
LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE GRUPOS OBJETIVO
EN SUBPROGRAMAS DE “CULTURA DEL AGUA”
EN HERMOSILLO, SONORA

América Nallely Lutz Ley*

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se aplica el modelo de construcción social de grupos objetivo de políticas públicas (Ingram, Schneider y DeLeon 2007) para analizar los subprogramas “Aprende Jugando”, “La Ruta del Cuidado en tu Colonia” y “Mi Empresa le va a Hermosillo”, que se desarrollaron en el municipio de Hermosillo durante el periodo 2004-2006 como parte del programa general de “Cultura del Agua” a cargo del organismo operador Agua de Hermosillo (AGUAH). El programa se desarrolla conjuntamente tanto con la Comisión Estatal del Agua (CEA) como con la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), las cuales tienen respectivamente programas con el mismo nombre aunque con objetivos distintos a los de AGUAH.

El programa a nivel municipal recibe presupuesto federal y estatal (50 por ciento de cada uno); empezó a operar desde la administración de Francisco Búrquez Valenzuela (2001-2003) y ha continuado hasta el periodo 2006-2009. En su inicio comenzó con la meta de disminuir el consumo de agua de 335 a 140 litros por habitante por día en un periodo de cinco años. En la siguiente administración, 2003-2006 (a cargo de María Dolores del Río Sánchez), la meta fue reducirlo de

* Maestra en ciencias sociales con especialidad en teoría y análisis de asuntos públicos de El Colegio de Sonora. Correo electrónico: america_lutz@hotmail.com

304 a 220 litros por habitante por día (Ávila 2005, 93-99). De 2004 a 2006, “Cultura del Agua” se incorporó al programa estratégico municipal “Yo le Voy a Hermosillo”; tuvo como objetivo “promover una cultura eficiente del agua entre nuestras familias, para crear conciencia de que todos somos responsables del cuidado y aprovechamiento de la misma” (Ávila 2005, 100).

El programa “Cultura del Agua” operó de dos maneras: la primera a través de una serie de subprogramas específicos a cargo de la Coordinación de Cultura del Agua, perteneciente al organismo operador, y la segunda a través de una amplia campaña en medios de comunicación por parte del Departamento de Comunicación Social del ayuntamiento de la ciudad. Los cinco subprogramas de AGUAH en ese periodo fueron: 1) Aprende Jugando, 2) ¡Bájale!, 3) La Ruta del Cuidado en tu Colonia, 4) Mi Empresa le va a Hermosillo y 5) Nuestra Gente Grande También son Inspectores (Ávila 2005, 100-104). De éstos, los subprogramas 1, 3 y 4 se analizan en este trabajo.

El subprograma “Aprende Jugando” se dirigió a alumnos de preescolar, primaria y secundaria, tanto de escuelas públicas como privadas. Consistía en pláticas de 15 minutos para exponer la importancia del líquido en distintos aspectos de la vida, una serie de juegos con temas relacionados con el agua que variaban dependiendo del grado escolar, una obra de teatro guiñol, el obsequio de artículos promocionales con mensajes y logos del programa, la capacitación y nombramiento de los alumnos como “Guardianes del Agua” (supervisores del uso dentro de sus hogares) y pláticas para los padres de familia sobre el cuidado del recurso, consejos para detectar fugas y leer medidores, así como promocionar los dispositivos ahorradores (*kit ahorrador*).

“La Ruta del Cuidado en tu Colonia” se destinó a los habitantes de colonias seleccionadas por el Ayuntamiento de Hermosillo para recibir pláticas relacionadas con el programa “Yo le Voy a Hermosillo”, dentro de las cuales se daba oportunidad a los instructores de AGUAH para exponer lo referente al cuidado del recurso. Los ciudadanos podían asistir voluntariamente a las reuniones, también se les obsequiaban artículos promocionales y se mostraba el kit ahorrador.

Finalmente, el subprograma “Mi Empresa le va a Hermosillo” se dirigió a empresas y organizaciones (gubernamentales y no gubernamentales) que solicitaran la visita del personal del organismo. En este caso, las acciones principales eran promocionar el kit ahorrador entre los empleados y capacitarlos para su uso, así como recomendar y asesorar a estas organizaciones para que difundieran mensajes sobre el uso adecuado del agua.

El motivo para seleccionar estos tres subprogramas de entre todos los que se implementaron de 2004 a 2006 es que fueron continuados en la administración 2006-2009 (a cargo de Ernesto Gándara Camou) y operaron de manera similar a como lo hicieron en sus orígenes. De acuerdo con la información ofrecida en el sitio de Internet de AGUAH (Agua de Hermosillo 2008), “Aprende Jugando” y “La Ruta del Cuidado en tu Colonia” han aplicado acciones similares entre una administración y otra, aunque el segundo ahora se dirige específicamente a las amas de casa. “Mi Empresa le va a Hermosillo” es similar al nuevo subprograma “Empresa Responsable en el Cuidado del Agua” y mantiene el propósito de multiplicar el mensaje de cuidado del líquido a través del sector industrial y comercial. Dada la continuidad de estos programas entre los gobiernos de María Dolores del Río y el de Ernesto Gándara Camou, el análisis que se realizará en la segunda parte del presente trabajo respecto al periodo 2004-2006 puede ser aplicable también a la administración 2006-2009. En el estudio de los subprogramas se emplea el modelo de construcción social de grupos objetivo, descrito al inicio de esta obra, el cual permite explicar el diseño de políticas públicas en función de las características de los grupos a los cuales van dirigidos éstas.

LA CULTURA DEL AGUA

A PARTIR DEL MODELO DE CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE GRUPOS OBJETIVO

En esta sección se analizan los tres subprogramas de “Cultura del Agua” a partir de las variables del modelo de construcción social de

grupos objetivo. Cada apartado se centrará en un subprograma particular, para el que se describirán los elementos del modelo. Debido a que las metas de reducción del consumo y de concientización de la ciudadanía que se indicaron en la primera parte del presente trabajo son comunes a los tres subprogramas, se observarán los elementos restantes: grupos objetivo, herramientas y fundamentos lógicos de la política.

Aprende Jugando

En este programa se identifican dos grupos objetivo: el de los alumnos de educación básica (preescolar, primaria y secundaria), tanto de escuelas públicas como privadas, y el de los padres de familia de las escuelas visitadas, quienes podían asistir voluntariamente a las reuniones organizadas por AGUAH.

En este caso se observa que el primer grupo no tiene poder político por sí mismo, pues no alcanza la mayoría de edad necesaria para votar, los niños son dependientes económicamente de sus padres y tampoco tienen capacidad para movilizarse políticamente. Por otra parte, los padres de familia pueden considerarse, en general, un grupo con mediano poder político, ya que cuentan con la posibilidad de ejercer su derecho a voto, pero no se encuentran antecedentes de su movilización política en asuntos relacionados con el agua; y al incluir escuelas públicas y privadas en el programa, muy probablemente el nivel socioeconómico de las familias no es homogéneo ni tampoco garantiza la posibilidad de disponer de recursos económicos suficientes para afectar las decisiones de política.

Por otra parte, ambos grupos parecen tener una construcción social positiva. Los niños son tratados en el discurso político y social como “el futuro” de la sociedad; y en el caso del programa, los fundamentos racionales que es posible derivar de los discursos políticos de las autoridades y los planes de AGUAH se refieren a que resulta más factible cambiar el comportamiento de los niños; es una buena inversión a largo plazo concientizar a los alumnos de educación básica

para el uso adecuado del agua porque pueden tener un *efecto multiplicador* en sus familias (sirven como supervisores y reguladores del uso que los adultos hacen del recurso) y además serán los usuarios del servicio en el futuro, mientras que sus padres son los contribuyentes y usuarios principales en el presente. Ambos grupos son parte del sector doméstico de usuarios, que representa alrededor de 95 por ciento de las tomas de agua que son administradas por el organismo en la ciudad (Agua de Hermosillo 2007, 26). Es decir, son poblaciones importantes.

En términos de las herramientas de política, tanto con los padres como con los alumnos, se empleó una combinación de elementos simbólicos-discursivos y de construcción de capacidades. El contenido de las actividades realizadas con los alumnos era información sobre la utilidad del agua para el mundo y la vida diaria, además de una serie de referencias a valores de responsabilidad y uso adecuado del recurso y el obsequio de objetos con los símbolos del programa. Mientras tanto, a los padres se les proporcionaron consejos prácticos para el cuidado del recurso y orientación para usar el kit ahorrador.

Aunque las construcciones sociales de ambos grupos sean mayormente positivas, el tipo de acciones y herramientas aplicadas en este programa parecen basarse en el supuesto de que los padres y alumnos requieren dirección de la autoridad para modificar sus comportamientos, tal como lo demuestra el hecho de ofrecer pláticas de concientización y consejos para el cuidado del agua a un público receptivo (y, por qué no decirlo, pasivo). Bajo todas estas consideraciones, tanto el grupo objetivo de los estudiantes como el de sus padres pueden clasificarse como grupos dependientes.

La Ruta del Cuidado en tu Colonia

La población objetivo en este caso fueron los usuarios mayores de edad del sector doméstico que asistían voluntariamente a las reuniones que convocaba el ayuntamiento en las distintas colonias de la ciudad que fueron seleccionadas por éste. Debe indicarse que la ma-

yoría de las colonias visitadas en el año 2004 correspondían a niveles socioeconómicos medios y bajos (Ávila 2005, 157-158).

La construcción social del grupo, aunque puede considerarse mayormente positiva, no se encuentra claramente definida. En el sector de usuarios domésticos de Agua de Hermosillo existen subgrupos diferenciados en función del comportamiento de pago de las tarifas y sus correspondientes consecuencias; por ejemplo, cortes del servicio para quienes no pagan. Sin embargo, mientras que las políticas administrativas de cobro sí atienden a diferenciaciones de este tipo (aunque el castigo a morosos no se ha efectuado eficazmente), en términos sociales parece que no se valora el pago del servicio como algo útil y necesario (Agua de Hermosillo 2007, 80-81). En estas circunstancias, la sociedad en general no reprueba a los deudores en un grado suficientemente amplio como para clasificar al grupo de deudores como desviado. En este programa no existe un tratamiento específico para los subgrupos de usuarios domésticos, pues los ciudadanos podían decidir libremente asistir o no a las pláticas y para todos se utilizaron el mismo tipo de herramientas.

Con respecto a los recursos con los que cuenta el grupo para influir en las decisiones de política, la ciudadanía puede ejercer su derecho al voto electoral; comienzan a mostrarse signos de movilización entre los vecinos de las diferentes colonias populares, sobre todo desde que se organizaron cortes de agua programados (*tandeos*) debido a la escasez del líquido (ejemplos de esto se encuentran en las notas periódicas de Salazar 2003 en el caso de movilizaciones por escasez y en Lara 2005 en el caso de los *tandeos*). Sin embargo, las movilizaciones aún son *incipientes*; además, dados los niveles socioeconómicos de las colonias visitadas, puede concluirse que no cuentan con suficientes recursos económicos para patrocinar grandes movimientos vecinales o acciones para afectar las decisiones. Por otra parte, sí existe una Unión de Usuarios que trata de hacer cumplir los derechos de este sector y puede representar a los subgrupos de usuarios. Tomando estos elementos en consideración junto con los de la construcción social del grupo, podemos ubicar a los usuarios atendidos en este subprograma como parte de un grupo dependiente.

Igual que en el caso del primer subprograma, en éste se utilizaron herramientas simbólico-retóricas y de construcción de capacidades, ya que las acciones principales consistieron en pláticas que integraban información sobre la situación del agua, así como consejos y ejemplos para reutilizarla, detectar y reparar fugas y emplear los dispositivos ahorradores que se encontraban en venta, además del obsequio de artículos promocionales.

Con respecto a los fundamentos racionales del subprograma, se sostiene que la concientización sobre el uso adecuado del recurso debe alcanzar a todos los habitantes y familias de Hermosillo, pues la situación de escasez afecta a la sociedad en su conjunto. Existe la afirmación de que educar a las personas para el uso adecuado del agua es un proyecto a largo plazo y más rentable que adquirir tecnologías que son insostenibles por la economía de la ciudad (Ávila 2005, 104). También en este caso puede aplicarse la lógica de que el sector doméstico es el más grande del padrón, el que representa el mayor consumo y el que, por lo tanto, debe recibir mayor atención.

Mi Empresa le va a Hermosillo

El subprograma “Mi Empresa le va a Hermosillo” tuvo como población objetivo a empresas y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que solicitaron la asesoría del personal de AGUAH. En este sentido, las acciones del subprograma distinguieron dos subgrupos: por una parte, se orientó a los empleados para el uso del kit ahorrador y, por otra, también se asesoró a las empresas para comenzar a usar *slogans* comerciales que presentaran mensajes del uso adecuado del recurso.

El primer subgrupo, el de los empleados capacitados para usar el kit, puede caracterizarse de modo similar a las poblaciones objetivo de los otros programas en términos de su construcción social (son usuarios del servicio, contribuyentes tanto del organismo como de la economía hermosillense, pues son empleados de empresas y organizaciones), mientras que podrían sostener mayor poder político que los

anteriores, pues además de que son ciudadanos con capacidad de voto y nivel económico medio a medio-alto, algunas organizaciones tienen sindicatos fuertes y bien consolidados que en un momento dado podrían fomentar la movilización política de sus agremiados. Dadas estas consideraciones, el grupo puede clasificarse entre dependiente y contendiente; esto último debido precisamente a que la acción de algunos sindicatos en la localidad genera división de opiniones y percepciones en la sociedad (no tienen una construcción positiva). Ejemplo de ello es la Tercera Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP), la cual señala que los sindicatos son una de las organizaciones en las que menos confían los ciudadanos, a la vez que los perciben como muy capaces de influenciar las decisiones políticas (Secretaría de Gobernación 2005, 10).

En este sentido, también el subgrupo formado por las empresas y organismos tiene una construcción social que se mueve de positiva a negativa, ya que las empresas privadas y organismos autónomos significan empleos para la sociedad hermosillense y otros beneficios que son bien vistos por la población (por ejemplo, fundaciones y patrocinios de distintas organizaciones de ayuda social). Sin embargo, las grandes compañías tienden a ser percibidas como poco confiables, al igual que muchas de las organizaciones de gobierno, debido a sus modos de operación en el primer caso (monopolización, interés económico por encima del social, etcétera) y a las prácticas en exceso burocráticas y con altos índices de corrupción en el segundo. Como en el caso de los sindicatos, la mala imagen de estas organizaciones concuerda con la poca confianza que los ciudadanos mexicanos dijeron tener hacia ellas en la encuesta de la Secretaría de Gobernación previamente citada.

Por otra parte, este grupo objetivo formado por empresas y organizaciones detenta alto poder para incidir en las decisiones y resultados de políticas, pues, además de los atributos normales que como ciudadanos tienen sus miembros, cuentan con recursos económicos y formas de coordinación y comunicación que les permiten movilizarse rápidamente en caso de que ciertas acciones los perjudiquen.

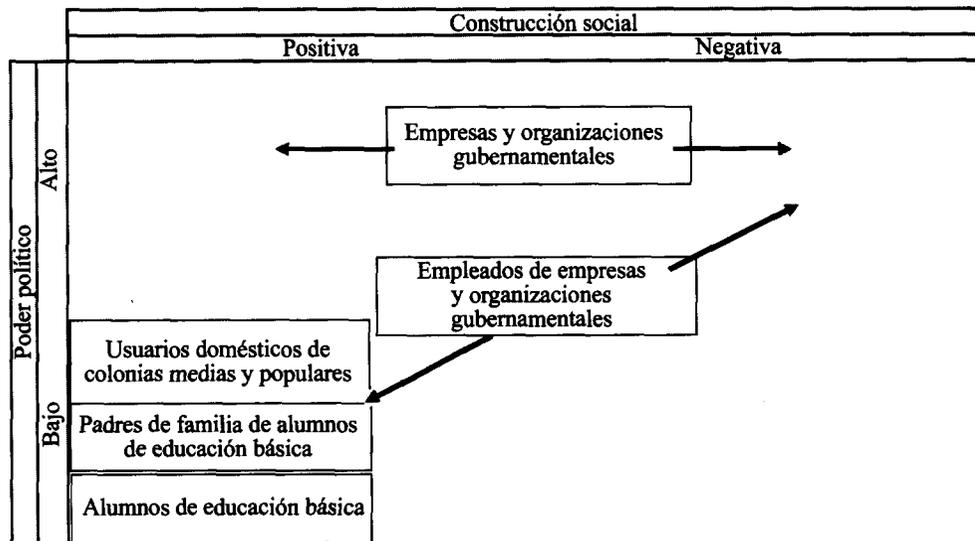
Por ejemplo, las sedes sonorenses de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), la Cámara Nacional del Comercio (CANACO) y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), además de las uniones y otras formas de asociación que significan respaldo político, económico y social para sus miembros. En el caso de las organizaciones gubernamentales, éstas tienen capacidad directa para incidir en las políticas generadas, por lo cual poseen alto poder político. En resumen, se clasifica a este grupo objetivo formado por las empresas y organizaciones entre aventajado y contendiente.

Las herramientas utilizadas tanto con los empleados como con las organizaciones fueron principalmente de formación de capacidades, pues mientras a los primeros se les ofreció información sobre el estado del recurso y capacitación para usar el kit ahorrador, a las segundas se les orientó para que incorporaran en sus *slogans* adaptaciones que enfatizaran el cuidado del agua. Por ejemplo, Ávila (2005, 103) indica cómo el *slogan* del entonces supermercado VH cambió de “Sólo en VH ahorras más” a “Sólo en VH ahorras el agua”.

Finalmente, no se encuentran fundamentos lógicos para este programa más allá de los mismos que justifican las decisiones de los programas dirigidos a usuarios domésticos, los cuales sostienen que la concientización y el uso responsable del recurso debe abarcar a toda la sociedad si es que se pretende amortiguar el problema. Adicionalmente, podría hipotetizarse que la selección de las empresas tiene un sustento lógico en la eficiencia del impacto del programa general de “Cultura del Agua”, ya que éstas, utilizando sus propios medios y recursos, reproducirían los mensajes de concientización hacia la ciudadanía que consumiera sus productos y/o servicios.

La identificación de los grupos objetivo de los subprogramas puede ordenarse en el esquema propuesto por Ingram, Schneider y DeLeon (2007, 102), el cual se presenta en el esquema de la figura 1, mientras que en la figura 2 se resume el análisis de los elementos conceptuales del modelo.

Figura 1. Grupos objetivo detectados en tres subprogramas de AGUAH, 2004- 2006



Fuente: elaboración propia con base en el modelo de Ingram, Schneider y DeLeon (2007). Las flechas indican las tendencias de clasificación del grupo.

Figura 2. Resumen del análisis de los tres subprogramas de AGUAH, 2004-2006

Programa Elemento	Grupo(s) objetivo	Construcción social del grupo objetivo	Poder político del grupo objetivo	Herramientas empleadas	Fundamentos lógicos
"Aprende Jugando"	Alumnos de educación básica de escuelas públicas y privadas (dependientes).	Positiva	Bajo o nulo	Construcción de capacidades y elementos simbólicos y retóricos.	Eficacia a largo plazo. Efecto multiplicador sobre la familia.
	Padres de familia de escuelas visitadas (dependientes).		Bajo a medio		Usuarios principales del servicio: necesidad de concientizar a toda la sociedad.
"La Ruta del Cuidado en tu Colonia"	Ciudadanos que asistieran a las reuniones organizadas por el ayuntamiento en las colonias (dependientes).	Positiva según diseño del programa, pero no clara atendiendo a indicadores de pago de tarifas.	Bajo a medio	Construcción de capacidades y elementos simbólicos y retóricos.	Usuarios principales del servicio: necesidad de concientizar a toda la sociedad.
"Mi Empresa le va a Hermosillo"	Empleados (dependientes a contendientes).	Positiva a negativa	Medio a alto	Construcción de capacidades.	Usuarios principales del servicio: necesidad de concientizar a toda la sociedad.
	Organizaciones y empresas (aventajados a contendientes).		Alto		Probable incremento de impacto.

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

Del análisis realizado sobre tres de los subprogramas estratégicos de Cultura del Agua puede observarse que, en general, el sector doméstico se enfoca como el grupo objetivo central en los cambios de comportamiento para el uso adecuado del recurso. Aunque pueden diferir en los grados de poder político que tienen como agrupación y en su construcción social, tanto los alumnos de educación básica y los padres de familia como los vecinos de las colonias visitadas y los empleados de empresas y organizaciones gubernamentales son subgrupos de esa población (cabe destacar que los dos programas no examinados en este trabajo también estaban dirigidos al sector doméstico).

La mayor parte de los grupos identificados en el análisis fueron clasificados como dependientes y solamente en el caso del programa “Mi Empresa le va a Hermosillo” se presentaron dificultades para determinar la categoría a la que pertenecían los grupos objetivo. Esta situación podía esperarse según el modelo, ya que las construcciones sociales no siempre se delimitan claramente y tienden más bien a ser conflictivas y a estar sujetas a la contención entre los diferentes miembros de una sociedad (Schneider e Ingram 1993, 335), cuestión que es particularmente cierta en este caso, pues las organizaciones empresariales y gubernamentales se encuentran entre los principales actores a los que se dirige el escrutinio y la desconfianza del público.

Por otra parte, es interesante observar que la predicción del modelo respecto a que se utilizarían distintas herramientas para distintos grupos objetivo se cumplió sólo parcialmente, ya que tanto para aventajados como para dependientes y contendientes las herramientas fueron simbólicas (discursivas) y/o de construcción de capacidades; mientras que los incentivos o castigos relacionados con el uso del agua parecen ser omitidos en el programa. Con respecto a los fundamentos racionales o justificación, éstos fueron similares (a excepción del programa “Aprende Jugando”, cuyos fundamentos se refirieron a la inversión a largo plazo de educar a los más jóvenes y al efecto

multiplicador de éstos sobre sus familias), probablemente debido a que todos sostenían un principio y una meta común, al ser parte de un programa más general.

Hablando del modelo de construcción social, debe señalarse que resulta útil para evaluar distintos tipos de resultados de política, así como diferentes niveles de éstas. Por ejemplo, en este caso se analizaron las construcciones sociales implicadas en tres subprogramas de Agua de Hermosillo, pero también habría sido factible examinar las construcciones sociales de grupos objetivo reflejadas en los esquemas tarifarios del organismo, en su plan de trabajo, o incluso en sus procedimientos de atención a clientes. En este sentido, probablemente una ampliación en el rango de eventos observados, así como una mayor cantidad de fuentes de información, pueden arrojar mayor precisión en la caracterización de los grupos objetivo.

Por otro lado, el modelo es adecuado para determinar la construcción social de los grupos objetivo solamente a partir de los resultados o productos de una política, ya que esto es difícil o imposible de lograr durante el proceso de diseño. Ingram, Schneider y DeLeon (2007, 97) indican que las políticas reproducen, reconstruyen o modifican totalmente la construcción social de un grupo. En términos prácticos, esto significa que la construcción final sólo se podrá conocer con relativa exactitud hasta el momento en que se finalice formalmente el diseño de la política. Sin embargo, una vez que se han identificado los grupos objetivo y se han clasificado, es posible hacer predicciones sobre algunos de los elementos del diseño que contendrán políticas futuras dirigidas a esos mismos grupos. En este sentido, es importante notar que el modelo está basado en supuestos particulares de los procesos de políticas públicas de su país de origen (Estados Unidos), algunos de los cuales podrían ser sólo parcialmente aplicables a la realidad mexicana, cuestión que debe ser tomada en cuenta para explicar por qué algunos resultados no cumplen aquello esperado desde el modelo. Esto podría ejemplificarse si se considera que grupos similares en términos de sus características podrían ser percibidos de manera distinta entre un país y el otro, e incluso esto podría tener implicaciones

fiscales o económicas en el tratamiento que se da a estos grupos; una visión distinta sobre el papel de las empresas en el cuidado del agua podría resultar efectivamente en el uso de distintas herramientas de política pública para mover a los grupos empresariales en el sentido deseado.

Otra característica que se observa es la naturaleza altamente subjetiva de la información surgida del análisis. Esto conduce a que los reportes tengan un carácter mayormente narrativo (aunque también pueden usarse esquemas de organización), lo cual podría resultar poco práctico para quienes solicitan información de análisis profesionales de las políticas públicas. Por otro lado, la alta subjetividad de algunos de los factores del modelo (por ejemplo, la construcción social de un grupo y los fundamentos lógicos de las decisiones de política) dificulta determinar con precisión hasta qué punto la información que se tiene es la suficiente y la más adecuada para efectuar el análisis.

Finalmente, aunque el modelo tiene las limitaciones antes señaladas para su uso profesional, se considera que es particularmente útil para emplearse en trabajos académicos o de investigación, pues además de que incorpora las nociones de conflicto y poder en la hechura de la política pública, permite establecer relaciones entre los diferentes elementos de ésta y aquellos pertenecientes al comportamiento de los ciudadanos, cuestión que sus mismos autores ya han expuesto.

BIBLIOGRAFÍA

Agua de Hermosillo. 2008. Sección "Programas de Cultura del Agua". http://www.aguadehermosillo.gob.mx/inicio/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=53&phpMyAdmin=Jm6hgB5eFcovbNe6l8pVRvOYYzf (15 de abril de 2008).

_____. 2007. Programa municipal de agua potable, alcantarillado sanitario, saneamiento y disposición de aguas residuales, 2007-2009. Hermosillo: AGUAH.

- Ávila, Brenda. 2005. La cultura del agua en la ciudad de Hermosillo. Análisis de la campaña comunicativa 2003- 2005. Tesis de maestría en Ciencias Sociales, El Colegio de Sonora.
- Ingram, Helen, Anne L. Schneider y Peter DeLeon. 2007. Social Construction and Policy Design. En *Theories of the Policy Process*, editado por Paul A. Sabatier, 93-126. Boulder: Westview Press.
- Lara, S. 2005. Causa enojos problemas en el tandeo. *El Imparcial*. 24 de junio.
- Salazar, M. 2003. Batallan por el agua. *El Imparcial*. 19 de mayo.
- Schneider, Anne y Helen Ingram. 1993. Social Construction of Target Populations. Implications for Politics and Policy. *The American Political Science Review* 87 (2): 334-347.
- Secretaría de Gobernación. 2005. Tercera Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas de la SEGOB. México: SEGOB.