cuenta que necesitamos carnet.</p>
3	¿Fueron capacitadas o informadas acerca de la identificación como un derecho universal, presente en la CPE?	<p>Participante 1: No, esas cosas no informan.</p> <p>Participante 3: No, no me informaron.</p> <p>Participante 4: No</p> <p>Participante 5: Alguna vez pero no me acuerdo.</p>
4	¿Cuáles son las ventajas de la identificación y de la disponibilidad de documentos de identidad, para las mujeres de su organización?	<p>Participante 1: Es un documento que dice quién eres y qué haces.</p> <p>Participante 2: Sirve para que te atiendan en el banco y en los hospitales.</p> <p>Participante 3: Es para identificarte en todo lugar donde te piden.</p> <p>Participante 4: Sirve para que te inscriban en el colegio.</p> <p>Participante 5: Te piden para votar para presidente y alcalde.</p>
5	¿Se enteraron de algún tipo de campañas, operativos u oficinas temporales de identificación de entidades relacionadas con esta temática en Bolivia, para carnetizar u otorgar documentos de identificación a mujeres de los distritos rurales de Guanay?, ¿en qué circunstancias se dieron estas campañas u operativos?	<p>Participante 1: No.</p> <p>Participante 2: Sí, pero solo una vez me comentaron que vinieron a Guanay. Pero ya se habían ido.</p> <p>Participante 3: Sí, pero no entendí muy bien que había que hacer para sacar el carnet de identidad.</p> <p>Participante 4: Sí, para mí es difícil a Guanay, tienen que avisarme con anticipación.</p>

		Participante 5. Sí, en la radio decían, pero después ya no han dicho nada.
6	(En caso de Sí, a la pregunta 5), ¿Participaron en dichas campañas u operativos de identificación?, ¿cómo participaron?	Participante 1: No hasta ahora no tengo carnet, pero tampoco necesito. Participante 2: Sí pero tarda hartoo, hice cola, por casi 6 horas. Participante 3: Fui, pero demoró mucho y volví a la comunidad. Participante 3: No, esos días tenía hato trabajo en los cocales. Participante 5. Mis amigas fueron. A dos nomás les dieron carnet a las otras tres dice que tardaba mucho.
7	¿Qué medios de comunicación emplearon para dar a conocer los operativos de identificación o carnetización?	Participante 1: Aquí solamente entra la Radio. Participante 2: Radio y mis amigas me han dicho que en Guanay avisaron por la TV. Participante 3: Radio. Participante 4: Radio no más. Participante 5. Dicen que han avisado por la Radio.
8	¿Consideran que estos medios de comunicación pudieron persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?	Participante 1: A las de Guanay no sé, pero a las de la Comunidad casi nadie va porque te avisen por radio. Participante 2: No, las campañas duran dos días o tres y los avisos no se entiende. A veces mis amigas van y no les atienden. Participante 4: No, los avisos por radio, no se entiende.
9	¿Consideran que esto medios de comunicación fueron efectivos para persuadir a las mujeres de su comunidad, para participar en estos operativos?	Participante 1: Casi no se entiende Participante 2: La verdad que no me anima a sacar carnet. Participante 3: A pocas, la mayoría no ve necesario el carnet. Participante 4: No. Están muy apurados y cuando vas tardan hartoo en atenderte. Participante 5. No.
10	¿Creen que los medios de comunicación seleccionados por las Instituciones relacionadas con el tema de Identificación de Personas, son apropiados para las mujeres de su comunidad, para animarles participar en estos operativos?, ¿qué deficiencias puede mencionar?	Participante 2: No, tal vez para la gente que vive en Guanay. Participante 3: No. No los entendemos, Participante 4: Falta socializar el tema. Participante 5. No son apropiados porque nosotras no entendemos.
11	¿Cuáles son las deficiencias de los medios de comunicación empleados en las campañas de carnetización?	Participante 1: No sé, pero no me llaman la atención. Participante 2: Puede ser que no sean para nosotras.

		<p>Participante 3: No informan bien.</p> <p>Participante 4: Todo está mal desde la campaña, que es muy corta, hasta los avisos y medios que utilizan</p> <p>Participante 5. No sé.</p>
12	¿Considera que se requieren medios alternativos de comunicación para lograr una mayor efectividad en las campañas u operativos de carnetización o identificación?, ¿qué medios considera apropiados?	<p>Participante 3: Es decir, otros medios para informar? Seguro que se necesita. Unos en los que la información nos den en la Comunidad.</p> <p>Participante 4: No sería mejor que hagan campaña en la Comunidad por más tiempo.</p> <p>Participante 5. La verdad que no sé, pero en otros casos ayuda mucho que sean medios en los que se explique aquí en la Comunidad..</p>
13	¿Cuál debería ser el mensaje de estos medios de comunicación?	<p>Participante 2: ¿Qué son y para qué sirven los documentos de identificación? Y ¿si es difícil tramitarlos aquí en el campo?.</p> <p>Participante 3: Ventajas de tener carnet.</p> <p>Participante 5. Ventajas de la documentación y cómo sacar el carnet en Guanay..</p>
14	¿Consideran que estos operativos y los medios de comunicación deben promover una mayor participación de la mujer en los procesos de identificación o carnetización?, ¿en qué se debe incidir mayormente?	<p>Participante 1: Sí para que la población vaya.</p> <p>Participante 2: Sí para las que necesitan.</p> <p>Participante 4: No sé.</p> <p>Participante 5. No sé.</p>

ANEXO 9 AFICHES DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE JORNADAS DE ENTREGA DE DOCUMENTOS DE IDENTIDAD A LAS MUJERES DE LOS DISTRITOS RURALES DEL MUNICIPIO DE GUANAY

**SERVICIO GENERAL DE IDENTIFICACIÓN
PERSONAL
(SEGIP)**

**SERVICIO DE REGISTRO CÍVICO
(SERECI)**

GOBIERNO MUNICIPAL DE GUANAY

**“JORNADAS DE ENTREGA DE
DOCUMENTOS DE IDENTIDAD”**



“LOS DOCUMENTOS DE IDENTIDAD TE PERMITEN ACCEDER A LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN, SALUD Y BENEFICIOS SOCIALES PARA LAS MUJERES Y TUS HIJOS”



“EL CERTIFICADO DE NACIMIENTO ES UN DOCUMENTO, EN EL QUE SE CERTIFICA QUE TU HIJO NACIÓ VIVO. ADEMÁS INDICA QUIÉNES SON SUS PADRES Y LA FECHA Y LUGAR EN EL QUE NACIÓ”



“LA CÉDULA DE IDENTIDAD, ES UN DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN EN EL QUE SE ENCUENTRA REGISTRADO TU NOMBRE COMPLETO, ADEMÁS DE LA FECHA Y LUGAR DE NACIMIENTO”



**“SE INVITA A TODA LA POBLACIÓN DE LA
COMUNIDAD XXX DE SANTA ROSA DE
CHALLANA A LA REUNIÓN INFORMATIVA
SOBRE DOCUMENTOS DE IDENTIDAD Y
SUS BENEFICIOS PARA LA POBLACIÓN, A
DESARROLLARSE EN LA ESCUELA
“SANTA ROSA”**



“LAS JORNADAS DE ENTREGA DE DOCUMENTOS DE IDENTIDAD CUENTA CON EL AVAL Y PARTICIPACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE MUJERES INDÍGENAS DE LA PROVINCIA LARECAJA, FILIAL SAN JUAN DE CHALLANA”

14:00 DE FORMA CONTINUA”

ANEXO 10 REPORTE FOTOGRAFICO, DEL TRABAJO DE CAMPO REALIZADO EN EL MUNICIPIO DE GUANAY

Fotografía N° 1



Fotografía N° 2



Fotografía N° 3



Fotografía N° 4



Fotografía N° 5



Fotografía N° 6

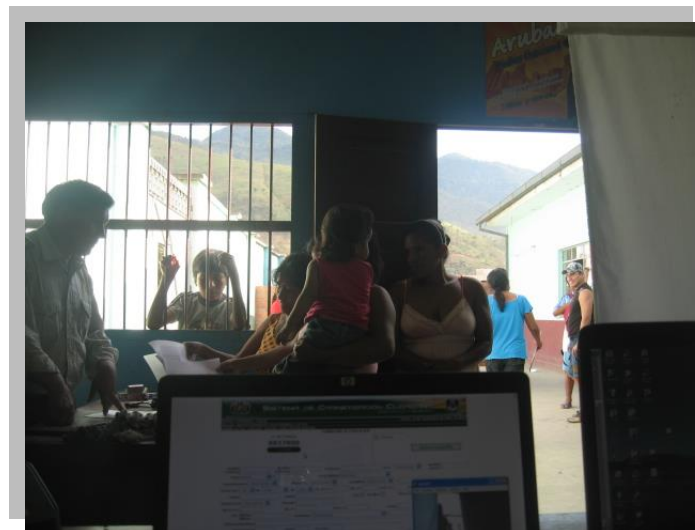


REPORTE FOTOGRAFICO DEL TRABAJO REALIZADO JUNTO AL SERECI

Fotografía N° 7



Fotografía N° 8



Fotografía N° 9



Fotografía N° 10



Fotografía N° 11



Fotografía N° 12



CARTILLAS DIRIGIDAS A LAS MUJERES INDIGENAS DE LA COMUNIDAD DE GUANAY



DERECHO A LA IDENTIDAD

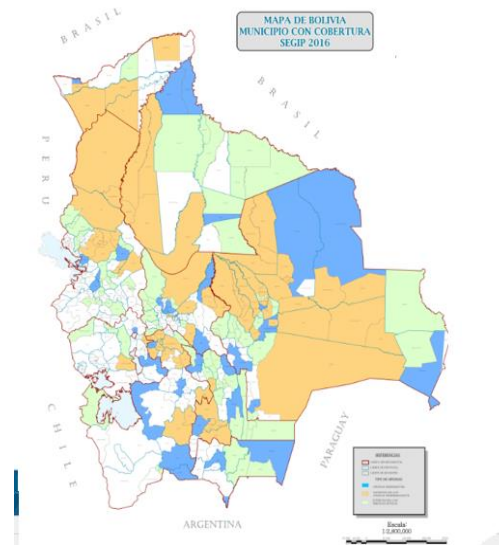
CEDULA DE IDENTIDAD (C.I.)

- Es un documento público e intransferible
- Es el ÚNICO DOCUMENTO de identidad personal para los actos civiles, comerciales, administrativos, judiciales. Por ejemplo sufragar, casarse, vender, viajar, cobrar en los bancos, etc.



¿De dónde se obtienes la Cedula de Identidad?

La Cédula de Identidad se obtiene en las oficinas del Servicio General de Identificación Personal SEGIP a nivel nacional.



BOLIVIA CUENTA CON **339** MUNICIPIOS,
DE LOS CUALES LLEGAMOS A

328 MUNICIPIOS:

39 CON OFICINAS FIJAS Y

289 CON OFICINAS
SEMIPERMANENTES Y

BRIGADAS MOVILES

97% Cobertura

CERTIFICADO DE NACIMIENTO

- Es un documento, donde se reconoce legalmente la existencia de una persona, también se conoce como partida de nacimiento. Se inscribe en todas las oficinas de Registro Civil a nivel nacional SERECI.

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA
IOER Nº 092448
INSTRUMENTO PÚBLICO
TRIBUNAL SUPLENTE ELECTRONICO
SERECI

CERTIFICADO DE NACIMIENTO GRATUITO

Certificado Oficial No. 2010(03)Libro No. 45 Partida No. 4 Folio No. 4

Del Departamento La Paz Provincia Marilú

Localidad Nuestra Señora de La Paz

Con fecha de partida: Día 6 Mes marzo Año 2016

Se halla inscrito el nacimiento de:

EVANGHELINE GABRIELLE FRONANILLA CUSI
Nombres y Apellidos del Inscrito

Lugar de Nacimiento: La Paz Marilú Nuestra Señora de La Paz
Departamento Provincia Localidad

Fecha de Nacimiento: 25 febrero 2015 10:45 Femenino
Día Mes Año Hora Sexo

EDGAR IVAN FRONANILLA LOPEZ
Nombres y Apellidos del Padre

SUSANA CUSI CONDORI
Nombres y Apellidos de la Madre

OBSERVACIONES COPIA ORIGINAL

LUGAR Y FECHA DE EMBIÓN	LOCALIDAD	DIA	MES	AÑO
	<u>La Paz</u>	<u>6</u>	<u>marzo</u>	<u>2016</u>

Form. N.º 1001
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA
SERECI

Katherine Lidia Caballero
Katherine Lidia Caballero
OFICIAL DE REGISTRO CIVIL
SERECI LA PAZ
TRIBUNAL SUPLENTE ELECTRONICO
OFICIAL DE REGISTRO CIVIL

Este certificado, cuando NULO si en él se hubieran hecho resoluciones, enmendaciones o adiciones.

IDENTIDAD E INSCRIPCIONES DE NACIMIENTO

¿Qué es el derecho a la identidad?

- Es un derecho humano que se expresa en la imagen y circunstancias que determinan quien y que es una persona.
- Se hace efectivo con un nombre, una identificación y una nacionalidad



¿Qué es el nombre?

- Es lo que distingue de por vida a cada persona



JUANA ROSA SUSANA IVAN
ROBERTO LUCIA JOSE

CLASES DE FILIACIÓN

En nuestro país se reconocen dos clases de filiación:

- Matrimonial.- Es cuando el hij@ nace dentro del matrimonio

Ejemplo:

Susana está casada con Ivan y tiene una hija Evangheline. La ley asume que Evangheline es hija de Ivan, por el hecho de que están casados.

- Extramatrimonial.- Es cuando el hij@ nace fuera del matrimonio. Lo pueden reconocer de manera conjunta o separada.



¿Cómo se realiza el Reconocimiento?

- Es un acto personal, que VINCULA O UNE a un nin@ con su madre y padre, que genera derechos y obligaciones ejemplo: cariño, herencia, alimentos, etc.

