

El Consejo Nacional de Población impulsa actualmente la campaña **Planifica, es cuestión de querer**, dirigida a personas de 15 a 29 años. Los mensajes de esta campaña giran alrededor de un eje conceptual: la planificación familiar tiene como objetivo permitir a las personas y a las parejas cristalizar sus preferencias reproductivas.

Esto que puede decirse en dos pequeñas líneas implica el análisis de una serie de conceptos que convierte a la campaña en un proyecto de comunicación educativa. Porque quien decida enfrentarse de manera analítica a esta idea central, tendrá que plantearse antes que nada la pregunta ¿cuál es mi preferencia?, lo que en sí mismo constituye un ejercicio poco usual en nuestras épocas de comunicación masiva.

Para responder esta pregunta, quien se la formula, tendrá que determinar en función de qué prefiere el número de hijos que elige. Porque, por más elemental que sea, un proceso de opción ocurre siempre cuando se relacionan, comparan, ponderan y eligen objetos, ideas o situaciones. En este caso, la campaña propone una serie de ele-

Planificación como estrategia educativa

mentos: tiempo para disfrutar a los hijos, infraestructura a partir de la cual garantizarles calidad de vida, opiniones y preferencias del compañero o compañera, reconocimiento de las condiciones personales de madurez, coyuntura, momento por el que está pasando la pareja...

Los mensajes buscan plantear preguntas, generar inquietudes, propiciar un debate horizontal y abierto que enfrente a quienes los escuchan a sí mismos, a su propia experiencia como hijos o hermanos, a las pautas culturales que circunscriben su realidad, a su proyecto personal de vida, a los planes que preconiben con su pareja.

En este sentido, la campaña aborda el concepto de Planificación Familiar más allá del solo uso de métodos anticonceptivos e incorpora las ideas de planeación de la vida

como pareja y como padres y de realización personal de los individuos. Asimismo, busca un inicio de la reflexión acerca de la reproducción en etapas más tempranas del curso de vida de las personas, haciendo referencia a las decisiones relativas a la edad al matrimonio y a la edad en que se tienen el primer embarazo, vinculando ambos procesos en los mensajes que la constituyen.

La campaña **Planifica es cuestión de querer**, como proceso de comunicación educativa, propone que sean las personas y las parejas quienes -al formularse un proyecto claro- demanden información, servicios, o consejería, para planear las estrategias que les permitan cristalizar sus preferencias reproductivas y asumir de manera consciente e informada las consecuencias de las mismas.

Educación y género

Malú Valenzuela

El Programa de Formación de Trabajadoras del Grupo de Educación Popular con Mujeres, A.C. (GEM), ha desarrollado desde hace cinco años diversas actividades de formación, promoción y asesoría a grupos de maestras de preescolar y primaria con el propósito, por un lado, de analizar la problemática de género que vive el magisterio femenino y, por el otro, impulsar la elaboración de propuestas de políticas públicas tendientes a eliminar el sexismo en el ámbito educativo y escolar.

Bajo el reconocimiento de que la labor que realizan las maestras de preescolar y primaria se encuentra estrechamente vinculado a su condición como mujeres, en una primera etapa GEM promovió, mediante distintas modalidades de formación, el análisis sobre las condiciones de trabajo bajo las cuales las maestras desempeñan su labor docente en las escuelas, considerando fundamentalmente la problemática de la salud. Este trabajo condujo a impulsar y diversi-