

girls worldwide say



# “juntas podemos cambiar nuestro mundo”



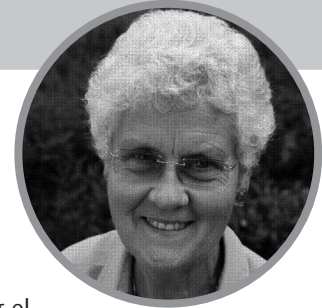
## Un Manual Práctico sobre la Propugnación

Apoyar y animar a las jóvenes  
a pronunciarse, a educar y a actuar

Esta publicación se realizó con el apoyo financiero de  
el Fondo europeo para la juventud del Consejo de Europa



## Prólogo de *Elspeth Henderson*



Queridos miembros, queridos amigos:

Me enorgullece presentar este Manual Práctico sobre la propugnación que hemos preparado con el fin de ayudarles a ustedes, nuestros miembros, a introducir y fortalecer el aspecto de la propugnación en los programas y estrategias de su organización o grupo. Se trata de un manual práctico para dirigentes de grupo y miembros del consejo nacional que ofrece una amplia gama de herramientas para el desarrollo estratégico y la implementación práctica de su labor de propugnación. El trabajo de propugnación que realiza la AMGS tiene la intención de ejercer influencia sobre las personas para que tomen las decisiones que mejorarán nuestras vidas y las de los demás. Nuestra labor de propugnación se origina de nuestra Visión y plan estratégico de ser “la voz de niñas y mujeres jóvenes quienes influyen en las cuestiones que les preocupan y forjan un mundo mejor”

Pronto estaremos celebrando el centenario del Guidismo-Escultismo femenino internacional bajo el lema girls worldwide say “100 años de cambiando vidas”. La AMGS y las Organizaciones Miembros tienen una larga tradición de mejorar vidas y de hacer del mundo un lugar mejor. ¿No es éste el espíritu del Guidismo y el Escultismo femenino en el sentido más puro de la palabra?

Basándose en casi un siglo de experiencia en cambiar vidas, este manual práctico ahora les proporciona todo lo que necesitarán para llevar la propugnación al siguiente nivel. ¡El título “Juntas podemos cambiar nuestro mundo” lo dice todo! Al representar la voz de niñas y mujeres jóvenes, podemos marcar una diferencia dentro de la sociedad en la que vivimos si todas desempeñamos nuestro papel. Pero el concepto de “nuestro mundo” podría variar según el punto de vista de cada una. Puede comenzar a nivel personal, luego extenderse para incluir a la comunidad local, y después ampliarse a nivel nacional e internacional.

La participación juvenil asistiendo a las comunidades locales resulta clave para realizar una labor de propugnación exitosa. Los grupos individuales de Guías Scouts y las Organizaciones Miembros nacionales pueden tener un mayor impacto a nivel local y nacional. Este manual práctico sobre la propugnación está diseñado para apoyarles durante todo el proceso y brinda un enfoque para grupos locales y para las Organizaciones Miembros. Insta a las niñas y mujeres jóvenes para que hagan un compromiso personal de cambiar el mundo que les rodea. Todas estas acciones individuales en conjunto—a nivel global, pero más importante aún, a nivel local y nacional—constituyen el cambio que estamos logrando en nuestro mundo.

Existen muchas áreas en las que ustedes pueden involucrarse, como crear conciencia sobre cómo debe solucionarse un problema; emprender una acción para abordar un tema; o recordar a los tomadores de decisiones sobre sus compromisos y promesas. Cada esfuerzo cuenta, ya sea de corto o largo plazo; ya sea local, nacional o internacional; y es parte vital de ese cambio que el Guidismo y el Escultismo femenino genera alrededor del mundo.

¡Les invito a unirse a nosotros en esta aventura!

Elspeth Henderson

Presidenta del Consejo Mundial de la AMGS

**“Tú mismo debes ser el cambio que deseas ver en el mundo.”**

**Gandhi**

## Prólogo de *Fabiola Canavesi*



Estimadas Amigas

En nombre de la Región de Europa de la AMGS, me complace presentar este Manual Práctico sobre Propugnación. Este Manual ha sido elaborado para apoyar, alentar, desafiar e inspirar a las Guías y Guías Scouts en todos los niveles de nuestro Movimiento para “educar, hablar claro y tomar acción”. Deseamos que provoquen un cambio positivo para ellas mismas y para los demás y que contribuyan a construir un mundo mejor.

La Propugnación no es una forma nueva de trabajo para la AMGS. Nuestra orgullosa tradición de propugnación se inició con el nacimiento del Movimiento Guía y Guía Scout en 1909, y desde entonces las Guías y las Guías Scouts han desarrollado una voz fuerte y poderosa, al hablar claro sobre los problemas que afectan y preocupan a los jóvenes, y garantizando que los puntos de vista de los jóvenes sean tomados en cuenta cuando se decide sobre las políticas que los afectan.

Lo que es nuevo es el enfoque renovado de la AMGS en la propugnación – una parte fundamental para lograr nuestra Visión para el 2011. Las mujeres jóvenes que participaron recientemente en un proyecto de ciudadanía en la Región de Europa identificaron la necesidad de una guía de propugnación dirigida a los jóvenes, y este Manual representa un paso más en nuestro viaje hacia el empoderamiento de las Guías y las Guías Scouts para educar, hablar claro y tomar acción para cambiar el mundo que las rodea.

Espero que este manual práctico, con su guía paso a paso, ejemplos sobre proyectos actuales de propugnación y herramientas y consejos las inspirará para reflexionar sobre la diferencia que pueden hacer, y cómo pueden hablar claro y cambiar en su mundo. El cambio no suele suceder de la noche a la mañana, pero como lo demuestran los ejemplos relevantes de este Manual, nosotros podemos influir en quienes deciden para que tomen las medidas necesarias para mejorar las vidas de las personas, siempre y cuando nuestros esfuerzos sean sostenidos y unidos.

Me gustaría agradecer a la Fundación Europea de la Juventud del Consejo de Europa por su apoyo financiero que hizo posible que este Manual Práctico fuera una realidad, y también a las voluntarias del Grupo de Trabajo de Propugnación y el Fondo de Recursos de la Región de Europa de la AMGS que formaron parte del equipo Editorial, y a los voluntarios dentro y fuera de la AMGS que contribuyeron a su contenido y participaron en el proceso editorial para la elaboración de este Manual.

*Fabiola Canavesi*

Fabiola Canavesi

Presidenta del Comité de Europa de la AMGS

**“Existen dos clases de personas, aquellas que hacen el trabajo y aquellas que reciben el reconocimiento. Trata de estar en el primer grupo; hay menos competencia.”**

***Indira Gandhi***

# Índice

<b>1 Introducción</b>	<b>6</b>
<b>1.1 ¿Por qué un Manual Práctico sobre Propugnación?</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Cómo usar este manual práctico</b>	<b>7</b>
<b>1.3 ¿Por qué deben hacer Propugnación las Guías Scouts?</b>	<b>8</b>
HERRAMIENTA: el mensaje de Olave Baden-Powell	8
<b>1.4 ¿Qué es la Propugnación?</b>	<b>9</b>
HERRAMIENTA: definición de la Propugnación de la AMGS	9
1.4.1 Pronunciarse – ser parte de la voz de niñas y mujeres jóvenes	10
EJEMPLO: ¡Nada sobre nosotros sin nosotros!	11
1.4.2 Actuar – emprender acciones e implementar proyectos que abordan las causas fundamentales de temas que afectan a niñas y mujeres jóvenes	12
EJEMPLO – Proyecto Nacional de Prevención del VIH y el SIDA para las Guías Scouts Guides	12
1.4.3 Educar – niñas, mujeres jóvenes, jóvenes y la sociedad en general en áreas como liderazgo, salud, paz y ciudadanía mundial	13
EJEMPLO: Opciones sanas de alimentación en programa educativo	13
EJEMPLO: Seminarios sobre Propugnación de Sangam	14
1.4.4 Ejercemos influencia sobre las personas para que tomen decisiones que mejorarán nuestra vida y las vidas de los demás	15
<b>1.5 Lo que la Propugnación no es</b>	<b>16</b>
HERRAMIENTA: Ejercicio para identificar lo que es o no es la Propugnación	17
<b>1.6 Cómo traducir la palabra “propugnación”</b>	<b>18</b>
HERRAMIENTA: Formas de traducir “Propugnación”	18
<b>2 Cómo involucrarse en la Propugnación</b>	<b>19</b>
HERRAMIENTA: Lista de chequeo -- ¿Está usted haciendo Propugnación?	19
<b>2.1 Seis pasos rápidos para involucrar a los jóvenes en la Propugnación</b>	<b>20</b>
<b>2.2 Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación</b>	<b>21</b>
2.2.1 ¿Qué desea lograr?	21
EJEMPLO: Metas de Propugnación potenciales	21
2.2.1.1 ¿Cómo identificar el tema que desea Propugnar?	22
EJEMPLO: Encuesta de la AMGS sobre salud en la adolescencia	22
EJEMPLO: Las Guías dicen... Encuesta nacional de Girl Guides Australia	23
HERRAMIENTA: Cómo realizar una encuesta entre sus miembros jóvenes	24
HERRAMIENTA: Preguntas para identificar temas	25
2.2.1.2 ¿Cómo identificar su objetivo de Propugnación?	26
HERRAMIENTA: Los objetivos SMART	26
HERRAMIENTA: Lista de chequeo: ¿Es su objetivo apto para la Propugnación?	26
2.2.2 ¿Dónde se encuentra ahora?	27
HERRAMIENTA: El Análisis FODA	27
HERRAMIENTA: El Análisis PESTLE	28
2.2.3 ¿Qué recursos necesitará para realizar su iniciativa de Propugnación?	29
HERRAMIENTA: Evaluación de recursos	29
2.2.4 ¿Que puede lograr?	30
EJEMPLO: Metas de largo plazo, intermedias y de corto plazo	30
HERRAMIENTA: Metas de contenido/proceso/impacto/efecto	30
2.2.5 ¿Sobre quién necesitará ejercer influir?	31
HERRAMIENTA: Cómo identificar su público primario y secundario	31
HERRAMIENTA: Ejercicio para identificar el público primario y secundario	32
EJEMPLO: La red parlamentaria de Swedish Guides and Scouts	33

# Índice

2.2.6 ¿Cuál es su mensaje?	34
2.2.6.1 Contenido/ideas	34
EJEMPLO: Cómo cambia el mensaje de acuerdo al público con el que se está comunicando	34
HERRAMIENTA: Cómo hacer que tu mensaje sea más convincente y enérgico	35
HERRAMIENTA: Ejercicio para mensajes de un minuto	35
2.2.6.2 Lenguaje	36
HERRAMIENTA: Cómo identificar mensajes efectivos	36
2.2.6.3 El mensajero	37
HERRAMIENTA: Los jóvenes como promotores	37
2.2.6.4 Formato/medio	38
2.2.6.5 Tiempo/lugar	39
2.2.7 ¿Cómo puede presentar su mensaje?	40
HERRAMIENTA: Preguntas que le servirán para decidir cómo presentar su mensaje	40
2.2.7.1 Concienciar	41
EJEMPLO – Unir esfuerzos contra el hambre	41
2.2.7.2 Hacer campaña	42
HERRAMIENTA: Lista de chequeo para una campaña exitosa	42
HERRAMIENTA: La prueba TEA	43
2.2.7.3 Cómo trabajar en asociación con otras entidades	44
HERRAMIENTA: Ejercicio para identificar aliados	44
HERRAMIENTA: Consejos para trabajar en red	45
EJEMPLO: Asociaciones en Europa	46
EJEMPLO: Alianza de Presidentes de Organizaciones Juveniles	46
2.2.7.4 El cabildeo	47
HERRAMIENTA: La clave para cabildear eficazmente	47
EJEMPLO: La AMGS en la Comisión sobre la Condición de la Mujer en la ONU	49
2.2.7.5 Usando los medios de información	50
2.2.8 ¿Cómo saber si ha tenido éxito?	51
HERRAMIENTA: Lo que debe recordar cuando mida su éxito	51
HERRAMIENTA: Preguntas clave para evaluar una iniciativa de Propugnación	52
<b>2.3 Cómo incluir la Propugnación en el plan estratégico de su Asociación</b>	<b>53</b>
EJEMPLO: Cómo incorporaron las Guías Scouts de Chipre tres aspectos de Propugnación en su estrategia nacional	54
<b>2.4 Cómo incluir la Propugnación en su programa nacional y programa de grupo</b>	<b>55</b>
HERRAMIENTA: Ejercicio para incluir la Propugnación en el Programa Educativo	56
EJEMPLO: Currículum de la Insignia SIDA	56
<b>2.5 Cómo incluir la Propugnación usando las Declaraciones de Posición de la AMGS</b>	<b>57</b>
<b>3 Conclusiones</b>	<b>58</b>
<b>4 Cómo evaluar el manual práctico</b>	<b>59</b>
<b>5 Referencias, enlaces, recursos y herramientas</b>	<b>60</b>
<b>6 Apéndice</b>	<b>62</b>
6.1 Juegos de propugnación para todos los rangos de edades	62
Juegos sobre confianza y trabajo en equipo	62
Juegos relativos a temas específicos	62
Actividades para patrullas sobre tormenta de ideas	63
Activities para priorizar temas identificados como importantes	64
6.2 Ejercicio grupal para identificar acciones de Propugnación	65
6.3 Formar enlaces - ¿Qué es la sociedad civil y quién hace qué y para quién?	67

# 1

## Introducción

### 1.1 ¿Por qué un Manual práctico sobre Propugnación?

**“En la confrontación entre el arroyo y la roca, el arroyo siempre gana...  
no gracias a la fuerza, sino a la perseverancia”**

*Anónimo*

La AMGS posee una arraigada tradición de expresarse con el fin de fomentar el cambio, no sólo en nuestro favor, sino en favor de los demás. Esta ha sido nuestra línea de actuación —lo que ahora denominamos propugnación— desde los inicios del Movimiento. En 1909, un grupo de niñas y de mujeres jóvenes se apersonaron en un Rally de Escultismo que se celebraba en el Crystal Palace de Londres, para exigir un lugar dentro de la familia del Escultismo. A raíz de esta iniciativa y por el hecho de haber elevado sus voces en pro de las niñas y de las jóvenes, fue creado el movimiento del Guidismo y el Escultismo femenino. La acción en el Cristal Palace constituyó la primera actividad de propugnación del Guidismo y el Escultismo femenino, y marcó el inicio de décadas de actividad de propugnación por parte de las niñas y las jóvenes de todo el mundo.

La propugnación desempeña un papel crucial para alcanzar la Misión y la Visión de la AMGS:

La Misión de la AMGS es

**“Contribuir al desarrollo de las niñas y de las jóvenes a desarrollar su pleno potencial como ciudadanas del mundo, conscientes de sus responsabilidades.”**

La Visión de la AMGS para el 2011 es

**“Somos un Movimiento mundial en crecimiento: la voz de las niñas y de las jóvenes quienes influyen en sobre las cuestiones que les preocupan y forjan un mundo mejor.”**

Hoy día, la AMGS considera que un empleo más preciso de la propugnación nos ayudará a mejorar las vidas de las niñas y de las jóvenes de todo el mundo, favoreciendo nuestro desarrollo como Movimiento.

La propugnación garantizará que seamos reconocidas y escuchadas como organización que se pronuncia claramente, que emprende acciones sobre cuestiones que afectan a los jóvenes, y que logra así un cambio positivo.

Al comprender que un nuevo enfoque requería de un nuevo recurso, se tomó la decisión de preparar este manual práctico:

- Para ayudarle a entender la definición de propugnación de la AMGS
- Para aumentar su capacidad de expresar su opinión y actuar sobre temas que conciernen a los jóvenes, a nivel nacional o local
- Para ayudarle a desarrollar un proyecto de propugnación con su Asociación o grupo

Este manual práctico pretende satisfacer las necesidades de las Guías Scouts que deseen desarrollar un proyecto de propugnación, ya sea usted miembro de su Consejo Nacional, dirigente o forme parte de un grupo local.

# Introducción

## 1.2 Cómo usar este manual práctico

**“No existe suerte, destino o fortuna que pueda circumvenir, obstaculizar o controlar la firme resolución de un alma determinada”**

*Ella Wheeler Wilcox*

Todo proyecto de propugnación es diferente y tiene que ser enfocado de manera que se ajuste al problema concreto que se está tratando de resolver. Todas las actividades de propugnación exigen apoyo, recursos y un plan que le ayuden a organizar estas actividades.

El objetivo de este manual práctico es:

- Explicar el concepto de propugnación y cómo lo define la AMGS
- Aclarar el papel de la propugnación en el Guidismo y el Escultismo femenino
- Orientarle en el proceso de elaboración de un proyecto de propugnación a nivel nacional o local
- Describir algunas de las diversas actividades de propugnación y aportarle sugerencias prácticas que le ayuden en su labor promocional
- Indicarle otros materiales y recursos útiles de la AMGS que le podrían ayudar a desarrollar su proyecto de propugnación.

En el Índice hemos enumerado las distintas herramientas expuestas en sus respectivos capítulos. Cada capítulo empieza en una página nueva, para poder separarlo fácilmente y usarlo individualmente, si fuera necesario. En conjunto, este documento constituye su manual práctico de propugnación, y en él podrá escoger las herramientas que necesite. Se presentan también ejemplos de proyectos y sugerencias sobre dónde hallar mayor información.

Este manual práctico fue diseñado para ser un recurso dinámico y poder evolucionar a medida que también evolucione el enfoque de la AMGS sobre la propugnación. Se puede bajar en línea desde la página [www.europe.waggsworld.org](http://www.europe.waggsworld.org). Si usted tiene un ejemplo de un posible proyecto de propugnación o alguna sugerencia a propósito de cómo podría ser mejorado, por favor utilice el Formulario de Evaluación que aparece al final del manual práctico.

Los miembros de la AMGS están autorizados a reproducir cualquier parte de este manual sin tener que solicitarlo expresamente. Cualquier otra organización o individuo que desee copiar este manual total o parcialmente deberá solicitar la autorización de la AMGS.

## Introducción

### 1.3 – ¿Por qué deben hacer Propugnación las Guías Scouts?

*“Cuando las telarañas se unen, son capaces de amarrar un león”*

*Proverbio etíope*

Las Guías Scouts siempre han estado dispuestas a alzar sus voces a fin de cambiar el mundo que les rodea. Desde las primeras muchachas que asistieron al Rally del Crystal Palace en 1909 y exigieron un espacio para las niñas hasta hoy, siempre hemos expresado nuestra opinión sobre temas como los derechos humanos, el VIH y el SIDA o el desarrollo de medidas políticas, que afectan a los jóvenes dondequiera que vivan.

El Movimiento de Guidismo y el Escultismo femenino es un programa de educación no académica y basado en valores. Tiene por objetivo el aportar a las niñas y las jóvenes los conocimientos, las aptitudes y las actitudes necesarias para que puedan convertirse en ciudadanas responsables y participar así de manera activa en la comunidad en la que residen.

Ser una ciudadana responsable y activa también significa estar preparada para expresarse en contra de la injusticia y emprender acciones en su propio favor o en favor de otros. Intentar mejorar nuestras vidas y las vidas de los demás al ejercer influencia a través de la propugnación es otra de las maneras gracias a la cual las Guías Scouts pueden ser realmente ciudadanas responsables, alcanzar la Misión de la AMGS y contribuir a la Visión de la AMGS.

A través de los proyectos de servicio a la comunidad y de sus vidas cotidianas, las Guías Scouts trabajan activamente para “construir un mundo mejor”. Se puede lograr una mejoría real y duradera si se modifican también los reglamentos o leyes que inciden sobre las causas fundamentales de un problema .

Formar parte de un proyecto de propugnación también es una oportunidad para que las Guías Scouts se formen en ámbitos tan importantes como el liderazgo, el hablar en público y la planeación de proyectos. También proporciona oportunidades prácticas para aprender sobre los procesos democráticos de su país y de su comunidad local: ¡aprender haciendo!



#### **HERRAMIENTA: el mensaje de Olave Baden-Powell**

*“Ayudar a crear un mundo mejor y un futuro más brillante para la juventud del mañana”*

*Olave Baden-Powell*

Recuerde siempre que somos una organización mundial cuya misión es desarrollar todo el potencial de las niñas y de las jóvenes. La propugnación es también un proceso mediante el cual las jóvenes obtienen las facultades necesarias para convertirse en ciudadanas responsables y para participar activamente en el mundo que les rodea, cosa que hacen al identificar y expresar sus propias necesidades y deseos y al desarrollar las habilidades que se requieren para influir sobre las decisiones que les afectan.

La propugnación no conlleva necesariamente la confrontación y no tiene porque ser política. Como ciudadana responsable, es natural que se involucre en los procesos democráticos de su país y que participe en su comunidad. Las Guías Scouts pueden apoyar una idea sin apoyar una ideología. El Movimiento del Guidismo y el Escultismo femenino es una organización apolítica, pero para poder construir un mundo mejor, podría ser necesario entablar una relación con personas dedicadas a la política o responsables de la toma de decisiones.

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la Propugnación?

“Nunca dudes de que un pequeño grupo de personas serias y comprometidas puede cambiar el mundo.  
En realidad, es lo único que ha logrado hacerlo.”

*Margaret Mead*

El término “propugnare” proviene del latín “propugnare”, y significa “defender, amparar.” Nosotros lo empleamos para describir un proceso democrático en particular, donde individuos o agrupaciones de personas ejercen distintas iniciativas para intentar influir sobre aquellos que toman las decisiones que afectan nuestras vidas. La propugnación consiste también en defender una causa en la que se cree e intentar cambiar las vidas de las personas con el fin construir un mundo mejor.



#### **HERRAMIENTA: definición de la Propugnación de la AMGS**

Para la AMGS, la propugnación es sencillamente:

**Influir sobre las personas para  
que tomen decisiones que mejorarán  
nuestras vidas y las vidas de los demás.**

Esto significa más concretamente:

- ✓ Que ejercemos influencia sobre las personas (= por medio de la expresión pública, de nuestras actuaciones y de la educación)
- ✓ Que toma las decisiones (= por ejemplo, cambiando políticas o reglamentos, destinando fondos a un proyecto, brindando apoyo)
- ✓ Que mejorarán nuestras vidas y las vidas de otros (= el resultado que intentamos alcanzar)

Para la AMGS, el ejercer influencia siempre incluye:

**Pronunciarse, actuar y educar.**

Esto significa más concretamente:

- Expresar nuestra opinión sobre las cuestiones que afectan a las niñas y las jóvenes e influir sobre los creadores de opinión;
- Realizar proyectos que aborden las causas fundamentales de las cuestiones que afectan a las niñas y las jóvenes; y
- Educar a las niñas, a las jóvenes y a la sociedad en general en áreas como el liderazgo, la salud, la paz y la ciudadanía del mundo.

Cualquiera que sea el tema, para la AMGS la propugnación consiste en defender una causa y trabajar hacia un cambio positivo. Nos pronunciamos sobre algún asunto importante que afecta a las niñas y las jóvenes, desarrollamos proyectos que mejoran directamente las vidas de las personas y educamos a las niñas y las jóvenes para que puedan cambiar de forma positiva el mundo que las rodea. Únicamente si están presentes los tres elementos (pronunciarse, actuar y educar) puede llamarse propugnación.

Es importante ir paso a paso y ser paciente porque en ocasiones se necesitará ejercer mucha influencia, y muchas declaraciones, iniciativas y educación antes de presenciar cambio alguno.

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la Propugnación? *cont.*

La propugnación es un proceso que incluye:

- Identificar un problema
- Encontrar una solución a ese problema
- Establecer apoyos internos y externos fuertes a favor de esa solución
- Implementar un plan eficaz

La propugnación puede implicar concienciación, cabildeo y hacer campaña sobre algo, pero no necesariamente. Las actividades típicas de la propugnación podrían ser, por ejemplo:

- Preparar un volante o una declaración que señale la existencia de un problema e identifique los cambios necesarios para mejorar las vidas de las personas
- Organizar reuniones o escribir cartas a personas clave o a las autoridades responsables de la formulación de las políticas para abogar por el cambio
- Desarrollar alianzas para influir sobre las políticas relativas a cuestiones que afectan a la juventud a nivel nacional o regional
- Difundir mensajes radiales en pro de una nueva ley
- Realizar la propugnación a través de representaciones, manifestaciones, radio o televisión. Por ejemplo, poner fin a la discriminación que padecen las personas infectadas con el VIH y el SIDA
- Organizar una petición o recogida de firmas para mostrar la existencia de un apoyo público a favor del cambio propuesto y enviarla a los responsables de la toma de decisiones.

### 1.4.1 – Pronunciarse: ser parte de la voz de las niñas y las jóvenes

*“Muchas personas temen expresar lo que desean.  
Y por eso no obtienen lo que desean.”*

*Madonna*

Antes de pronunciarse, es importante entender todos los factores vinculados a las personas a las que está tratando de convencer y sobre las que pretende influir en relación a ciertas cuestiones. Usted debe conocer a su público y la agenda política a nivel nacional o local que trata estos temas. Resulta esencial saber con quién va a hablar: ¿Qué puesto ocupan? ¿Cuál es su función en la estructura? ¿Cuál es su trasfondo? ¿Cómo podrían beneficiarse de esto? ¿Sobre quién podrán influir y quién está ejerciendo influencia sobre ellos? ¿Cuáles son sus debilidades y fortalezas?

Una propugnación exitosa consiste sobre todo en una buena comunicación. Éste es un proceso de doble vía: durante el intercambio comunicativo no se trata sólo de hablar, sino también de escuchar, aprender y comprender el contexto, los motivos y las limitaciones de la otra parte.

Si desea ser escuchada su voz debe ser clara y sobresalir por encima del “ruido de fondo”. Alce su voz y hágase escuchar en aquellos temas que son importantes para las niñas y las jóvenes. Utilice palabras clave para fortalecer el mensaje: emplee palabras positivas en lugar de otras con connotaciones negativas.

Haga que otras personas compartan sus mensajes y pronúnciese a título personal. Inste a figuras públicas para que respalden y apoyen su proyecto de propugnación. Personas influyentes como profesores, líderes religiosos, políticos y figuras públicas pueden colaborar enviando cartas o correos electrónicos a los responsables de la toma de decisiones y a los creadores de opinión.

Haga que los miembros de su grupo o su compañía se unan al esfuerzo. Debe concienciar a las personas con la que desea trabajar. Contágieles su entusiasmo. Usted necesitará de todo su apoyo.

Hable y comuníquese en red con grupos de su misma edad y con posibles aliados. Asíciense con otras organizaciones

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la propugnación? *cont.*

#### 1.4.1 – Pronunciarse: ser parte de la voz de las niñas y las jóvenes *cont.*

que también se interesan por los mismos temas. Esto puede darle mayor poder y apoyo durante el proceso por el que ejerce su influencia. Los grupos de su misma edad pueden pensar en nuevos elementos que a usted aún no se le han ocurrido.

#### **EJEMPLO: ¡Nada para nosotros sin nosotros!**

Participación de la Latvian Guide and Scout Central Organization (Organización Central Letona de Scouts y Guías) en el desarrollo de una nueva ley sobre jóvenes en Letonia

Letonia es uno de los pocos países europeos donde en los últimos tiempos no ha existido una legislación juvenil, ni políticas para jóvenes ni presupuesto estatal para actividades juveniles. Las ONG para la juventud recibían poco apoyo del Estado, ya que no existía una base jurídica para las políticas juveniles, que resulta esencial para la creación de un sistema de participación juvenil con apoyo financiero.

En 2002 el Consejo Nacional de la Juventud tomó la iniciativa de crear una legislación juvenil en Letonia. Expertos de distintas áreas y diez jóvenes pertenecientes a distintas ONG para la juventud (incluyendo a las Guías Scouts de Letonia) crearon un primer borrador de legislación juvenil. En el 2003 iniciaron un proceso para lograr que el Gobierno de Letonia aprobara dicha ley.

Una nueva legislación juvenil garantizaría que los distintos “actores” de las políticas juveniles tuvieran reconocimiento legal (por ejemplo, las ONG para la juventud, municipalidades, instituciones, etc.). También serviría para identificar los derechos y responsabilidades de los diferentes “actores” e introduciría una base legal para que el Estado y las municipalidades pudieran apoyar a las ONG para la juventud.

Para lograr solamente que el borrador de la legislación juvenil fuera incluido en la agenda política se enfrentaron a gran cantidad de obstáculos:

- El Gobierno no consideraba prioritarias las políticas juveniles
- No había un ministerio directamente responsable de las políticas juveniles
- La sociedad letona no tenía una comprensión clara del valor de las ONG juveniles.

En el curso de los últimos seis años han surgido muchos retos en este proceso a favor de la aprobación de la legislación juvenil pero nunca se perdió de vista el objetivo: la necesidad de una legislación juvenil letona que fuera el instrumento para lograr un mundo mejor para los jóvenes del país.

También se han logrado algunos éxitos significativos en lo referente a medidas políticas: se estableció un programa de políticas juveniles para el período 2005-2009 y el presupuesto se incrementó de €21.374 en 2006 a €476.696 en 2007. Se creó un consejo consultivo dentro del Ministerio de la Infancia y Asuntos Familiares y, a raíz de esto, ha surgido una estrecha colaboración entre las ONG juveniles y el gobierno en relación a distintas políticas juveniles.

Las Guías Scouts de Letonia han participado de manera activa en todos los procesos de desarrollo de la legislación juvenil. La organización considera de vital importancia estar presentes en el lugar mismo donde se toman las decisiones sobre los jóvenes. Las Guías Scouts de Letonia formaron parte de la junta del Consejo Nacional Juvenil y tuvieron una gran participación en algunos de los grupos de trabajo del Consejo Nacional Juvenil. También fueron miembros activos del Consejo Consultivo de Organizaciones Juveniles del Ministerio de la Infancia y Asuntos Familiares. Participaron activamente en distintas reuniones de los subcomités parlamentarios donde se trató la legislación juvenil. Esto permitió que las Guías Scouts de Letonia intervinieran conforme se iba enmendando el borrador de la legislación juvenil, dándoles también la oportunidad de desarrollar contactos personales con varios diputados, a quienes luego podrían cabildear en otros temas de importancia.

Gracias a los esfuerzos de las ONG juveniles, entre otras las Guías Scouts de Letonia, la legislación juvenil se aprobó en mayo del 2008. Sin embargo, su labor aún no termina: continuarán cabildeando en el gobierno para que se apruebe una línea presupuestaria mayor y más estable que asegure la implementación de la legislación juvenil.

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la Propugnación? *cont.*

#### 1.4.2 – Actuar: emprender acciones e implementar proyectos que aborden las causas fundamentales de las cuestiones que afectan a las niñas y mujeres jóvenes

*“Debes hacer aquello que piensas que no serás capaz de hacer.”*

*Eleanor Roosevelt*

¡Una acción vale más que mil palabras! Las palabras son herramientas útiles, pero ejercer influencia no es solamente convencer a otros de que actúen, sino también actuar nosotras mismas en aquellos temas que conciernen a las niñas y las jóvenes de todo el mundo. Necesitamos atraer la atención de la sociedad y emprender iniciativas en relación a cuestiones importantes para las niñas y las jóvenes.

El Movimiento de Guidismo y el Escultismo femenino comprende las carencias de las jóvenes del siglo XXI y puede actuar en relación a temas concretos a nivel local, nacional, regional y mundial.

En ocasiones los gobiernos, autoridades locales u otros órganos públicos no cumplen con su labor, por lo que se hace necesaria la intervención de las ONG que les demandan que rindan cuentas y les recuerdan sus compromisos. Al actuar, usted ejerce influencia sobre su comunidad. Cuando la observan tomando iniciativas para abordar un problema, usted estará concienciado y sirviendo de inspiración a otros para unirse a la causa o seguir su ejemplo. Actuar no consiste sólo en hallar y poner en práctica las soluciones a un problema. Consiste también en hallar la causa del problema y actuar para influir sobre esas causas fundamentales. Sus acciones pueden ser la prueba del impacto que usted está causando, otorgándole a su organización la legitimidad y credibilidad necesarias para pronunciarse sobre las cuestiones elegidas.

La propugnación también puede significar emprender acciones con objeto de ejercer presión sobre aquellos que pueden provocar los cambios que ayudarán a construir un mundo mejor.

#### **EJEMPLO: Proyecto Nacional de Prevención del VIH y el SIDA para las Guías Scouts**

La Asociación de las Guías Scouts de Hungría está asumiendo, en su país, el liderazgo en la lucha contra el VIH y el SIDA. Entre los años 2003 y 2006 han desarrollado proyectos para aumentar la información de prevención del VIH y el SIDA entre jóvenes de 14 a 23 años. Pretendían así aumentar la tolerancia y el sentido de responsabilidad hacia las personas infectadas y hacia la enfermedad. También organizaron cursos para fomentar el que las niñas y las jóvenes fueran capaces de debatir y compartir abiertamente información sobre estos temas con sus compañeras de manera que pudieran tomar decisiones responsables en lo referente a su salud reproductiva.

En el 2007 se diseñó un nuevo proyecto con el objetivo de capacitar a las jóvenes en la organización de sus propias campañas y en la organización de proyectos en sus propias localidades. Como resultado de este proyecto, 1.500 adolescentes recibieron información actualizada sobre el VIH y el SIDA, sobre cómo protegerse y sobre los prejuicios y la discriminación que padecen las personas afectadas por el VIH y el SIDA

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la Propugnación? *cont.*

#### 1.4.3 – Educar : a las niñas, mujeres jóvenes, jóvenes y la sociedad en áreas como el liderazgo, la salud, la paz y la ciudadanía mundial

*“Incluso una hormiga puede hacerle daño a un elefante.”*

*Proverbio zulú*

Las Guías Scouts aprenden gracias a la acción. Las Organizaciones nacionales de la AMGS son expertas en educación para la acción, especialmente en enseñanza no académica y en aprendizaje entre pares.

Existe una amplia gama de recursos que usted puede emplear para educar a los miembros de su grupo y a la sociedad en general sobre aquellos temas pertinentes para los jóvenes de este mundo moderno. Usted conoce las técnicas y sabe qué funcionará mejor en su entorno cultural.

Antes de educar a sus miembros y a la sociedad en general, tenga en cuenta lo siguiente:

- ¿Quién se beneficiará de estos conocimientos?
- ¿Qué es lo que está tratando de cambiar?
- ¿Cuál es la información más importante?
- Prime la sencillez: si usted añade elementos, trate de no sacrificar por ello la claridad de su mensaje.
- ¿Son tanto su mensaje como sus acciones claras y fáciles de entender?



#### **EJEMPLO: Opciones sanas de alimentación en un programa educativo**

A raíz de los resultados de una encuesta realizada por la Unión Europea que destacaba los altos niveles de obesidad infantil en Malta, las Guías Scouts de este país lanzaron recientemente el proyecto “Get Going” (Muévete).

El proyecto “Get Going” está basado en tres niveles:

- Get Going con los miembros
- Get Going con las familias
- Get Going con la comunidad

Las Guías Scouts de Malta obtuvieron la información y los recursos de la Unidad de Promoción de Salud de Malta. Las actividades del programa han sido desarrolladas para todos los grupos de edad de la Asociación, desde los “Dolphins” hasta las Guías Mayores y pretenden formar a las Guías Scouts de Malta en aquellos temas vinculados a una alimentación saludable. Las actividades van desde aprender los distintos grupos alimentarios y la pirámide de alimentos hasta cómo comprar comida saludable y cocinar platillos nutritivos.

Las actividades para la Sección de Guías Mayores también incluyeron el análisis de la relación entre autoestima y trastornos alimentarios y otros comportamientos riesgosos, como el consumo de tabaco y alcohol.

Cada Guía Scout recibió una carpeta al estilo de un diario con el fin de que las muchachas pudieran evaluar sus progresos hacia un estilo de vida sano. También se elaboró por separado una carpeta de recursos para las dirigentes, a fin de apoyar las actividades y objetivos del proyecto.

Existen planes para seguir desarrollando el proyecto mediante la organización de un intercambio con otra Asociación y pronunciándose sobre estos temas en las comunidades locales.

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la Propugnación? *cont.*

#### 1.4.3 – Educar *cont.*



#### **EJEMPLO: Seminarios sobre Propugnación de Sangam**

Los Seminarios de Propugnación de Sangam tratan sobre temas generales y ofrecen información a las participantes sobre lo que acontece en el contexto local de Pune, India. Las tradiciones culturales de la India, sus características sociales y la experiencia de Sangam en acciones comunitarias constituyen las razones principales que hacen de éste el lugar idóneo para aprender sobre propugnación. Sangam no sólo educa sino que hace que el concepto de propugnación sea algo tangible por medio de su trabajo con organizaciones comunitarias asociadas. Las participantes tienen la oportunidad de conocer y de trabajar con trabajadores sociales locales, expertos en el campo tratado en el seminario.

Los Seminarios de Propugnación de Sangam son capacitaciones intensivas en relación con los aspectos prácticos de la propugnación y tratan en profundidad el tema general escogido como tema principal. Se insta a los miembros de las cinco regiones de la AMGS a que participen. Con esta diversidad, las participantes comparten y obtienen experiencia sobre temas generales de muchas partes del mundo. En el seminario de Sangam las participantes adquieren una excelente formación en lo que respecta a cambiar las cosas en sus propias comunidades, animándolas a que una vez de vuelta a sus hogares, conviertan estas experiencias de los seminarios en acciones.

Participar en un Seminario de Propugnación de Sangam es una experiencia que cambia la vida y que resulta muy inspiradora para la mayoría de las participantes. Asimismo, enviar participantes al Seminario es una excelente oportunidad para que las Organizaciones Miembros de la AMGS inicien o amplíen su trabajo de propugnación. Asimismo, faculta a sus miembros, dándoles la oportunidad de desarrollar aptitudes clave en el ámbito del liderazgo.

Sangam ha impartido dos seminarios de propugnación al año desde 2005, cuando se inició la serie de seminarios con el análisis de los derechos del niño. Los temas incluidos hasta el momento han sido los derechos del niño, los refugiados, la trata de mujeres y niñas, la prevención del VIH y el SIDA, la paz y la salud de los adolescentes.

## Introducción

### 1.4 – ¿Qué es la Propugnación? *cont.*

#### 1.4.4 – Ejercemos influencia sobre las personas para que tomen decisiones que mejorarán nuestra vida y las vidas de los demás

*“Si no arriesgas nada, arriesgas aún más.”*

*Erica Jong*

La propugnación versa sobre el desarrollo y transmisión de un mensaje para ejercer influencia sobre los responsables de la toma de decisiones. A través de las actividades de propugnación, las Guías Scouts intentan ejercer influencia sobre los responsables sociales (gobiernos, diputados, funcionarios públicos, dirigentes comunitarios, juntas escolares, clubes, etc.) con el fin de cambiar o presentar declaraciones de posiciones, políticas, leyes y prácticas que mejoren las vidas de las niñas y los jóvenes de hoy en día dondequiera que vivan.

Las decisiones que afectan a las vidas de los jóvenes se toman a muchos niveles diferentes: a nivel internacional en organismos como las Naciones Unidas, el Consejo de Europa y la Unión Europea; a nivel nacional y regional; y a nivel local, como las que toman concejales o alcaldes. Gracias a la estructura de nuestra organización, estamos bien posicionadas como Movimiento para ejercer influencia sobre los responsables de la toma de decisiones a estos distintos niveles: desde el nivel local (compañías/unidades/grupos locales); nivel nacional (Organizaciones Miembros); y a niveles regionales e internacionales (representantes de la AMGS en la ONU, el Grupo de Propugnación de la Región de Europa, las oficinas regionales, los Centros Mundiales, la Oficina Mundial). A todos los niveles, podemos alzar la voz para cambiar las vidas de las niñas y los jóvenes del mundo.

La propugnación es un proceso planificado. Antes de iniciar su proyecto de propugnación, usted debe saber con claridad sobre quién desea influir y qué clase de cambio desea que se produzca.

Existe una variedad de métodos y herramientas de propugnación que se pueden emplear pero no existe un solo modelo establecido. Cada iniciativa o proyecto de propugnación está compuesto de una combinación de distintos métodos. Por ejemplo, el cabildeo para concientizar, hacer campaña o desarrollar asociaciones. Estos métodos exigen que usted desarrolle distintas estrategias. Por ejemplo, una estrategia para tratar de influir directamente sobre los responsables de la toma de decisiones o mediante la opinión pública y los medios de información para persuadirlos de que cambien de opinión.

#### **CONSEJO:**

Quizás no siempre logre alcanzar su objetivo de propugnación a corto plazo. Se requerirá un enfoque gradual. La clave es monitorear lo que sucede con el transcurso del tiempo, tanto en lo que se refiere a las decisiones concretas que está tratando de cambiar como a la forma de pensar de sus miembros, del público en general y de los responsables de la toma de decisiones en relación a los temas que usted ha puesto sobre el tapete.

## Introducción

### 1.5 – Lo que la Propugnación no es

**“Parte de la frustración de luchar contra el ayuntamiento es que el ayuntamiento es un edificio.”**

*Un propugnador*

Para la AMGS, independientemente del tema en cuestión, la propugnación consiste en adoptar una posición con respecto a dicho tema y trabajar hacia un cambio positivo. Nos pronunciamos en relación a una cuestión trascendente que afecta a las niñas y las jóvenes; desarrollamos proyectos que mejorarán las vidas de las personas de forma directa y formamos a las niñas y las jóvenes para que puedan cambiar positivamente el mundo que les rodea. Únicamente si están presentes los tres elementos (pronunciarse, actuar y educar) puede llamarse propugnación.

La propugnación no constituye una actividad aislada en la que expresamos una opinión, actuamos y formamos, sino que implica además un contexto más amplio, el de pretender influir sobre aquellos que toman las decisiones que mejoran nuestra vida y las vidas de los demás.

Son diversas las actividades que pueden ser parte de su iniciativa de propugnación, pero ninguna de éstas, por sí solas, tiene por objetivo ejercer influencia sobre los responsables de la toma de decisiones que provocarán cambios capaces de mejorar las vidas de las personas.

A título de ejemplo, las siguientes actividades, por sí solas, no constituyen propugnación:

- Preparar volantes sobre su organización
- Participar en una capacitación sobre la promoción
- Concienciar y lograr cambios en el comportamiento de individuos o de las muchachas
- Recaudar fondos para su campamento
- Informar al gobierno sobre el Guidismo y el Escultismo femenino
- Promover su Asociación.

Las acciones de propugnación pretenden lograr cambios. Cada una de las actividades enumeradas anteriormente podría formar parte de sus actividades de comunicación y relaciones externas. Asimismo, podrían desempeñar un papel importante en su labor de propugnación si está procurando influir sobre los responsables de la toma de decisiones a favor de un cambio, pero por sí solas no constituyen acciones de propugnación.

# Introducción

## 1.5 – Lo que la Propugnación no es *cont.*

### **HERRAMIENTA: Ejercicio para identificar lo que es o no es la Propugnación**

A continuación aparecen los consejos que surgieron a raíz de la Encuesta sobre salud en la adolescencia realizada por la AMGS. Arrojó muchas ideas de cómo distintos grupos podrían responder a las propugnación de promoción proporcionadas por la encuesta. ¿Qué acciones están dirigidas a ejercer influencia sobre los tomadores de decisiones y cuáles no?

Cómo aplicar los resultados de la Encuesta sobre salud en la adolescencia:

- Cuénteles a las Guías Scouts de qué hablan las niñas en otras regiones y países
- Promueva la afiliación a una organización mundial usando mensajes clave y estadísticas de las cinco regiones
- Apoye una política o posición sobre un tema empleando la información de la encuesta
- Desarrolle una estrategia dirigida a los medios de información con un mensaje clave, respaldado por una declaración o posición que usted desea cambiar, en relación a una cuestión que atañe a las niñas y los jóvenes
- Distribuya entre los contactos mediáticos apropiados un paquete informativo que contenga un comunicado de prensa, una hoja de datos, sus declaraciones de posición y estudios de casos mundiales.
- Divulgue a los medios de información la forma en que usted ha estado promoviendo una cuestión: déle seguimiento por teléfono o correo electrónico;
- Utilice un vocero: ya sea alguna figura pública o una Guía Scout;
- Publique sus comunicados de prensa en la Internet en general y en sus sitios web en particular;
- Baje del sitio web la carpeta de Relaciones con la Prensa de la Asociación Mundial;
- Lleve a cabo investigaciones adicionales entre las Guías Scouts de su país y publique los resultados

Analice las ideas anteriores y decida cuáles versan mayormente sobre la puesta en común de información, cuáles se refieren a cómo ejercer influencia sobre otros para compartir información, y cuáles tratan acerca de ejercer influencia sobre los creadores de opinión para que éstos actúen. Debata su propuesta de solución con su grupo y trate de pensar en nuevas ideas bajo cada encabezamiento de la lista siguiente:

**Compartir  
información**

**Ejercer influencia para  
fomentar que se comparta  
la información**

**Ejercer influencia para  
impulsar la toma de decisiones  
o acciones**

## Introducción

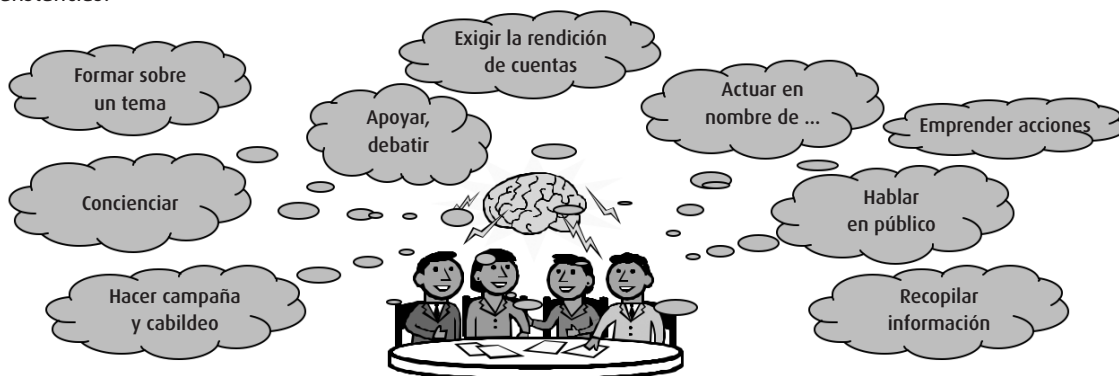
### 1.6 – Cómo traducir la palabra “Propugnación”

«Existen personas que colocan sus sueños en una pequeña caja y dicen: “Sí, yo tengo sueños; por supuesto que tengo sueños.” Luego, guardan la caja y la sacan de vez en cuando para mirarla y, efectivamente, allí siguen los sueños.»

*Erna Bombeck*

No existe ninguna traducción completamente exacta, clara y comprensible del significado que atribuimos al término “propugnación”. A veces es difícil traducir esta idea al lenguaje y cultura de los diferentes países.

La propugnación puede ser muchas cosas e incorpora gran cantidad de aspectos distintos dependiendo de las circunstancias:



Sugerimos que traduzca la siguiente descripción de una sola oración (abajo) sobre lo que significa la propugnación y la emplee como base para hallar la mejor forma de describir la “propugnación” en sus propias palabras.

#### **CONSEJO:**

Si está buscando la traducción de la palabra “propugnación” en uno de los idiomas oficiales de la AMGS, podrá hallarla en el sitio web bajo la sección “Nuestra Voz” <http://www.wagggsworld.org/es/issues>

#### **HERRAMIENTA: Formas de traducir “Propugnación”**

Traduzca la definición en una sola oración del término propugnación en sus propias palabras:

**Nosotros influimos sobre las personas para que tomen decisiones que mejorarán nuestras vidas y las vidas de los demás.**

Busque en el diccionario la traducción de los términos “propugnación” y “abogar por” en su idioma. Por otro lado, busque en los sitios web de la AMGS y en otros sitios web de ONG importantes u organismos de la ONU que tienen versiones en distintos idiomas para ver cómo traducen este término. Analice el término “propugnación” traducido en su idioma y si recoge bien o no la definición en una sola oración que aparece arriba. Podría llegar a un arreglo: emplee el término utilizado generalmente en su país y que de alguna forma corresponde a la traducción de propugnación, pero le agrega esta redefinición en una sola oración que explica lo que significa la propugnación para las Guías Scouts.

# 2

## Cómo participar en la Propugnación

**“Es algo terrible poder ver pero no tener visión.”**

*Helen Keller*

La propugnación puede producirse a todos los niveles de una organización: local, nacional, regional o internacional. No existe una fórmula universal para una propugnación eficaz pero la experiencia ha demostrado que resulta más efectiva cuando ha sido planeada de forma sistemática.

La planeación le ayudará a:

- Identificar sus metas
- Determinar los pasos que lo llevarán a sus metas
- Aumentar sus posibilidades de éxito.

Si usted no traza un plan podría desperdiciar una valiosa energía, desaprovechar algunas oportunidades e incluso provocar la hostilidad de personas que usted necesita de su lado.

Para ayudarle a planear su proyecto de propugnación usted puede emplear la guía rápida sobre cómo planear la propugnación o la guía más detallada que lo llevará paso a paso por el proceso de planeación.

Antes de iniciar su acción de propugnación es importante que haya completado un plan ya que cada parte del plan puede afectar a las otras partes. Normalmente, se empieza por definir cuáles son las metas de la propugnación. Sin embargo, cuando empiece a planear más a fondo y a considerar hacia quiénes desea enfocar la propugnación, qué acciones desea tomar o de qué recursos dispone, quizás se vea obligado a modificar sus metas de propugnación.

### **CONSEJO:**

Cuando planee, recuerde:

- Sea flexible : aunque sea una buena idea realizar cuánto más planeamiento anticipado mejor, su campaña de propugnación tiene que ser dinámica y capaz de ajustarse a las circunstancias
- Cerciórese de que sus acciones de propugnación se ajustan a las metas que usted se ha fijado
- Defina y perfeccione el estilo de sus acciones de propugnación (con una sola táctica fuera de control puede irse por la borda la campaña entera)
- Asegúrese de que sus metas sean alcanzables y eficaces en relación a su costo, que pueda lograrlas con sus recursos, y que usted pueda atraer el apoyo de sus asociados y de la comunidad en general
- Haga que su grupo se sienta bien consigo mismo y que aprueben lo que están haciendo
- Haga que se produzcan cambios que beneficien a la comunidad

### **HERRAMIENTA: Lista de chequeo - ¿Está usted haciendo Propugnación?**

- |   |       |
|---|-------|
| ¿Pretende su proyecto mejorar su vida y/o las vidas de los demás?                                   | Sí/No |
| ¿Está dirigido a la comunidad en general y no sólo a su asociación/grupo/compañía?                  | Sí/No |
| ¿Busca usted ejercer influencia sobre un individuo, un grupo de personas o la comunidad en general? | Sí/No |
| ¿Está usted trabajando en una cuestión que afecta a los jóvenes de su país o su comunidad local?    | Sí/No |
| ¿Está usted involucrando a los miembros de su asociación/grupo/compañía?                            | Sí/No |

Si respondió con un “sí” a todas estas preguntas, usted ya está trabajando en un proyecto de propugnación. Si respondió con un “no” a una o más preguntas, podría tener que hacer algunos pequeños ajustes para seguir en el camino correcto.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.1 – Seis pasos rápidos para involucrar a los jóvenes en la Propugnación<sup>1</sup>

#### Paso 1: Identificar un tema

Averiguar cuáles son los temas que interesan a los miembros de su grupo local. Podría ser que defiendan la necesidad de instalaciones para actividades de esparcimiento de los jóvenes de la comunidad local o la creación de un consejo juvenil local a través del cual los jóvenes puedan ser consultados en relación a las cuestiones de la comunidad que les afectan o quizás deseen emprender acciones para proteger el medio ambiente o ayudar a las personas que viven en la pobreza.

#### Paso 2: Evaluar el contexto en el que se integra dicho tema

El grupo investiga el problema a fin de identificar cuántos jóvenes podrían estar afectados y quiénes son los responsables de la toma de decisiones con los que deben ponerse en contacto.

#### Paso 3: Decidirse por un proyecto

En base a su investigación el grupo celebra una tormenta de ideas con el fin de hallar las soluciones al problema y sus metas de propugnación. Por ejemplo, ¿deberán tratar de cambiar la normativa local o deberán tratar de formar en esta cuestión a los profesores o a los progenitores?

#### Paso 4: Crear un plan de acción

Seguidamente, el grupo deberá elaborar un plan de acción detallado para decidir cómo alcanzarán sus metas. Deberán idear actividades que contribuyan a sensibilizar a su público meta, a identificar posibles aliados y a identificar cuál será su mensaje clave.

#### Paso 5: Implementar el plan de acción

Seguidamente, el grupo deberá organizar las actividades escogidas: escribir una carta al alcalde, organizar una petitoria y hacer una visita al Concejo local.

#### Paso 6: Comprobar el avance

No olvide que el grupo deberá comprobar regularmente si se están logrando las metas o si hay que modificar los planes. Cuando se haya completado el proyecto, deberán analizar qué es lo que funcionó y qué no. Deberán tomar nota de las lecciones aprendidas para mejorar la gestión del siguiente proyecto.

#### **CONSEJO:**

En el Índice hallará una variedad de herramientas que le servirán de ayuda en cada uno de estos pasos.

<sup>1</sup> Adaptado de los Seis pasos para la propugnación de Girl Scouts USA  
[http://www.girlscouts.org/for\\_adults/leader\\_magazine/2006\\_summer/advocacy.asp](http://www.girlscouts.org/for_adults/leader_magazine/2006_summer/advocacy.asp)

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación

Cualquiera que sea el objetivo que pretende alcanzar, como parte de su iniciativa de propugnación, hay una serie de aspectos que deberá tener en cuenta. Ya pertenezca usted a una unidad de Guidismo y el Escultismo femenino que trabaja en su comunidad local o esté intentando influir sobre una política o decisión a nivel nacional, los ocho pasos siguientes le ayudarán a lograr un plan de propugnación exitoso:

1. Identifique sus metas de propugnación/¿Qué desea lograr?
2. Evalúe la situación/¿Dónde estamos ahora?
3. Identifique sus recursos/¿Qué recursos necesitaremos?
4. Identifique sus logros/¿Qué podremos lograr?
5. Identifique su objetivo/¿Quién es nuestro objetivo?
6. Identifique el mensaje/¿Cuál será nuestro mensaje?
7. ¿Cómo podrá difundir su mensaje?
8. ¿Cómo sabrá que ha tenido éxito?

#### 2.2.1 – ¿Qué desea lograr?

Al inicio de su iniciativa de propugnación, su objetivo radica en influir sobre las personas que toman las decisiones que mejorarán su vida y las vidas de los demás.

Por lo tanto, las iniciativas de propugnación a menudo implican tomar como objetivo a los responsables de la toma de decisiones, tales como funcionarios públicos, responsables de las políticas, miembros de partidos políticos o cargos electos, con el fin de provocar el cambio. Puede ser a nivel local, regional, nacional o internacional, dependiendo del tema del que se trate. A menudo las iniciativas de propugnación pueden tener lugar simultáneamente a todos estos niveles.



#### **EJEMPLO: Posibles metas de Propugnación**

- Cambiar o crear nuevas leyes/políticas/directrices/reglamentos específicos (a nivel local o nacional)
- Hacer que los responsables de la toma de decisiones rindan cuentas. Recordarles sus compromisos
- Cambiar la forma en que un responsable de la toma de decisiones en particular aborda un tema clave
- Garantizar que una política en vigor que aborda el tema en cuestión no deje de ser puesta en marcha por los responsables de las políticas
- Poner fin a una política perjudicial



#### **CONSEJO:**

En las siguientes publicaciones existe información adicional sobre la fijación de sus metas y la administración de proyectos en general:

**Directrices de la AMGS sobre administración de proyecto**  
<http://www.wagggsworld.org/es/resources/documents/2068>

**Project Management for Youth Organizations produced by the Council of Europe**  
[www.training-youth.net/INTEGRATION/TY/Publications/tkits/tkit3/](http://www.training-youth.net/INTEGRATION/TY/Publications/tkits/tkit3/)

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.1 – ¿Qué desea lograr? *cont.*

##### 2.2.1.1 – ¿Cómo identificar el tema que desea Propugnar?

En primer lugar, necesitará identificar el tema en el que usted desea trabajar. Este tema deberá basarse en su Visión, ser pertinente para los miembros y el grupo que usted representa y ser un tema que le interese y que le motive a emprender acciones.



#### **EJEMPLO: Encuesta de la AMGS sobre salud en la adolescencia**

En 2005, en respuesta a las opiniones de sus miembros, la AMGS decidió dirigir su labor de propugnación hacia temas de salud adolescente con motivo del trienio de la AMGS 2006-2008. La AMGS realizó su primera encuesta mundial que dio como resultado los mensajes clave sobre salud en la adolescencia.

Desde entonces, el personal y los voluntarios de la AMGS han recopilado nuestra experiencia y conocimientos sobre cada tema a fin de decidir la posición de la AMGS al respecto. Las declaraciones de posición en relación a cada uno de los mensajes clave se encuentran expuestas en el sitio web de la AMGS, junto con declaraciones de apoyo en relación a la salud de las muchachas adolescentes en general, al acceso a la educación y el marco de derechos humanos de todas las posiciones que hemos tomado.

En base a esta experiencia, las lecciones aprendidas y nuestros logros, en 2008 la AMGS amplió el ámbito de propugnación de la AMGS. Los mensajes clave y las declaraciones de posición en relación a la salud en la adolescencia se convirtieron en parte de un conjunto más amplio, el Tema de Acción Global girls worldwide say “juntas podemos cambiar nuestro mundo” que está relacionado con las Metas de Desarrollo del Milenio y que además de la salud adolescente trata también de cuestiones como el medio ambiente y la pobreza.

#### **CONSEJO:**

Si usted, como grupo o asociación, decidiera trabajar en uno de los mensajes clave de la AMGS, podría emplear las declaraciones de posición para desarrollar sus propias metas y acciones de propugnación a nivel nacional o local, dependiendo de su propia situación nacional o local. Usted puede bajar las declaraciones de posición de la sección de recursos en [www.wagggsworld.org](http://www.wagggsworld.org).

Su Asociación o grupo local podría haber identificado otros temas como cuestiones de interés de los jóvenes de su país o comunidad local. La mejor forma de averiguar cuáles son los temas importantes para los jóvenes de su país o comunidad local es preguntándose directamente.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.1 – ¿Qué desea lograr? *cont.*



#### **EJEMPLO: Las Guías dicen... Encuesta nacional de Girl Guides Australia**

En 2007, Girl Guides Australia decidió realizar una encuesta nacional entre su afiliación juvenil a fin de identificar los temas de su interés. Se invitó a las muchachas a que identificaran los principales temas que les interesaban a nivel mundial, nacional y local.

El proyecto Guides say... recopiló información de niñas y muchachas con edades comprendidas de los 5 a los 17 años, y se obtuvieron respuestas procedentes de todos los estados y territorios de Australia, incluidas zonas rurales y remotas. Fue una de las encuestas más exhaustivas dirigida a obtener las opiniones de muchachas jamás realizada por organización alguna en Australia. La principal preocupación mundial de las más de 4.500 miembros juveniles encuestadas fue el calentamiento del planeta, el medio ambiente y la pobreza. Las principales preocupaciones locales fueron la drogadicción y el acoso escolar. Entre sus principales preocupaciones, las guías mayores de 13 años también señalaron tres de los mensajes de salud adolescente de la AMGS: "es importante hablar sobre las drogas", "descubre tu potencial" y "evita el embarazo precoz". Los resultados de esta encuesta pueden verse en: [www.girlguides.org.au](http://www.girlguides.org.au).

Al realizar esta encuesta, Girl Guides Australia les dio a las niñas y las jóvenes australianas una voz gracias a la que pudieron expresarse en público en su propio nombre. Este conocimiento de las ideas, las inquietudes y los valores de las jóvenes australianas servirá de guía a Girl Guides Australia en su labor de propugnación tanto a nivel local como nacional. También influirá en el desarrollo de sus programas, proyectos y capacitaciones futuras. Este análisis de las necesidades de sus jóvenes miembros garantiza que la Asociación seguirá siendo importante para las niñas de hoy día y contribuirá a que las niñas y las jóvenes se conviertan en personas seguras de sí mismas, dignas y responsables en su comunidad.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.1 – ¿Qué desea lograr? *cont.*

#### **HERRAMIENTA: cómo realizar una encuesta entre sus miembros jóvenes**

##### Paso 1: Elabore un plan

Defina por qué desea realizar una encuesta y para qué utilizará sus resultados.

Identifique la pregunta para la que desea obtener respuesta. Las preguntas deberán ser sencillas y directas.

Defina una cronología para su encuesta. Si es a nivel nacional, podría requerir de unos tres meses para que sus miembros respondan. Se necesitaría menos tiempo para organizar una encuesta entre su grupo local.

##### Paso 2: Produzca materiales para la encuesta

Usted debe hacer que a sus miembros les resulte sencillo realizar la encuesta y que la puedan incorporar en su programa habitual. Podría ser una buena idea permitir que los dirigentes escogieran entre varias opciones de programas distintos.

Asimismo, usted debe recopilar otros datos de referencia, como provincia/estado, edad, entorno urbano/rural y otra información que puede ser útil para la interpretación de las respuestas recogidas.

La recopilación de datos puede hacerse eficientemente mediante tarjetas postales, como en el siguiente ejemplo de Girl Guides Australia:



<p>What three world issues does your Patrol care about and think WAGGGS should talk to world leaders about on your behalf?</p> <p>What three issues facing Australia does your Patrol care about and think Guides Australia should speak out about on your behalf?</p> <p>What are three issues that your Patrol would like to speak out about in your community?</p> <p><u>Question for teenage Guides only</u> Which of the WAGGGS Adolescent Health Issues would you like to speak out about?</p> <p>Postcode _____ Patrol age range _____</p>	<p>Australian Guides have a say . . .</p> <p>Guides Australia PO Box 6 Strawberry Hills NSW 2012</p>
---	--

##### Paso 3: Cotejar las respuestas

Recoja las respuestas a la encuesta, analice los datos y elabore un informe sobre los resultados.

##### Paso 4: Publique los resultados

Publique un informe y utilícelo como documento guía para su Movimiento y como base para futuras labores de propugnación.

Identifique los públicos meta dentro y fuera del Movimiento y entrégueles la encuesta junto con instrucciones claras en lo relativo al empleo de esa información.

#### **CONSEJO:**

Puede encontrar más información sobre cómo realizar un proyecto de investigación en su Asociación en "How to Use Research to Enhance Guiding and Scouting" producido por la Región de Europa de la AMGS y la Región Scout de Europa. <http://www.europe.waggsworld.org/en/grab/462/1/Howtouseresearch.pdf>

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.1 – ¿Qué desea lograr? *cont.*

También podría haber cuestiones que afectan a los jóvenes o a las formas de organizar o apoyar a las organizaciones juveniles, en las que resulta importante que las Guías Scouts tengan voz, así como las niñas y los jóvenes. Por ejemplo, en muchos países europeos, en respuesta a la necesidad de hallar soluciones a problemas relativos a cuestiones como el empleo, la educación y otras cuestiones sociales, la Unión Europea ha desarrollado políticas juveniles concretas. Se considera entonces que es responsabilidad del gobierno nacional implementar estas políticas como mejor estime conveniente. Las Guías Scouts tienen la oportunidad de participar en este proceso a nivel regional pero las Asociaciones de Guidismo y el Escultismo femenino también deben participar en el proceso ya que a menudo son la mayor organización representativa de los jóvenes de un país concreto, por lo que se deben asegurar de que estas políticas sean implementadas en la forma en que mejor refleje las necesidades de los jóvenes.

#### **CONSEJO:**

El Foro Juvenil Europeo representa a los consejos juveniles nacionales y a las organizaciones juveniles internacionales no gubernamentales, como la AMGS: el Foro ha desarrollado una serie de documentos en los que toma posición, informes y otras herramientas sobre muchos de los temas que afectan a los jóvenes hoy en día. Si usted está trabajando en temas como la participación, la migración, el empleo, la educación o el trabajo juvenil, estas herramientas le pueden resultar útiles en su labor de propugnación. Visite el sitio web [www.youthforum.org](http://www.youthforum.org) donde encontrará más información al respecto.

#### **HERRAMIENTA: Preguntas para identificar temas**

Usted ha decidido PRONUNCIARSE, EDUCAR y ACTUAR para poder influir sobre las personas para que tomen las decisiones que mejorarán su propia vida y las vidas de los demás. A continuación, enumeramos algunas de las preguntas que le ayudarán a definir su iniciativa de propugnación:

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Por qué es un problema?
- ¿Quién se ve afectado por el problema?
- ¿Por qué es un problema para las Guías Scouts, es decir, una cuestión en la que deberían involucrarse?
- ¿Qué es lo que ha causado este problema que usted ha identificado?
- Los responsables de la toma de decisiones o la comunidad, ¿qué han hecho para causar este problema y por qué?
- ¿Qué cambios deben hacerse para hallar una solución a este problema?
- ¿Qué pueden hacer las Guías Scouts para resolver este problema?

Para responder a estas preguntas, es probable que usted necesite investigar con el fin de hallar cuál es el cambio real que se requiere; quién es responsable del cambio; cuál es el proceso político para cambiar o crear nuevas políticas, leyes o reglamentos, y las distintas oportunidades que se presentan en las que usted puede intentar influir sobre este proceso. En ocasiones una política ha sido enmendada a un nivel superior—las Naciones Unidas o un órgano de ámbito supranacional como la Unión Europea—pero los responsables políticos nacionales se han demorado en implementar los cambios a nivel nacional o local.

En otras ocasiones, su país podría haber firmado un acuerdo a nivel nacional, como la Convención sobre los Derechos del Niño de la ONU (UNCRC, por sus siglas en inglés) o la Convención sobre la Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres (CEDAW, por sus siglas en inglés), o se han tomado ciertos compromisos para garantizar que se cumplan las Metas de Desarrollo del Milenio (MDM). Muchos de los temas de propugnación de la AMGS se basan en estas convenciones y acuerdos. Estos documentos son herramientas importantes que usted puede emplear como pilares de su labor de propugnación, como por ejemplo para lograr que los responsables de la toma de decisiones locales rindan cuentas de su labor y garanticen que estas convenciones y acuerdos no dejen de implementarse a nivel nacional.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.1 – ¿Qué desea lograr? *cont.*

#### 2.2.1.2 – ¿Cómo identificar su objetivo de Propugnación?

El objetivo deberá ser suficientemente amplio como para que resulte de interés, pero también deberá ser lo suficientemente concreto como para que usted pueda ver los resultados dentro de los plazos que se haya fijado.

Éste constituirá su gran objetivo único y necesitará que los miembros de su asociación, grupo o compañía crean firmemente en él, participen en las iniciativas y lo apoyen. Deberá resultar interesante para su grupo o asociación, para que todos tengan ganas de trabajar en el tema. También deberá ser un objetivo realista y alcanzable. Usted deberá explicar claramente qué es lo que desea lograr. Esto es esencial, ya que afectará las actividades que escoja para lograr su objetivo.



#### **HERRAMIENTA: Los objetivos SMART**

Su objetivo de propugnación deberá ser: **E**specífico, **M**ensurable, **A**lcanzable, **R**ealista y con unos límites de **T**iempo (**SMART**)

- **Específico** – cuanto más específico sea con respecto a lo que su grupo pretende alcanzar y para cuando, mejor.
- **Mensurable** – establezca sus objetivos en términos mensurables. Mientras más preciso sea en cuanto a lo que desea lograr, más fácil resultará ver qué y cuánto ha logrado su grupo o asociación. También le ayudará a evaluar su iniciativa de propugnación.
- **Alcanzable** – aunque usted deberá ser ambiciosa en relación a su objetivo también debe ser realista en relación a lo que usted es capaz de cambiar dentro del entorno político en el que vive. El cambio exige tiempo y recursos. Si usted es demasiado ambiciosa, su grupo podría acabar decepcionado o desalentado antes de haber logrado su cometido.
- **Realista** – usted debe ser capaz de alcanzar su objetivo, ya sea por sí sola o asociándose con otras personas.
- **Con límites de Tiempo** – usted debe fijar una fecha de fin de campaña. Aunque las circunstancias cambien y su fecha pueda ser modificada posteriormente, es mucho mejor comenzar sabiendo en cuánto tiempo alcanzará su objetivo.

Una vez que haya identificado su objetivo, es probable que desee comprobar si está en el camino correcto.



#### **HERRAMIENTA: Lista de chequeo: ¿Es su objetivo apto para la Propugnación?**

##### Lista de chequeo de la Propugnación

¿Servirá esta iniciativa de propugnación para crear una mejoría real en las vidas de las personas (especialmente en las vidas de las niñas y las jóvenes)?	Sí/No
¿Ayudará el trabajar en este tema a cumplir la Misión de la AMGS o la misión de su Asociación?	Sí/No
¿Ayudará el trabajar en este tema a cumplir los objetivos y la Visión de la AMGS o los objetivos y la visión de su Asociación?	Sí/No
Si su iniciativa es exitosa, ¿servirá de base para un cambio?	Sí/No
¿Sabe usted lo que desea cambiar, por qué emprende esta acción y qué cambios necesita hacer?	Sí/No
¿Apoyarán sus partidarios sus iniciativas sobre este tema?	Sí/No
¿Es este tema importante para sus asociados y para las niñas y las jóvenes?	Sí/No
¿Puede usted integrar esta iniciativa de propugnación en su programa de actividades?	Sí/No



#### **CONSEJO:**

Recuerde que más adelante usted podrá dividir su objetivo en distintas etapas. Consulte el capítulo “Qué puede lograr” en el que encontrará más información.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.2 – ¿Dónde se encuentra ahora?

Una vez que haya decidido su objetivo, el siguiente paso será comprender su situación actual. El propósito de ello es que usted tenga claro cuál es su punto de partida como asociación o grupo, y con qué recursos cuenta ya.

#### **CONSEJO:**

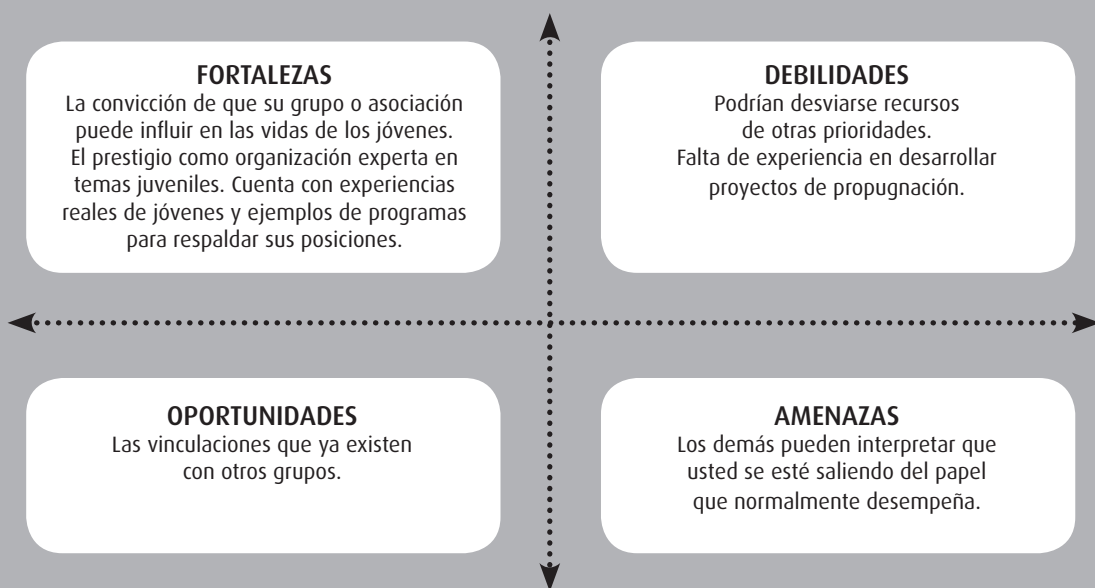
Es importante que esté al tanto de lo que tiene y lo que se necesita. Podría descubrir que ya tiene mucho hecho y que en realidad necesita muy poco para realizar su proyecto de propugnación.

Podría iniciar este proceso planteándose varias preguntas:

- ¿Qué aptitudes, puntos de vista y personalidades están representadas en su organización o grupo?
- ¿Cómo desea trabajar en la propugnación como grupo?
- ¿Qué ventajas tiene en su grupo y que retos se presentan en él?
- ¿Qué le da a usted el poder, la legitimidad o la credibilidad como organización o grupo para expresarse en nombre de otros?
- ¿Cuáles son las amenazas y oportunidades que vienen de fuera de su organización?

#### **HERRAMIENTA: El Análisis FODA**

El análisis FODA representa otra manera de comprender su situación actual. Las siglas FODA significan Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Las fortalezas y debilidades hacen referencia a la situación dentro de su asociación y los recursos de los que dispone. Las oportunidades y las amenazas se refieren a aquello que sucede fuera de su Asociación y que podría contribuir u obstaculizar su proyecto de propugnación. Su análisis FODA podría ser algo así:



## Cómo participar en la Propugnación

2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

2.2.2 – ¿Dónde se encuentra ahora? *cont.*



### **HERRAMIENTA: El Análisis PESTLE**

El Análisis PESTLE es otra herramienta útil que puede emplearse cuando se analiza la situación de su Asociación y los factores externos que podrían influir sobre su proyecto de propugnación. Este análisis complementa a su Análisis FODA.

El Análisis **PESTLE** consta de seis partes, a saber:

**Factores Políticos:** Por ejemplo, ¿cuál es la situación política actual? ¿Quiénes son los responsables de la toma de decisiones (a nivel local o nacional)? ¿Cómo puede influir sobre ellos?

**Factores Económicos:** ¿Cuál es la situación económica de las niñas y las jóvenes?

**Factores Sociales:** ¿Qué factores sociales afectan a las niñas y las jóvenes?

**Factores Tecnológicos:** Por ejemplo, ¿cómo puede usted emplear la informática o acceder a Internet?

**Factores Legales:** Por ejemplo, ¿Qué leyes y reglamentos abordan este tema y de qué forma afectan a las niñas y las jóvenes?

**Factores del Entorno:** Por ejemplo, ¿qué factores físicos o geográficos pueden influir en este tema?

Los resultados de su Análisis PESTLE también pueden emplearse en la sección de oportunidades y amenazas del Análisis FODA.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.3 – ¿Qué recursos necesitará para realizar su iniciativa de Propugnación?

Además de la evaluación básica relativa a dónde se encuentra usted ahora, también necesitará analizar de qué recursos dispone. Esto incluye los trabajos de propugnación anteriores, las asociaciones ya existentes y otros recursos, como los voluntarios, el personal y las aptitudes y formación de otras personas. A menudo, como resultado de este proceso, descubrirá que quizás ya dispone de recursos que emplear.



#### **HERRAMIENTA: Evaluación de recursos**

Puede que ya disponga de muchos recursos. Éstos variarán dependiendo del tamaño de su grupo, pero podrían incluir:

- Fondos (incluyendo donaciones en especie) balanceado contra gastos
- Las personas de las que ya dispone (tanto el personal como los voluntarios) y las cualificaciones que éstos poseen
- Las personas que usted espera que querrán colaborar
- Contactos (por ejemplo, los medios de información )
- Instalaciones (por ejemplo, transporte y computadoras, salas de reuniones, etc.)
- Información, investigación o bibliotecas

Empiece en base a lo que ya tiene e identifique lo que necesite. Contemple estas tres áreas: personas, dinero y tiempo.

- **Personas:** Un esfuerzo de propugnación se basa sobre todo en las personas. Para poder implementar su iniciativa, podría requerir de un número de diferentes personas que desempeñarán una amplia gama de papeles distintos, dependiendo de lo que usted esté tratando de lograr: partidarios, investigadores, contactos de prensa, o voceros públicos.
- **Dinero:** Dependiendo de su iniciativa de propugnación, podría necesitar recursos financieros. Por ejemplo, para preparar los volantes en los que se explicarán los cambios que usted pretende que se hagan o para alquilar una sala en la que organizar una reunión entre sus partidarios. A veces, en lugar de una donación en efectivo podría solicitar una “contribución en especie” como por ejemplo, el préstamo de una sala de reuniones, papel y sobres o una computadora que ya no se utiliza.
- **Tiempo:** Es importante asegurarse de que las personas que participan en su proyecto de propugnación tengan tiempo para asistir a las reuniones donde se toman las decisiones sobre el tema de su propugnación y para responder a los documentos pertinentes. Deberá asegurarse de que estas personas están dispuestas a contribuir en la organización de su propugnación de promoción y también de que usted tiene suficiente tiempo para llevar a buen fin la campaña.

Podría ser necesario desarrollar vínculos con organizaciones que ya están trabajando en este tema o establecer contactos con los medios de información para que contribuyan a darle más notoriedad a su proyecto de propugnación o investigar con el fin de averiguar cuáles son las personas sobre las que hay que ejercer influencia. Cualquiera que sea su proyecto, es importante identificar los recursos que le faltan y cómo va a llenar esos vacíos.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de propugnación cont.

#### 2.2.4 – ¿Que puede lograr?

Luego de haber definido los objetivos globales de su proyecto de propugnación, deben fijarse los objetivos más específicos.

- ¿Cuáles podrían ser las etapas eficaces hacia el objetivo global?
- ¿Cuál sería una manera eficaz de empezar a impulsar la estrategia?
- ¿Cuáles serían algunas metas posibles a corto plazo y que podrían servir para aglutinar a las personas idóneas, para simbolizar la labor más ardua que tienen por delante y para que se cree una etapa intermedia alcanzable que sienta las bases para las metas a largo plazo?

Sus metas deben ser SMART (véase el capítulo “¿Qué desea lograr?”). También es importante dividir las metas de acuerdo a su marco temporal.

Una meta de largo plazo puede resultar imponente y en ocasiones, amedrentadora. Deberá dividirla en secciones y avanzar paso a paso. Por lo tanto, debe establecer metas intermedias y a corto plazo, así como las etapas eficaces a seguir.



#### **EJEMPLO: Metas de largo plazo, intermedias y de corto plazo**

Si usted ha decidido que la lucha contra el VIH y el SIDA es un tema importante para su Asociación o grupo, podría decidir que:

Su objetivo de propugnación debería ser: *“Garantizar que los jóvenes tengan acceso a información sobre el VIH y el SIDA exhaustiva, objetiva, libre de prejuicios y adecuada al sexo y la edad a la que esté dirigida.”*<sup>2</sup>

Las metas de largo plazo explican en detalle el objetivo final de la iniciativa de propugnación. Empleando este mismo ejemplo, su objetivo de largo plazo, cuya realización podría requerir varios años, podría ser:

*“En un plazo de dos años se incluirá información sobre la prevención del VIH y el SIDA en el currículum escolar.”*

Las metas intermedias son los pasos que debe alcanzar para poder llegar a su objetivo final y constituyen puntos de referencia que contribuyen a alcanzar su objetivo final:

*“En un plazo de seis meses habremos organizado una coalición de organizaciones juveniles que brindarán su apoyo a nuestra campaña.”*

Las metas de corto plazo son similares a las metas intermedias. Le ayudarán a mantener motivado a su grupo, pues constituyen puntos de referencia más inmediatos en la forma de etapas de las iniciativas:

*“En un plazo de tres meses habremos organizado una reunión sobre por qué el VIH y el SIDA constituye un problema para los jóvenes de este país y sobre lo que tiene que hacerse al respecto.”*



#### **HERRAMIENTA: Metas de contenido/proceso/impacto/efecto**

- ¿Cuál es la política que usted pretende cambiar? Esta será su meta de contenido.
- ¿Cuáles son los distintos pasos que necesita dar para que su iniciativa de propugnación sea exitosa? Por ejemplo, crear una asociación, concertar una reunión con un determinado ministro del gobierno. Éstas serán sus metas de proceso.
- ¿Cómo afectará a las vidas de las personas el cambio que usted está proponiendo? Ésta se llama una meta de impacto. Está directamente vinculada con el problema que aborda y deberá indicar la forma en que mejorarán las vidas de las personas a consecuencia de sus acciones.
- ¿Cómo deben cambiar las políticas para que su campaña sea un éxito? Ésta se llama una meta de efecto.
- El pensar en distintos tipos de metas le ayudará a tener claro su objetivo y a centrar sus esfuerzos.

<sup>2</sup> Declaración de posición de la AMGS sobre el VIH y el SIDA

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.5 – ¿Sobre quién necesitará influir?

El público meta de su proyecto de propugnación son aquellas personas capaces de realizar el cambio. Otros públicos meta pueden ser diversas personas influyentes, grupos concretos de la sociedad, medios de información o público en general.

Si lo que pretende es cambiar una política, ley, reglamento o cualquier cuestión vinculada a un ente público, usted tiene que empezar por comprender el contexto político local o nacional y el proceso político. ¿Quiénes son los dirigentes locales, los funcionarios o los responsables de las políticas nacionales que pueden influir sobre la cuestión o tema que desea cambiar, que pueden crear nuevas políticas o garantizar que las políticas que ya existen y que son pertinentes con su iniciativa ya están siendo implementadas?

También deberá influir sobre su público interno, es decir, los miembros de su Asociación, grupo o compañía, para obtener su apoyo incondicional a su plan de propugnación. Este podría ser el primer paso de su plan de propugnación.

El fijar públicos meta e intentar influir sobre ciertos individuos o sobre un grupo de personas podría no ser el primer paso de su plan de propugnación. Podría tener lugar con posterioridad aunque siempre deberá formar parte de su plan de propugnación. Usted no podrá empezar su labor de propugnación sin antes haber identificado a las personas sobre quienes tendrá que influir.



#### **HERRAMIENTA: cómo identificar su público primario y secundario**

Los responsables individuales de la toma de decisiones forman parte, por lo general, de su público meta. Los públicos meta pueden ir desde los cargos públicos locales, el personal de su propia organización u otra organización; los funcionarios del gobierno local y nacional, los diputados (tanto aquellos en el poder como los de oposición); los funcionarios que representan al gobierno nacional en órganos regionales o internacionales y hasta ministros y jefes de Estado. Todos ellos constituyen su “público primario”.

Existe también un segundo grupo de personas sobre los que usted puede tratar de influir para provocar un cambio. Son aquellos capaces de influir sobre los responsables de la toma de decisiones que usted ha fijado como meta. Éstos constituyen su “público secundario”. En este grupo puede incluir a los medios de información, a los grupos de interés, a los dirigentes de la industria, a los organismos locales o nacionales, o sencillamente, al público en general. También pueden incluirse en este grupo a otros responsables de la toma de decisiones. Ellos podrían estar dispuestos a hacer una labor de propugnación en su nombre ante aquellos responsables de la toma de decisiones capaces de llevar a cabo los cambios que usted propone. Éstos serían sus “aliados potenciales”.



#### **CONSEJO:**

Tenga presente que cada paso de su plan de propugnación podría tener un público meta diferente. Recuerde: ejercemos influencia sobre los demás pronunciándonos, actuando y educando.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.5 – ¿Sobre quién necesitará influir? *cont.*



#### **HERRAMIENTA: Ejercicio para identificar el público primario y secundario**

Trate de identificar el público primario y secundario del objetivo que aparece a continuación y compare sus respuestas con las sugerencias.

**“En el transcurso de los próximos dos años se habrá incluido información sobre la prevención del VIH y el SIDA en el currículum escolar.”**

*Público primario*

*Público secundario*

SUGERENCIAS:

SUGERENCIAS:

El Ministro de Salud  
El Ministro de Educación  
Funcionarios públicos responsables de implementar las políticas de Salud y Educación

Los Diputados que puedan presentar un proyecto de ley para que se incluya información sobre el VIH y el SIDA en el currículum escolar  
El Comité de Salud de los Diputados que puedan girar recomendaciones al gobierno  
Progenitores  
Organizaciones que trabajan en la prevención del VIH y el SIDA  
Otras organizaciones juveniles o plataformas juveniles como el Consejo Nacional Juvenil

Realice un ejercicio similar que tenga por objetivo tratar de lograr un cambio de políticas en su comunidad local. Su grupo ha decidido trabajar sobre el mensaje clave de la AMGS. Por ejemplo, girls worldwide say “elige alimentos sanos”, ya que muchos de los jóvenes donde vives tienen sobrepeso. Te gustaría que en las escuelas locales cambien las comidas para incluir más frutas y verduras en el menú. ¿Cuál sería el público primario y secundario para la siguiente meta? Compare sus respuestas con las sugerencias.

**Durante los próximos seis meses no se servirán alimentos grasosos en las escuelas locales; En su lugar, se servirán más frutas y verduras para el almuerzo.**

*Público primario*

*Público secundario*

SUGERENCIAS:

SUGERENCIAS:

Alcalde o dirigente del Concejo  
Asesores locales responsables de la educación  
Departamento local de Educación  
Juntas de Educación de los centros educativos locales  
Directores de los centros educativos

Progenitores  
Medios de información locales  
Otras organizaciones juveniles locales  
Consejo juvenil local (de existir)  
Médicos locales  
El diputado que represente a su región

A veces no resulta fácil identificar la lista de personalidades clave sobre las que necesita ejercer su influencia. Tendrá que investigar con el fin de lograr identificar a los dirigentes políticos o departamentos del gobierno pertinentes. Un buen lugar para empezar podría ser su biblioteca local o la Internet.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.5 – ¿Sobre quién necesitará influir? *cont.*

#### **CONSEJO:**

Averigüe si existen vínculos o contactos previos entre su Asociación o grupo por ejemplo, y algún diputado local, funcionario público clave o ministro. Considere de qué forma puede utilizar esos vínculos a favor de su iniciativa de propugnación.

En algunas asociaciones han desarrollado una red de antiguas Guías Scouts que se han convertido en congresistas o parlamentarias, y utilizan esta red para plantear las cuestiones que afectan a los jóvenes a nivel político.

#### **EJEMPLO: La red parlamentaria de Swedish Guides and Scouts**

La red parlamentaria de las Guías Scouts de Suecia se creó en el año 2000. El concepto fue desarrollado luego de una reunión con la unión parlamentaria Mundial de los Scouts de la OMMS. Las Guías Scouts de Suecia consideraron que si había sido posible la creación de una red semejante a nivel mundial sería sin duda posible crear también algún tipo de red a nivel nacional.

Los miembros de la red se reúnen al menos seis veces al año. La Secretaria General de las Guías Scouts de Suecia organiza desayunos con los miembros de la red y con las Guías Scouts de Suecia. A veces organizan también seminarios más grandes junto con los diputados sobre temas que nos conciernen como la diversidad, la igualdad o el apoyo a las organizaciones juveniles. Éstos también participan en actividades de las Guías Scouts. Por ejemplo, 15 diputados participaron en un taller sobre democracia en el Global Development Village durante el Jamboree Nacional: Jiingijamborii 2007.

El propósito de esta red es que las Guías Scouts accedan al proceso político y sin duda ha logrado muy buenos resultados. Se logró influir sobre una decisión política que concernía a la forma en que el gobierno brinda apoyo económico a las organizaciones juveniles. Los políticos han propuesto mociones sobre cuestiones de interés para los jóvenes y también han presentado peticiones ante los ministros en nombre de las Guías Scouts de Suecia. El siguiente proyecto en el que trabajarán las Guías Scouts de Suecia junto con la red, concierne a las aportaciones de las organizaciones sin ánimo de lucro en el desarrollo del liderazgo en el entorno económico y el sector público.

Una vez preparada una lista de objetivos posibles, será necesario realizar una investigación más detallada de los individuos o grupos, de manera que pueda ponerse en contacto con ellos de manera apropiada. Investigue cuáles son los temas que les interesan. ¿Cómo han votado con anterioridad en relación a la causa que usted promociona? ¿Han hecho declaraciones sobre el tema anteriormente? ¿Qué les podría motivar para que apoyen su causa? ¿Podrán promover su tema de propugnación a nivel político? ¿Sobre quiénes pueden ejercer influencia? ¿Podrán apoyar su causa a través de la influencia ejercida sobre la legislación? ¿Podrán apoyar su causa presentándole a otras personalidades políticas que tienen el poder de poner en práctica el cambio que usted está promoviendo? Cuanto más sepa acerca de ellos más oportunidades tendrá de alcanzar estas metas.

Si los objetivos sobre los que desea influir son instituciones o grupos, podría ser más fácil centrarse en un individuo y cambiar la forma de pensar de un cargo electo o de un funcionario público, uno por uno.

Tenga también en cuenta a los posibles opositores y aliados. Puede hallar más información en el capítulo dedicado a las asociaciones y vínculos.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.6 – ¿Cuál es su mensaje?

En esta sección analizaremos la forma en que usted puede desarrollar su mensaje de propugnación y cómo puede persuadir a las personas para que emprendan acciones a favor de su proyecto de propugnación. Su mensaje deberá describir y resumir los puntos principales de su iniciativa de propugnación de acuerdo a su público meta.

Muchos vivimos en un entorno que cambia velozmente y contamos con muchos tipos diferentes de herramientas de comunicación. En nuestras vidas diarias nos sentimos abrumados por gran cantidad de mensajes y correos electrónicos relacionados con todo tipo de temas. Por lo tanto, es muy importante motivar a los demás para que participen en nuestra labor de propugnación transmitiendo un mensaje o un plan que pueda ser escuchado y comprendido con gran facilidad.

#### **CONSEJO:**

Recuerde que, dependiendo del paso de su plan de propugnación en el que se encuentre, usted podría tener un público meta diferente y necesitar mensajes diferentes.

Para que su mensaje sea fuerte y eficaz, deberá tomar en consideración cinco elementos: Contenido/ideas, lenguaje, mensajero, formato/medio y tiempo/lugar.

#### 2.2.6.1 – Contenido/ideas

El contenido (o las ideas) de su mensaje es muy importante. Lo que diga debe ser conciso y coherente. El contenido de su mensaje también deberá adaptarse a su público meta según sus intereses, sus ideas y sus conocimientos. Averigüe cuál es su interés en la cuestión, sus conocimientos y opiniones sobre ésta, las posibles objeciones que pudieran tener y cualquier otra información sobre sus circunstancias que podría afectar a su decisión. Esta información puede ayudarle a decidir qué deberá expresar su mensaje.

#### **EJEMPLO: cómo cambia el mensaje dependiendo del público con el que se desea comunicar**

Regresemos a nuestro ejemplo previo, en el que su grupo local está tratando de promover que se sirvan más frutas y verduras a los escolares locales que se retiren del menú escolar los alimentos grasosos y que se sustituyan por alimentos más sanos.

##### **Público meta 1: el alcalde**

Un reciente estudio llevado a cabo entre los niños de su comunidad muestra que existe un aumento en los niveles de obesidad. ¿Podría por favor el alcalde dar su apoyo a las iniciativas locales de sustituir por opciones más sanas los alimentos que se ofrecen en las escuelas locales?

##### **Público meta 2: los progenitores**

Se invita a los progenitores a una presentación organizada por el grupo local para mostrar la clase de alimentos que consumen los niños en las escuelas locales y con el fin de proponer alternativas más sanas.

##### **Público meta 3 : el consejo juvenil local**

El grupo local se pone en contacto con el consejo juvenil local para explicarles su campaña e invitarles a unirse a ella.

Su mensaje deberá ser breve, claro y sencillo. Sin embargo, es importante que usted recopile pruebas para reforzar su mensaje de propugnación.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.6 – ¿Cuál es su mensaje? *cont.*



#### **HERRAMIENTA: Como hacer que su mensaje sea más convincente y enérgico**

- Estudios de caso: La forma en que los jóvenes, especialmente las niñas y las jóvenes, se ven afectados por el problema que usted intenta resolver
- Historias reales de las Guías Scouts u otros jóvenes cuyas vidas se beneficiarán con esta modificación de las políticas
- Declaraciones de las personas que se beneficiarán con la política que usted pretende modificar
- Investigación y estudio del problema y su efecto (por ejemplo, la encuesta sobre salud en la adolescencia de la AMGS)
- Recomendaciones basadas en las mejores prácticas que funcionan y que pueden justificar por qué traerían beneficios (los proyectos de educación mutua sobre el SIDA de la AMGS)



#### **HERRAMIENTA: Ejercicio para mensajes de un minuto**

Éste es un ejercicio que usted puede hacer por sí sola o en un grupo y que le ayudará a practicar el perfeccionamiento y la presentación de su mensaje de propugnación. Piense en su iniciativa de propugnación. Su mensaje deberá consistir de cuatro elementos, a saber:

**denunciado del problema + Prueba + Ejemplo + Acción requerida**

Use una o como máximo dos oraciones por elemento. Asegúrese de incluir los cuatro elementos. Tiene sólo UN MINUTO para presentar su mensaje. Cuando esté lista, presente su mensaje al grupo.

Enunciado del problema:

Prueba:

Ejemplo:

Acción requerida:

Luego de presentar su mensaje, piense en un lema que resuma en una frase corta su proyecto de propugnación.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.6 – ¿Cuál es su mensaje? *cont.*

##### 2.2.6.2 – Lenguaje

Las palabras que utilice deberán ser sencillas, apropiadas para su público y coherentes con su mensaje.

Debe tratar de evitar el uso de jerga, términos técnicos o frases que sólo son familiares para las Guías Scouts. Asimismo, deberá intentar emplear el lenguaje que emplea su grupo meta, por ejemplo, un lenguaje formal cuando se dirija a un político o funcionario público. Compruebe su mensaje presentándolo a familiares y amigos: ¿comprenden ellos lo que usted pretende transmitir y lo que les pide que hagan?

Trate de ser imaginativa y creativa. Emplee un lenguaje que atraiga la atención y haga que su mensaje se destaque y sea fácil de comprender. Así su público sabrá qué iniciativa desea usted que tomen tras haber escuchado su mensaje.



#### **HERRAMIENTA: Cómo identificar mensajes eficaces**

Decida cuáles de estos mensajes es probable que atraigan más la atención<sup>3</sup>.

##### Si usted descubre un incendio

Dé la alarma  
Diríjase de inmediato a un lugar seguro  
Llame a los bomberos

##### Si usted descubre un incendio

Hable con los vecinos más cercanos de su edificio. Avíseles de la situación. Asegúrese de que los adultos entienden lo que sucede.

Busque la salida de emergencia más cercana u otra forma adecuada de salir del edificio. Camine pausadamente hacia la salida.

¿Se ve peligroso el incendio? De ser así, llame a los bomberos. Use su teléfono celular o pida que alguien en un edificio cercano haga la llamada. Cerciórese que todos se mantengan a una distancia prudencial.

<sup>3</sup> Manual práctico sobre propugnación y campañas de Intrac

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.6 – ¿Cuál es su mensaje? *cont.*

##### 2.2.6.3 – El mensajero

Su mensaje sonará muy diferente dependiendo de quién lo presente. La persona que expone su mensaje también deberá resultar confiable.

#### **CONSEJO:**

Por lo general, los mensajeros más efectivos son aquellos que pueden hablar de sus experiencias personales, profesionales reconocidos en su campo o aquellos con una vinculación especial con su público meta.

Seleccionar a los voceros correctos resulta vital en cualquier campaña de propugnación. De quién provenga el mensaje puede determinar la reacción de los individuos hacia éste. Por lo tanto, escoja a alguien cuya personalidad, cualificaciones e imagen casen con sus metas y sus iniciativas de propugnación o que incluso las resalten. Un vocero eficaz es una persona apropiada, conocedora, apasionada, convincente, racional y carismática y, lo que es más importante, que dispone de tiempo para colaborar con la campaña.

Al seleccionar a su vocero, también es importante tener en cuenta su público meta. Si se está dirigiendo a la asamblea nacional, la Comisionada General podría ser la persona idónea para exponer la cuestión. Si se está dirigiendo a los medios de información, pudiera ser que otra persona les resultara más interesante, por ejemplo, una persona joven afectada por el tema.

Escoger a una persona que realmente se vaya a beneficiar del cambio promovido es a menudo la opción más convincente. No olvide usar como voceras a las propias Guías Scouts.

Cualquier vocero que escoja necesitará su apoyo. Podrían necesitar una orientación completa sobre el tema, capacitación para hablar con confianza ante los medios de comunicación o puntos de discusión que contribuyen a garantizar que el mensaje es pertinente, claro y convincente.



#### **HERRAMIENTA: Los jóvenes como promotores**

- Las voces jóvenes pueden ser un cambio bienvenido en relación a los voceros habituales de las ruedas de prensa o de la radio.
- Asegúrese de que el vocero esté plenamente familiarizado con el tema tratado y de que se siente cómodo con las cuestiones que expondrá públicamente.
- La capacitación en oratoria, en hacer entrevistas, etc. es de suma importancia y ayudará a fomentar aptitudes y a crear confianza en las niñas y los jóvenes. Proporcione tanta orientación previa como pueda, asegurándose de que la persona que va a hablar en público haya ensayado lo suficiente.
- Es una buena idea ofrecer al vocero “puntos de discusión” claves. Éstos deberán ser breves y no más de dos a tres puntos clave sobre los que se desea hacer hincapié. Para que un vocero se asegure de poder transmitirlos, deberá repetirlos cuantas veces sea posible, para que el mensaje prenda en las mentes de los oyentes.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.6 – ¿Cuál es su mensaje? *cont.*

##### 2.2.6.4 – Formato/medio

Se trata del medio que transmitirá su mensaje. Para difundir su iniciativa de propugnación usted no necesita imprimir folletos satinados y costosos. Ahora bien, el formato deberá ser el adecuado para los públicos a los que usted se dirige.

Los diputados, por ejemplo, no disponen de mucho tiempo para leer informes largos. Es mejor entregarles una tarjeta informativa o una ficha descriptiva breve y concisa, donde usted haya resumido los hechos principales y estipule claramente las medidas que pueden tomar. Por otra parte, las Alitas, podrían necesitar que se organicen uno o dos juegos para prepararlas mentalmente para recibir su mensaje. Otras personas podrían necesitar detalles, hechos y estadísticas y quizás hallarían más útil un informe más exhaustivo.

La forma en que usted presente o “enmarque” la causa o tema promovido resulta crucial para obtener una respuesta de los públicos a los que usted se dirige: ya esté buscando apoyo público, financiamiento y cambio de políticas, o cobertura de los medios de información.

#### **CONSEJO:**

Cuando prepare sus materiales de propugnación (ya sea una invitación a una presentación, un volante, un folletín, un sitio web, un informe, un comunicado de prensa o un manual práctico sobre iniciativas que se pueden emprender) deberá ser lo más clara y concreta posible. Recuerde lo que trata de transmitir:

- Lo que intenta lograr (¿cuál es el problema que desea resolver?)
- Por qué decidió actuar sobre esta cuestión (y por qué los demás también deberían actuar)
- Cuál debería ser la solución a su juicio
- Qué acción específica desea que emprenda su público

La forma en que usted presente su mensaje dependerá también de quién es su público meta. ¿Deberá presentar su mensaje a una sola persona o influir sobre los diseñadores de las políticas a distintos niveles políticos o sobre diferentes públicos a la vez? Existe una amplia gama de actividades de propugnación que usted puede organizar o en las cuales puede participar. Para más información sobre este punto, refiérase al capítulo “Cómo puede presentar su mensaje”.

#### **CONSEJO:**

Use Internet. Es la manera más rápida y barata de difundir su mensaje. Para difundir su mensaje utilice el sitio web o el correo electrónico de su grupo o asociación o sitios de redes sociales como Facebook, o blogs, etc.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.6 – ¿Cuál es su mensaje? *cont.*

##### 2.2.6.5 – Tiempo/lugar

También deberá escoger el mejor momento y lugar para presentar su mensaje, dependiendo de lo que trate de transmitir y el público meta al que pretenda llegar. El momento oportuno de su mensaje también dependerá del proceso político sobre el que desea influir y si se trata de un tema nuevo o ya conocido de la agenda política.

Luego de haber presentado su mensaje, su iniciativa de propugnación no termina allí. Necesita seguir reforzando su mensaje, ya que podría no alcanzar su objetivo de propugnación la primera vez.

Además, su público meta podría plantearle preguntas o inquietudes a las que deberá responder y es probable que necesite adaptar su mensaje para tomar en cuenta la nueva información.

#### **CONSEJO:**

Emplee cualquier oportunidad que surja para reenviar su mensaje, hasta que logre su iniciativa de propugnación.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – ¿Cómo puede presentar su mensaje?

En esta sección veremos las diferentes formas de presentar su mensaje. Existen muchas y muy diversas acciones de propugnación que usted puede emplear dependiendo de a quién está intentando persuadir.

El cabildeo y las campañas son las acciones más habitualmente empleadas cuando se trata de influir sobre la toma de decisiones. Sin embargo, existen también otras iniciativas, como el uso de los medios de información o el desarrollo de vínculos, que también se analizarán en esta sección. Generalmente el cabildeo y las campañas vienen precedidos por la creación de conciencia en torno a una cuestión pero no siempre es necesario.

Sus acciones pueden abarcar una amplia gama de actividades: redactar comunicados, hablar en foros públicos, organizar peticiones, conferencias, etc.



#### **HERRAMIENTA: Preguntas que le servirán para decidir cómo presentar su mensaje**

- ¿Cuál será el ámbito de esta acción?
- ¿Quién la llevará a cabo?
- ¿Cuándo tendrá lugar esta acción y cuánto durará?
- ¿Tenemos los recursos necesarios para hacerla realidad?
- ¿De qué recursos disponemos?
- ¿Qué aliados o nuevos partidarios podrían participar? ¿Qué individuos u organizaciones podrían oponerse?

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

##### 2.2.7.1 – Concienciar

“Concienciar” es un término habitual que emplean las organizaciones que intentan influir sobre los responsables de la toma de decisiones, con el fin de provocar el cambio. A menudo es la primera actividad con que arranca un grupo que trabaja en un proyecto de propugnación. Casi siempre es el primer paso que sirve para alertar a los responsables de la toma de decisiones o al público en general, informándoles que existe un determinado problema y de qué iniciativas podrían tomarse para resolver el problema.

Al tratar de concienciar, usted está tratando de atraer la atención de su comunidad local o de la sociedad hacia un problema concreto. También está intentando informar y formar a los distintos grupos de personas con el fin de tratar de cambiar sus actitudes e influir positivamente en su comportamiento. Dar información y concienciar constituyen un primer paso de gran importancia en el éxito de su proyecto de propugnación. No obstante, no es suficiente para hacer realidad el cambio que usted propone y, en sí, no modificará el comportamiento.

Cuando usted inicia su campaña de concienciación, tratará de transmitir uno o más mensajes clave a un público o a un selecto grupo de públicos con el fin de informarles y formarlos. En el capítulo “¿Cuál es su mensaje? ya vimos muchos de los elementos que necesita tener en cuenta cuando esté creando su mensaje de propugnación. Muchos de estos principios también se aplican a la creación de una campaña de concienciación.

Usted tiene que identificar su mensaje y decidir cómo desea presentarlo. Piense acerca de cuánta información deberá suministrar en apoyo de su campaña: demasiados datos y cifras pueden resultar excesivos.

El público de su campaña de concienciación puede ser el público en general, los responsables de la toma de decisiones, ciertos grupos de personas que residen en su comunidad, los progenitores y las Guías Scouts de su compañía o la Asociación. En el capítulo “Sobre quién necesitará ejercer influencia” ya discutimos cómo identificar a su público y cómo debe adaptarse su mensaje a los distintos grupos con los que usted comunica. Nuevamente, muchos de estos mismos principios son aplicables cuando usted trabaja en una campaña de concienciación.

#### **CONSEJO:**

Recuerde emplear el medio apropiado para el grupo de personas que usted pretende alcanzar. Los jóvenes, por ejemplo, tal vez no lean los periódicos, así que podría llegar a ellos a través de herramientas de comunicación que sí usan: sitios de redes sociales, blogs, mensajes MSN o de texto.

Hasta las campañas de concienciación más sencillas requieren una planeación minuciosa y usted deberá tener en cuenta la supervisión y la evaluación durante la duración de su campaña.



#### **EJEMPLO: Aunar esfuerzos contra el hambre**

La AMGS ha aunado esfuerzos con la FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación de la ONU) con el fin de formar a las niñas y las jóvenes de todo el mundo en el derecho a no pasar hambre ni padecer desnutrición. Así, las motivan para que participen activamente en la lucha contra el hambre. Al darles herramientas prácticas, como un libro de historietas y la guía de actividades “*El derecho a la alimentación: una ventana abierta al mundo*”, se prepara y estimula a las niñas y las jóvenes y a sus dirigentes para que trabajen junto con la AMGS y la FAO en esta lucha mundial contra el hambre.

Ambos libros presentan las cuestiones relativas al derecho a la alimentación en un estilo sencillo, comprensible y atractivo, diseñado para captar la atención de las niñas y las jóvenes. El libro ilustrado incluye ocho historietas individuales, cada una de las cuales destaca temas concretos acerca del derecho a la alimentación en ocho países: Brasil, Canadá, India, Indonesia, Italia, Jordania, Sierra Leona y Uganda. Las ilustraciones de cada historieta fueron creadas por artistas jóvenes, estudiantes de arte y Guías Scouts y fueron seleccionadas a través de concursos nacionales organizados en los ocho países. La Guía para el Educador proporciona información adicional y materiales didácticos sobre el derecho a la alimentación, herramientas didácticas sencillas, juegos y actividades.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

##### 2.2.7.2 – Hacer campaña

Así como puede tratar de influir directamente sobre las políticas y los responsables de la toma de decisiones (ver el capítulo dedicado al “Cabildeo”), también podría intentar lograr su acción de propugnación tratando que el público en general apoyara su propuesta. Si los responsables de la toma de decisiones y los diseñadores de políticas observan que su iniciativa de propugnación es apoyada por un gran número de personas que residen en su comunidad o país, en ocasiones ello puede contribuir a persuadirlos de que cambien sus decisiones o políticas.

A menudo se emplea para esta actividad de hacer campaña el nombre de “cabildeo indirecto”. Cuando usted organiza una campaña, está tratando de usar la presión de la opinión pública para persuadir a las personas que toman decisiones de que escuchen y emprendan las acciones correspondientes.

Para planear su campaña, usted debe contestar a muchas de las mismas preguntas que deben responderse cuando inicia su iniciativa de propugnación. Debe tener objetivos claros y saber exactamente desde el principio qué pretende hacer.



#### **HERRAMIENTA: Lista de chequeo para una campaña exitosa**

- La campaña trata de motivar al público para que se involucre pero no trata de educarlo.
- Es una campaña realizable: los objetivos son realistas y alcanzables en un marco temporal que a usted le resulta adecuado.
- Existe una iniciativa clara y sencilla que sus partidarios puedan emprender.
- Su organización al completo está involucrada y participa activamente en la campaña: cada uno de ellos es un embajador.
- Su campaña es creativa y nueva al tiempo que fácil de comprender.
- Sus partidarios tienen oportunidad de involucrarse en una serie de actividades.
- Su campaña tiene el apoyo de otras ONG y de la sociedad civil.
- Los mensajes y actividades de campaña atraen a los medios de información, lo que proporciona publicidad adicional.
- El tema tratado le permite a usted hablar desde su propia experiencia y conocimientos y es coherente con sus valores y su visión.
- Los cambios vinculados al tema en cuestión producirán mejoras reales en las vidas de las personas.



#### **CONSEJO:**

Para crear una amplia base de apoyo público, usted deberá poner en práctica una serie de iniciativas y oportunidades con el fin de interesar y comprometer a la opinión pública. Éstas podrían ser actividades organizadas a pequeña o gran escala (debates, manifestaciones, marchas silenciosas, conciertos) o peticiones, redacción de cartas, voluntariado o recaudación de fondos. La clave es ser clara y concreta en lo que usted les pide que hagan y en la forma en que deben emprender esa acción.

Trate de hallar una manera de recopilar los nombres y direcciones de los partidarios de su campaña. Si usted los puede mantener al tanto del avance de su campaña, logrando así mantener su entusiasmo e interés, será más fácil pedirles que la apoyen de nuevo en el futuro.

Puede hallar apoyo para su iniciativa de propugnación entre todos los intervalos de edad y grupos sociales. Puede desarrollar vínculos con otros grupos organizados que simpatizan con sus acciones de propugnación ya que es otra forma de obtener el apoyo de un gran número de personas. En la próxima sección se incluye más información sobre cómo desarrollar vínculos con fines de propugnación.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

Hacer campaña consiste especialmente en creer que el cambio sirve para resolver los problemas del mundo. Es también el hecho de ser capaz de influir sobre los responsables de la toma de decisiones a cualquier nivel, para mostrar primero y demostrar más tarde su acuerdo con los objetivos de la campaña.

#### **HERRAMIENTA: La prueba TEA**

A fin de emprender una campaña eficaz ésta habrá tenido que superar la prueba **TEA**<sup>4</sup>:

Tome interés

Entusiasme

Actúe

Una campaña efectiva necesitará que las personas **Tomen** interés en la cuestión. Necesita conectar con su público meta, tocar su fibra sensible y fomentar una respuesta.

Su campaña también deberá **Entusiasmarlos**. Una campaña eficaz convence a su público meta de que existe una solución al problema que usted ha identificado y que el problema que ha despertado su interés podría resolverse.

Sin embargo, el hacer que tomen interés y entusiasmarlos no sirve de nada si usted no logra pasar al tercer punto de la prueba TEA. Usted deberá hacer que tomen interés y entusiasmarlos pero además deberá asegurarse de que el receptor del mensaje de la campaña se decidirá a **Actuar**.

Hoy en día muchas de las campañas de propugnación eficaces se hacen a nivel internacional, aunando la labor de grupos de partidarios del mundo entero con el fin de defender una causa común o una cuestión de interés por medio de Internet.

#### **CONSEJO:**

Existen ya una serie de iniciativas a las que usted puede unirse o solicitar su contribución, sin incurrir en costos altos o en un gran gasto de recursos o trabajo. Éntre ellas se incluyen las siguientes:

Campaña mundial a favor de la educación ([www.campaignforeducation.org](http://www.campaignforeducation.org));

Campaña mundial de lucha contra el SIDA ([www.worldaidscampaign.info](http://www.worldaidscampaign.info));

Campaña mundial contra la pobreza ([www.whiteband.org](http://www.whiteband.org));

Campaña mundial a favor de los niños infectados con el VIH ([www.uniteforchildren.org](http://www.uniteforchildren.org)).

Vinculándose con estas campañas ya establecidas podría ampliar su red de partidarios, así como encontrar una forma de adquirir experiencia en la participación en campañas públicas.

A nivel internacional, un cierto número de organismos como las Naciones Unidas, el Consejo de Europa y la Unión Europea entre otros han instaurado días, semanas y años especiales. Éstas conmemoraciones se centran en llamar la atención sobre cuestiones de importancia mundial como la pobreza, los derechos humanos y la lucha contra el VIH y el SIDA. Además de estas fechas, existen otros días, semanas, meses y hasta años internacionales organizados por alianzas y coaliciones con el fin de concientizar y hacer un llamado a la acción en relación a cuestiones de importancia mundial. Usted podría vincularlos a su propia iniciativa de propugnación.

#### **CONSEJO:**

Mediante la inclusión de actividades que pueden ser emprendidas por toda Guía Scout del mundo, la AMGS hace un llamado a la acción con ocasión de cada uno de los días internacionales que tienen una vinculación con el programa de la AMGS.

(Puede obtener más información en <http://www.waggsworld.org/es/issues/Globalactiondays>)

<sup>4</sup> Jonathan Ellis – Campaigning for Success – how to cope if you achieve your campaign goal, National Council for Voluntary Organisations, UK, 2007.

## Cómo participar en la Propugnación

2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

### 2.2.7.3 – Cómo trabajar en asociación con otras entidades

Las iniciativas exitosas de propugnación a menudo implican a otras organizaciones e individuos para que apoyen su causa. Cuanta más gente haya apoyando su campaña, más convincente será ésta. No sólo hará que la “voz” de propugnación se oiga más, sino que también significará que podrán compartir los recursos, la formación, la capacidad, la experiencia y los conocimientos de muchos individuos y grupos distintos.

Las alianzas y vínculos estratégicos siempre han desempeñado un papel clave en los esfuerzos de propugnación. El hecho de trabajar en asociación con otros organismos puede demostrarle a los responsables políticos que sus acciones de propugnación cuentan con un amplio respaldo. A menudo, esto resulta crucial para atraer más apoyo y aumentar el poder de su campaña o iniciativa de propugnación. Si usted puede coordinar con otras organizaciones los cambios de políticas que desea lograr, tendrá un mayor impacto que si su grupo o asociación trabaja individualmente.

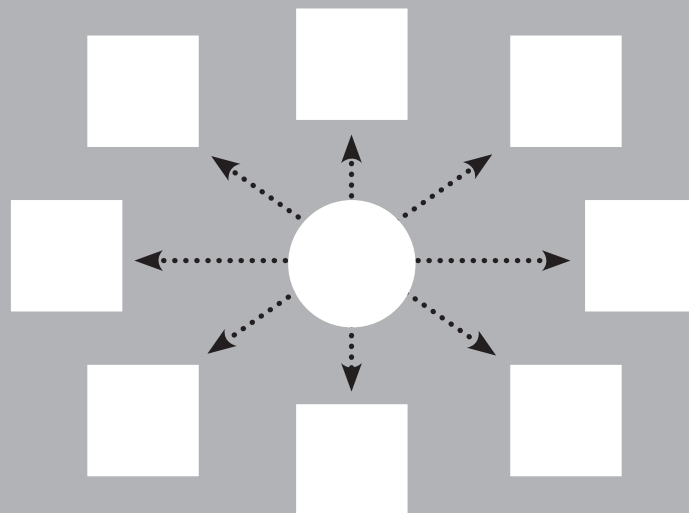
Si se une a una red u organiza una puede lograr lo siguiente:

- La mantendrá informada de lo que sucede
- Tendrá un público para sus ideas ya preparado
- Tendrá apoyo a sus acciones
- Tendrá acceso a muchos y variados recursos y formaciones
- Compartirá unos recursos limitados a fin de lograr una meta común
- Alcanzará objetivos que las organizaciones individuales o los individuos no pueden lograr: ¡la unión hace la fuerza!
- Centrará la acción y atraerá a otras redes
- Ampliará su base de partidarios



#### **HERRAMIENTA: Ejercicio para identificar aliados**

Sobre papel de rotafolio, haga un mapa de la red de su Asociación o grupo. Escriba en los cuadros los nombres o iniciales de personas u organizaciones con las que su Asociación o grupo ya tiene vínculos. Luego agregue más cuadros para anotar otras organizaciones que trabajan en este mismo tema.



¿Podría persuadir a sus aliados actuales de que se unan a su iniciativa de propugnación?

¿Cuáles son los nuevos aliados potenciales que tienen más probabilidad de asociarse con usted?

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

Aparte de sus partidarios o miembros usuales, deberá intentar identificar a nuevos grupos o grupos menos obvios a lo que acercarse. Es probable que compartan una meta común o usted podría trabajar con ellos por un beneficio colectivo. Busque oportunidades para hablar con aquellos grupos, asociaciones y organizaciones con las que usted desea colaborar. Hable en los clubes y organizaciones locales, infórmese sobre los dirigentes comunitarios o religiosos y únase a ellos o a otros grupos que trabajan a favor de la juventud, redes de mujeres, profesionales de salud, centros educativos, etc. A menudo, otros tendrán conocimientos en un área que es probable a usted le interese pero en la cual tiene una formación limitada. Construya alianzas con ellos para compartir su red, sus miembros y su experiencia, con sus mayores conocimientos y su formación, convirtiéndose así en una alianza imponente y de gran poder.



#### **HERRAMIENTA: Consejos para trabajar en red**

- Trate de pensar en otros posibles vínculos o partidarios, más allá de aquellos con los que normalmente trabaja. Es posible que haya grupos que podrían ser sus posibles aliados y que no le vienen a la mente de manera automática. El hacer un llamado a nuevas organizaciones puede conducir a una alianza a favor del cambio más diversa y poderosa.
- Únase a coaliciones y campañas ya existentes que ya están trabajando en las cuestiones que le interesan, especialmente a aquellas a las que el Guidismo y el Escultismo femenino puede participar con su aporte, su experiencia y su voz de excepción. Las mejores coaliciones son aquellas que cuentan con ONG y vínculos que poseen cualificaciones y experiencias complementarias que refuerzan la labor de propugnación. Piense también en la forma en que usted desea caracterizar y posicionar a su organización dentro una red y sea clara en cuanto a la visibilidad que necesita en relación a la divulgación pública y a los medios de información.
- Cerciórese de que cada uno de los socios de la coalición o red aporte formación, recursos o capacidades complementarios al proyecto. Los papeles y responsabilidades deberán definirse claramente.
- No subestime el esfuerzo necesario para ser un miembro o convocante de una red o coalición. Puede suponer una gran cantidad de trabajo que requiere de suficiente planeación y preparación previa.
- Sea realista acerca de lo que puede lograr una amplia plataforma de socios, grupos e interesados que hablan con una sola "voz" y reconozca las posibles limitaciones.

En ocasiones no es posible formar vínculos, en el caso de que no logren ponerse de acuerdo sobre los objetivos y el mensaje común. El formar alianzas también puede tomar mucho tiempo y si usted necesita emprender acciones inmediatas para lograr su iniciativa, necesitará hallar otras formas de demostrar que usted cuenta con el apoyo de su comunidad.



#### **CONSEJO:**

Si desea más consejos en relación a las alianzas, consulte el *Manual práctico sobre Relación con la sociedad y Directrices sobre asociaciones* de la AMGS preparado conjuntamente por la AMGS de la Región de Europa y los Scouts de la Región Europea.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

##### **EJEMPLO: Asociaciones en Europa**

A nivel europeo, la AMGS es miembro del Grupo de Acción de las ONG sobre la Estrategia de la UE sobre Derechos del Niño. Este grupo de ONG trabaja en cuestiones relacionadas con la infancia, haciendo un seguimiento y aportaciones al desarrollo de la política de la UE sobre los Derechos del Niño. Estas ONG trabajan juntas para desarrollar posiciones comunes, como la del reciente Comunicado de la UE sobre los Derechos del Niño. Juntas, este Grupo de Acción de las ONG representa a las organizaciones de atención a la infancia, a organizaciones de desarrollo y organizaciones formadas por miembros juveniles, como la AMGS. Además de representar una amplia gama de experiencias sobre las cuestiones que se tratan, las organizaciones que pertenecen a este Grupo de Acción comparten información y recursos para desarrollar acciones de cabildeo con la Comisión Europea en cuestiones relativas a los derechos del niño.

Un campo importante en el que usted puede desarrollar alianzas y asociaciones estratégicas es dentro de su Consejo Nacional Juvenil (CNJ) o Plataforma Juvenil. En muchos países europeos ya se han establecido Consejos Nacionales Juveniles. Su papel principal es representar los puntos de vista de los jóvenes, y emprenden acciones colectivas para generar cambios en su favor. Éstos pueden ser una voz potente, ya que son dirigidos por jóvenes. Su Consejo Nacional Juvenil puede apoyar sus esfuerzos de propugnación a través de sus vínculos con los ministerios o con otras organizaciones, así que puede ser un importante aliado en su iniciativa de propugnación.

##### **EJEMPLO: Alianza de Presidentes de Organizaciones Juveniles (The Alliance of Youth CEOs)**

Esta alianza está formada por los presidentes ejecutivos de las seis organizaciones más grandes del mundo dedicadas a los jóvenes, incluyendo a la AMGS, la Organización Mundial del Movimiento Scout (OMMS), World YWCA, the International Award Association, World YMCA, International Red Cross and Red Crescent Societies.

A nivel mundial, la Alianza de presidentes ejecutivos juveniles ha preparado varios documentos que son herramientas de propugnación útiles y que versan sobre educación no académica, políticas nacionales juveniles, las niñas y los jóvenes y la participación de los jóvenes.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

##### 2.2.7.4 – El cabildeo

El tratar de cambiar las políticas influenciando directamente a los diseñadores de las políticas o a los responsables de la toma de decisiones se conoce también por el nombre de cabildeo.



#### **HERRAMIENTA: La clave para cabildear eficazmente**

- Establezca y mantenga buenos contactos con políticos, dirigentes comunitarios y con individuos clave dentro de las comunidades y que sean influyentes debido a su “poder personal”
- Sepa cómo poner su interés particular dentro del marco más amplio de los intereses de los demás
- Hágalo en el momento oportuno
- Sea capaz de negociar, e incluya información, argumentos o estadísticas que podrían ser de interés para aquellos a quienes está intentando persuadir
- Adquiera conocimientos sobre los antecedentes y el contenido de la política sobre la que usted desea influir y sea capaz de comunicarlos
- Sea capaz de ponerse en el lugar de su “compañero de diálogo” y trate de tomar en cuenta sus problemas y prioridades. Esto le permitirá buscar y hallar puntos de confluencia y concesión mutuos
- Supervise la implementación de todas las decisiones
- Mantenga sus contactos.

Usted deberá identificar las oportunidades que su grupo o Asociación puedan aprovechar para hablar con los diseñadores de políticas apropiados. Dependiendo de las estructuras locales, los sistemas políticos y los procesos políticos vigentes en su país, éstas podrían ser:

- Reuniones personales con personalidades locales, funcionarios y diseñadores de políticas y programas nacionales
- Reuniones de una delegación de representantes de su campaña o coalición con la persona apropiada
- El empleo de los procesos políticos que le permitan cuestionar a aquellos en el poder, exigiendo respuestas o información sobre su cuestión o causa, audiencias parlamentarias, grupos u órganos parlamentarios con responsabilidad sobre el ámbito en el que usted ha basado su campaña, etc
- Cartas, llamadas telefónicas o peticiones a funcionarios escogidos
- El envío de materiales a funcionarios locales o a diseñadores de políticas/diputados que traten de sus cuestiones, de sus peticiones o lo que usted desea que se haga, de las personas a las que representa o en nombre de los que está pronunciándose
- Organice reuniones comunitarias o conferencias donde los dirigentes locales, los funcionarios o diseñadores de políticas estén invitados a participar. Por ejemplo, mesas redondas, debates o conferencias de prensa
- Presente pruebas relacionadas con los temas que podrían afectar a la legislación en cuestión

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

#### **CONSEJO:**

Existen tres oportunidades en las que usted puede ejercer influencia sobre el proceso de formulación de políticas:

- Cuando se están preparando las políticas
- Cuando las políticas están tomando cuerpo: cuando el gobierno a nivel local o nacional está armando la política
- Cuando se está implementando la política

Infórmese sobre cuál es el proceso allí donde usted reside y las distintas oportunidades que usted podría aprovechar para presentar su iniciativa de propugnación ante los diseñadores de las políticas. Como resultado de estas actividades, podría ponerse como meta el persuadir a los responsables de la toma de decisiones y a los diseñadores de las políticas de que:

- Voten a favor o en contra de una nueva ley presentada en su congreso
- Propongan una recomendación, una resolución o una nueva ley a favor de su acción de propugnación
- Traten de anular políticas que ya han sido aprobadas

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*



#### **EJEMPLO: : La AMGS en la Comisión sobre la Condición de la Mujer de la ONU**

La Comisión sobre la Condición de la Mujer (CCM) es una comisión técnica del Consejo Social y Económico de las Naciones Unidas (CSENU), dedicada exclusivamente a la igualdad de género y a la promoción de la mujer. La Comisión fue establecida con el propósito de preparar recomendaciones e informes para el Consejo sobre la propugnación de los derechos de la mujer en campos políticos, económicos, civiles, sociales y educativos. Tiene lugar todos los años en la sede de la ONU en Nueva York y reúne a representantes de todos los Estados miembros de la ONU, así como a más de 4.000 miembros de las ONG.

La CCM es uno de los principales foros que la AMGS emplea para hacer labor de cabildeo. Por ejemplo, en la 52 sesión de la Comisión (CCM), que se celebró del 23 de febrero al 8 de marzo de 2008 la AMGS estuvo activamente representada. La AMGS se concentró en el tema de análisis “la Participación igualitaria de la mujer en la prevención de conflictos, manejo y resolución de conflictos y construcción de la paz con posterioridad al conflicto”. El equipo de de la AMGS en Nueva York para la ONU” junto con la Jefe Ejecutiva Mary Mc Phail, miembro del Consejo Mundial Magda Murr y los representantes de Girl Scouts USA [GSUSA] se aseguraron de que la voz de las niñas y las jóvenes fuera escuchada en la ONU.

Las delegadas de la AMGS asistieron a sesiones y encuentros y cabildearon ante gobiernos y agencias de la ONU, a fin de contribuir activamente al resultado de la Comisión, con el objetivo de mejorar las vidas de las muchachas de todo el mundo. Las delegadas también aprovecharon la oportunidad para reunirse con otras importantes ONG y agencias de la ONU con el fin de analizar posibles alianzas y proyectos conjuntos.

Nueve jóvenes representantes de la AMGS con edades comprendidas entre los 16 y los 17 años y miembros de la GSUSA formaron el núcleo de la delegación y asumieron el mando del encuentro paralelo celebrado por la AMGS, girls worldwide say “Tenemos derecho a vivir en paz”. La AMGS también organizó un desayuno entre amigos para las antiguas y las actuales Guías Scouts que asistían a la CCM con sus delegaciones gubernamentales nacionales: una gran oportunidad para compartir información sobre la labor de la AMGS en general y sobre la CCM.

Otro área de trabajo de la CCM es el cabildeo ante gobiernos y grupos de ONG, con el objetivo de ejercer influencia sobre el documento final de la CCM, las llamadas “conclusiones conjuntas”. Estas conclusiones fueron negociadas por los representantes gubernamentales durante las sesiones y las ONG trataron de influir sobre la opinión de estos representantes con el fin de lograr que sus enmiendas planteadas durante el debate fueran incluidas en éste.

La AMGS utilizó las conexiones ya establecidas con varios gobiernos y grupos de ONG y contribuyó a las reuniones (los llamadas “cónclaves”), donde las ONG se reunieron para discutir enmiendas, que luego fueron presentadas a los representantes de los cónclaves. En la CCM de 2008, la AMGS, junto con otras ONG que representan a las niñas y las jóvenes, se propusieron lograr que la palabra “niña”, así como la palabra “mujer”, se mencionaran en el documento de conclusiones final. El documento de conclusiones final publicado demostró que este esfuerzo combinado resultó un éxito.

Las Organizaciones Miembros pueden utilizar este documento para cabildear ante sus gobiernos, pedirles que rindan cuentas por sus promesas y demandar que se pongan en práctica sin dilación las acciones propuestas y los cambios de políticas acordados ante la CCM.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.7 – Cómo puede presentar su mensaje *cont.*

##### 2.2.7.5 – Empleo de los medios de información

Los medios de información son una parte clave de cualquier esfuerzo de propugnación, ya que por medio de la prensa escrita, la radiodifusión o Internet le permitirán llegar hasta un gran número de personas o públicos concretos, 24 horas al día.

Hoy en día, los medios de información tienen un poder creciente para concientizar en relación a las cuestiones que usted desea tratar. Son capaces de cambiar las actitudes así como de fomentar o provocar acciones a nivel local o nacional. Usted puede emplear los medios de información con el fin de influir sobre la opinión pública y ésta, a su vez, influye generalmente sobre los responsables de la toma de decisiones. Para las Guías Scouts, los medios de información pueden contribuir a promover la concienciación sobre las cuestiones de interés, llegando a los responsables de la toma de decisiones con el fin de que se produzcan debates, diálogos o de ejercer presión.

La decisión en relación a qué medios de información deberá dirigirse dependerá del objetivo final de sus esfuerzos de propugnación. ¿Pretende usted formar al público para que tome parte en su campaña, o pretende ejercer presión sobre los diseñadores de políticas con el fin de lograr un cambio de políticas?

Tendrá que tomarse el tiempo necesario para identificar qué medios de información (tanto tradicionales como nuevos) son los idóneos para llegar a sus públicos meta. Asimismo, piense en medios de información que usted quizás no haya contactado anteriormente, por ejemplo, los periodistas que trabajan a nivel local: su pueblo, aldea o distrito/comarca.

En nuestro mundo global no sólo los periodistas que trabajan en cuestiones de juventud o de salud podrían cubrir los temas de interés de las Guías Scouts. Existen corresponsales políticos, prensa especializada en el desarrollo, revistas médicas o científicas, revistas de mujeres, prensa sobre estilos de vida y negocios, que a menudo están interesados en dar cobertura a cuestiones sociales y de desarrollo.

Además, analice las tendencias de los medios de información. ¿De dónde obtienen sus públicos meta la información? ¿Qué medios de información emplean por lo general? Por ejemplo, un creciente número de jóvenes de muchos lugares del mundo tienen acceso a noticias a través de Internet y por teléfono celular, así como de la televisión, radio o periódicos. Podría necesitar dirigirse también a estos medios de información para poder llegarle a su público.

Internet y las distintas maneras en que los individuos buscan noticias e información le pueden brindar oportunidades para trabajar con los medios y para emplearlos de una manera más creativa. Esto significa que usted puede alcanzar nuevos públicos de una manera más específica.

No olvide que la información no es sinónimo de noticias. Usted deberá captar el interés y lograr el compromiso de los periodistas, convencidos del valor que tiene su historia para los lectores, radioescuchas o televidentes.

#### **CONSEJO:**

El Manual Práctico sobre Relaciones con los Medios de Información de la AMGS brinda más información sobre las distintas maneras de emplear los medios de información en su campaña de propugnación.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.8 – ¿Cómo saber si ha tenido éxito?

Es importante supervisar y evaluar su iniciativa de propugnación con el fin mantener sus planes en la senda correcta y valorar lo que usted ha alcanzado en relación a sus metas de propugnación. También deberá planear cómo supervisará y evaluará su iniciativa de propugnación.

Antes de empezar a implementar sus planes, deberá decidir qué información necesita recopilar para realizar un correcto seguimiento de sus progresos y dónde hallará esa información.

El curso de sus metas a corto y largo plazo, así como la estrategia, deberán ser revisadas a lo largo del proceso para comprobar que siguen siendo válidas. Cerciérese de que hay un equilibrio entre las metas a corto y largo plazo.

En ocasiones necesitará cambiar sus acciones de propugnación, debido a acontecimientos externos como cambios en el gobierno o la evolución de la cuestión que usted promueve. Cuanta más información tenga, más fácil le será responder a estos cambios.



#### **HERRAMIENTA: Lo que debe recordar cuando mida su éxito**

- Mantenga un buen registro de sus actividades y de sus progresos
- Rastree información sobre su público meta
- Supervise cómo están siendo recibidas sus actividades por su público meta
- Los cambios toman largo tiempo en rendir frutos mensurables. Cuando planee la evaluación del impacto, tiene que permitir que transcurra un plazo prudencial
- El impacto puede ser medido, pero podría ser difícil vincular las mejoras del bienestar de las personas a su iniciativa de propugnación
- Resulta más fácil hacerlo si se ha creado una nueva política o si una antigua ha sido enmendada (modificaciones de la ley)
- Es más difícil medir la implementación/aplicación de políticas aprobadas con anterioridad

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.2 – Cómo desarrollar paso por paso un plan exitoso de Propugnación *cont.*

#### 2.2.8 – ¿Cómo saber si ha tenido éxito? *cont.*



#### **HERRAMIENTA: Preguntas clave para evaluar una iniciativa de Propugnación<sup>5</sup>**

##### Evaluar el impacto

- Los cambios de las política ¿Han dado lugar a mejoras en las vidas de las personas? ¿Por qué o por qué no? ¿Puede suministrar datos que respalden sus resultados?

##### Evaluar los efectos

- ¿Ya ha tenido lugar el cambio de la política que usted trata de lograr, o es probable que se produzca pronto?
- ¿Se han aprobado nuevas políticas, o se han cambiado políticas obsoletas o adversas? ¿A qué niveles? ¿Por qué o por qué no?
- ¿Qué factores facilitaron u obstaculizaron el éxito de su cambio de política?
- ¿Quién tomó las decisiones finales que facilitaron o impidieron que su cambio de política tuviera lugar?

##### Evaluar su estrategia

- ¿Se dirigió a un público primario o secundario? ¿Tuvo que cambiar las metas de su propugnación durante el proceso? ¿Por qué o por qué no?
- ¿Logró usted cambiar las opiniones o conocimientos de su público sobre la cuestión tratada por la política? ¿Qué mensajes fueron más eficaces? ¿Cuáles fallaron?
- ¿Se unió usted a alguna red o formó nuevos vínculos? ¿Cuáles fueron los beneficios o desventajas de hacerlo?
- ¿Lograron sus acciones aumentar la concienciación y el interés público por la cuestión tratada por la política?
- ¿Cuáles fueron los principales obstáculos que encaró? ¿Cómo logró superarlos?
- ¿Qué pudo usted aprender de su estrategia, de cara al futuro?

<sup>5</sup> Sofia Sprechmann, Emily Pelton. Advocacy Tools and Guidelines - Promoting Policy Change

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.3 – Cómo incluir la Propugnación en el plan estratégico de su Asociación

Un plan estratégico está basado en la visión conjunta de una organización, las metas concretas que su organización ha identificado para alcanzar esas metas y los principales pasos que deberá dar para alcanzarlas. El plan estratégico de la AMGS, aprobado por las Organizaciones Miembros durante la Conferencia Mundial de la AMGS, está basado en tres metas principales y en nuestra Visión. Para alcanzar plenamente las metas y la Visión de la AMGS, la propugnación tiene ahora mayor importancia en todas las actividades.

Todas las Organizaciones Miembros tienen en su misión y su visión la idea de contribuir al desarrollo de los jóvenes con el fin de que lleguen a ser ciudadanos activos y responsables capaces de construir un mundo mejor. Un método importante para alcanzar estas metas es identificar maneras en las que sus miembros pueden pronunciarse, actuar y educar, involucrando a sus miembros en la propugnación.

Considere la forma en la que la propugnación puede tener mayor importancia sobre el plan estratégico de su Asociación o programa de actividades. Al principio podría parecer difícil identificar las maneras en las que la propugnación puede incorporarse a su estrategia o programa de actividades, particularmente si éste ha sido planeado con varios años de antelación.

Sin embargo, para poder incluir un proyecto de propugnación en sus planes, usted no tiene necesariamente que esperar a que llegue el momento de la planeación de una nueva estrategia. Piense en formas de introducir una dimensión de propugnación en su estrategia actual, que tome por base las cuestiones en las que ya está trabajando.

Podría no estar llamándolas propugnación, pero muy a menudo las actividades descritas en este manual práctico forman ya parte de su estrategia nacional. Quizás sea usted ya miembro del Consejo Juvenil Nacional o de plataforma juvenil de su país, o colabore ya con otras organizaciones con el fin de desarrollar mejores sistemas de reconocimiento y apoyo a los jóvenes dirigentes. Quizás usted ha desarrollado un programa de actividades para formar a sus miembros sobre los peligros de las drogas o cómo deben protegerse contra el VIH y el SIDA. Todas estas actividades forman parte del lema "pronunciarse, actuar y educar". Si le es posible, haga que formen parte de sus esfuerzos de propugnación a nivel nacional.

Aunque la idea de propugnación sea totalmente nueva para su Asociación, usted puede empezar a incluir un elemento de propugnación en su estrategia nacional de diversas pequeñas maneras. Una forma de incluir actividades de propugnación en su Asociación es participar en campañas nacionales sobre cuestiones de interés para sus miembros. Ánimelas a participar en los Llamados a la Acción de la AMGS, por ejemplo en el Día Mundial del SIDA o en el Día Internacional de la Mujer. Hacer esto le podría dar algunas ideas sobre cómo incluir la propugnación en sus propios planes y programas. Las actividades contenidas en este manual práctico también podrían ser fuente de inspiración.

#### **CONSEJO:**

Las Directrices sobre Estructura y Administración de la AMGS contienen más información sobre el desarrollo de un plan estratégico para su Asociación.

Usted puede hallar más información sobre los Llamados a la Acción de la AMGS en el sitio web: <http://www.wagggsworld.org/es/issues/Globalactiondays>

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.3 – Cómo incluir la Propugnación en el plan estratégico de su Asociación cont.



#### **EJEMPLO: Cómo incorporaron las Guías Scouts de Chipre tres aspectos de Propugnación en su estrategia nacional**

##### **Actuar**

Uno de los cuatro pilares educativos básicos del programa educativo de la Asociación de Guías Scouts de Chipre es la Salud e Higiene. En vista de que el VIH y el SIDA fue identificado como una cuestión especial para los jóvenes de la isla, las Guías Scouts de Chipre decidieron desarrollar e incorporar a sus reuniones semanales un programa de educación mutua llamado “CHIPRE LIBRE DE SIDA”.

##### **Educar**

CHIPRE LIBRE DE SIDA se basó en material de capacitación proporcionado por la Organización Mundial de la Salud y la AMGS y recibió el apoyo de US AID y del Programa de Desarrollo de la ONU. Su objetivo es concientizar, fomentar las conductas que evitan la transmisión del VIH y el SIDA y otras Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS) y cambiar la actitud pública hacia las personas infectadas por el VIH o que padecen SIDA.

Este programa fue desarrollado en griego y en turco, de manera que se contribuyera a fomentar un esfuerzo general en todas las islas en la lucha contra el VIH y el SIDA. Tras completar el programa de educación mutua, los participantes reciben una insignia de acuerdo a su intervalo de edades:

- Insignia “Yo Escucho” para el intervalo de edades de 10 a 12 años, que reconoce que recibieron los conocimientos básicos sobre el VIH y el SIDA
- Insignia “Yo Aprendo” para el intervalo de edades de 13 a 15 años, que reconoce que han aprendido a protegerse
- Insignia “Yo Vivo” para muchachas de 16 años o más, que a partir de ahora pueden vivir sin temer al SIDA, ya que saben cómo protegerse a sí mismas, así como cuidar y ofrecer apoyo a las personas con VIH y el SIDA

Se ha desarrollado también un programa para Dirigentes y Capacitadoras. Las Dirigentes y Capacitadoras que hayan completado la capacitación, reciben una combinación de las tres insignias.

##### **Pronunciarse**

Desde el inicio del proyecto, las Guías Scouts de Chipre mantuvieron informado al Ministerio de Salud del objetivo, metas y avance del proyecto. Como resultado, las Guías Scouts de Chipre participan en el comité consultor nacional sobre VIH y el SIDA, en el que representan el punto de vista de las jóvenes que viven en la isla sobre la política del gobierno en relación a la lucha contra el VIH y el SIDA.

“CHIPRE LIBRE DE SIDA” ha sido incluido en el Plan Estratégico Nacional sobre SIDA y es empleado por una amplia variedad de organizaciones juveniles y otras ONG, Visitantes de Salud del Ministerio de Salud, universidades locales, etc. Hasta la fecha, 500 miembros de la Asociación, 200 dirigentes juveniles, miembros de otras ONG y grupos organizados y más de 5.000 estudiantes han participado en el programa.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.4 – Cómo incluir la Propugnación en su programa nacional y programa de grupo

Como la principal organización para las niñas y los jóvenes, la AMGS y sus Organizaciones Miembros tienen un importante papel que desempeñar en contribuir a que los jóvenes se desarrollen y participen en sus propios proyectos de propugnación. A menudo las voces de los jóvenes no son escuchadas: los más jóvenes no pueden ocupar puestos de poder ni votar. A menudo se toman decisiones acerca de sus futuros que no tienen en consideración sus necesidades o intereses. Por este motivo, es importante identificar la forma en que usted puede facilitar el que su grupo de Guías Scouts incluya la propugnación en su programa.

El programa educativo del Guidismo y el Escultismo femenino es el instrumento a través del que las Guías Scouts desarrollan aptitudes y actitudes que les permiten desarrollar todo su potencial como ciudadanas responsables del mundo. Otra forma de hacer que desarrollen aptitudes de liderazgo es dándoles a los jóvenes la oportunidad de desarrollar sus aptitudes para convertirse en promotores en su favor y en el de otros. Esto también les permitirá hacer un aporte positivo al mundo que les rodea.

Recordemos los elementos de la AMGS cuyo fin es influir sobre las personas que toman decisiones que mejoran nuestras vidas y las de los demás: Pronunciarse + Actuar + Educar.

En realidad, las Organizaciones Miembros ya están formando a los jóvenes en las cuestiones de interés que afectan sus vidas cotidianas, y las Guías Scouts ya están emprendiendo acciones con el fin de mejorar el mundo que les rodea. Los proyectos de servicio comunitario son parte de todo programa educativo del Guidismo y el Escultismo femenino. Con estas actividades y proyectos ya en marcha, el desarrollar una iniciativa de propugnación para expresarnos a favor de nuestros propios intereses y los de los demás puede interpretarse como el desarrollo natural de las actividades que realizan las Guías Scouts para lograr la Misión de la AMGS y para construir un mundo mejor.

Una manera sencilla de introducir un elemento de propugnación en estas actividades consiste en presentar los resultados del proyecto ante un responsable de la toma de decisiones. Esta presentación deberá incluir una explicación de por qué las Guías Scouts han emprendido acciones y qué cambios deberán hacerse para poder abordar las causas fundamentales de un problema. De hecho, al enfocarlo de esta manera, se puede incluir un elemento de propugnación en toda actividad basada en lograr soluciones a las cuestiones de interés de los jóvenes. Naturalmente, existen otras maneras de incluir la propugnación en el programa educativo de su Asociación:

Desarrolle un programa insignia basado en los elementos necesarios para desarrollar una iniciativa de propugnación: Los jóvenes identifican un cuestión de interés para ellos en su país o comunidad local, y ellos mismos planean una iniciativa de propugnación en la forma en que ha sido descrita en este manual práctico. Identifican a los responsables de la toma de decisiones capaces de llevar a cabo el cambio que resolverá el problema y ponen el plan en marcha.

Desarrolle paquetes de actividades relacionadas con los temas de propugnación en los que su Asociación ha escogido trabajar y que puedan ser implementados por los dirigentes.

Organice un día de acción, en el que los distritos/regiones/compañías puedan destinar la jornada a realizar actividades y emprenda acciones sobre una cuestión de particular interés para los jóvenes; luego, presente los resultados ante los responsables de la toma de decisiones y la comunidad en general.

Su usted analiza detenidamente su programa educativo nacional o su programa de grupo, indudablemente hallará muchas formas de agregar una "dimensión de propugnación" a los proyectos, programas y actividades ya existentes.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.4 – Cómo incluir la Propugnación en su programa nacional y programa de grupo *cont.*



#### **HERRAMIENTA: Ejercicio para incluir la Propugnación en el Programa Educativo**

##### **Paso 1**

Imagine la siguiente situación: La Asociación de Guías Scouts de Badenpowellonia tiene una afiliación de 10.000 miembros. Es una asociación bastante sólida y hace tres años revisó tanto su programa como sus capacitaciones. Es la mayor organización juvenil de Badenpowellonia. Como miembros de la AMGS, desean participar en la propugnación y les gusta la idea de trabajar sobre los buenos hábitos alimenticios. Al mismo tiempo, el Departamento de Salud de ese país ha publicado varios informes sobre el incremento de la obesidad infantil y el papel que la comida basura desempeña en la mala salud de niños y jóvenes.

- ¿Cuáles son los temas que las Guías Scouts de Badenpowellonia deberán abordar?
- ¿Con quién o quiénes deberán hablar?
- ¿Con quién o quiénes deberán hablar?

##### **Paso 2**

Desarrollar una actividad sobre Alimentación Saludable para la Asociación de Guías Scouts de Badenpowellonia para cada uno de los intervalos de edades

- Alitas/Lobatos
- Guías/Scouts
- Guías Mayores

Que incluya los tres principios de:

- Pronunciarse
- Actuar
- Educar

##### **Paso 3**

¿Cómo capacitarán a los dirigentes sobre estos temas y cómo entregarán los nuevos materiales del programa a cada sección? ¿Estarán los dirigentes dispuestos a trabajar en estos temas?



#### **EJEMPLO: currículum de la Insignia SIDA**

Las Guías Scouts de todas las edades pueden ganar la Insignia SIDA de la AMGS, un proyecto desarrollado en asociación con ICASO (International Council of AIDS Service Organizations) y UNAIDS. El programa está compuesto de varios puntos que abordan los temas clave en relación a la concientización sobre el VIH y SIDA, entre los que se incluyen:

- La prevención a través del cambio de conducta: Las Guías Scouts demuestran que entienden algunas de las formas de transmisión del VIH y que han divulgado esa información a sus compañeras.
- Eliminar la discriminación: Las Guías Scouts completan con éxito una tarea de formar a otras personas, así como a ellas mismas, sobre las realidades del VIH y del SIDA, con el fin de eliminar la discriminación.
- Cuidado y apoyo: Las Guías Scouts aprenden a brindar cuidados y apoyo a los miembros de su comunidad infectado con el VIH o que padecen de SIDA. Esto incluye cuidar y apoyar a las Guías Scouts infectadas con el VIH o que padecen de SIDA.

## Cómo participar en la Propugnación

### 2.5 – Cómo incluir la Propugnación mediante las Declaraciones de Posición de la AMGS

Ya hemos visto la forma en que las declaraciones de posición de la AMGS establecen a grandes líneas la “posición” de la AMGS sobre cada uno de los mensajes clave y cómo éstos pueden emplearse para ayudarle a identificar sus metas de propugnación y sus mensajes de propugnación. Las declaraciones de posición de la AMGS pueden incluirse, como parte de su iniciativa de propugnación, en cualquier información que usted presente a los responsables de la toma de decisiones. Éstas incluyen la siguiente información:

**Declaración:** En los dos primeros párrafos de toda declaración de posición se establece la posición general de la AMGS sobre la cuestión.

**Hechos y Cifras:** Seguidamente se dan los hechos y cifras que se toman de las investigaciones e informes de la ONU y otras fuentes externas que son los pilares de esa posición y proporcionan información de fondo.

**Llamado a la acción:** La AMGS hace entonces un llamado a la comunidad internacional y a los gobiernos nacionales y traza las grandes líneas de las acciones que deben tomarse en relación a esta cuestión. También se proporciona una serie de posibles iniciativas entre las que podrán elegir las Organizaciones Miembros.

**Estudios de casos:** Finalmente, cada declaración describe las medidas tomadas por la AMGS para abordar la cuestión y algunos estudios de casos que proporcionan ejemplos concretos de las iniciativas para abordar con éxito la cuestión. A esto le sucede una cita de algún personaje público.

Las declaraciones de posición pueden adaptarse para que sean adecuadas a su situación nacional; por ejemplo, agregando citas de dirigentes o expertos de su país o región. A menudo el respaldo mundial que recibe su propia posición puede ayudarle a ejercer influencia sobre los responsables nacionales de la toma de decisiones. En su labor de propugnación, usted puede usar las declaraciones de posición para:

**Pronunciarse:** En sus discursos, presentaciones y artículos emplee los hechos y cifras a fin de informar a sus miembros, a los responsables de la toma de decisiones de su país, o al público en general sobre la situación imperante. Empléelos en sus propias declaraciones si usted está haciendo labor de propugnación a favor de los mensajes clave de la AMGS.

**Actuar:** Emplee el llamado a la acción a la comunidad internacional y a los gobiernos extranjeros como la base para sus acciones de cabildeo a nivel nacional. Analice la posibilidad de ampliar el llamado a las Organizaciones Miembros. Tome los estudios de casos como ejemplos para planear sus propias actividades. Observe sus proyectos actuales para ver si la declaración de posición puede ayudarle a progresar hasta la etapa siguiente.

**Educación:** Informe a su afiliación sobre las posiciones de la AMGS. Empléelas en seminarios y otras actividades de capacitación. Abra debates sobre el tema; inste a la participación de expertos con el fin de ampliar sus conocimientos sobre las posiciones. Empléelas para formar a sus organizaciones afiliadas si usted trabaja con éstas en uno de las cuestiones. Forme en la cuestión a los responsables de la toma de posiciones, a los creadores de opinión y al público en general así como en lo que usted desearía que ellos hicieran al respecto.

Las declaraciones de posición pueden hallarse en el sitio web de la AMGS y las nuevas declaraciones de posición se irán desarrollando dependiendo de las cuestiones en torno a las cuales la AMGS ha escogido trabajar en ese momento.

# 3

## Conclusiones

Esperamos que gracias a este manual práctico, usted haya adquirido una mejor comprensión de lo que es la propugnación y de qué manera las Guías Scouts pueden participar a nivel local o nacional con el fin de tratar de construir un mundo mejor.

Para que las Guías Scouts sean parte de un Movimiento mundial en crecimiento, la propugnación constituye una forma dinámica de que sean escuchadas las voces de las niñas y las jóvenes y que puedan influir sobre las cuestiones que les interesan y les afectan.

Este manual práctico muestra que la propugnación puede asumir muchas formas, tanto a pequeña como a gran escala. Puede producirse a todos los niveles: mundial, regional, nacional y local. Le instamos a lograr el compromiso y a la adhesión de los jóvenes para que, a través de su propugnación, se logre provocar un verdadero cambio. Ayúdenos a lograr que nuestra propugnación marque una diferencia para los individuos y las comunidades del mundo entero.

# 4

## Cómo evaluar el manual práctico

Esperamos que este manual práctico le haya ayudado a entender el concepto de propugnación de la AMGS y que le haya motivado a aceptar el reto que supone el desarrollar un proyecto de propugnación propio.

Sin embargo, sabemos que la perfección es imposible... así que nos gustaría recibir sus críticas y sugerencias en relación a cómo cree que este manual práctico puede mejorarse en futuras ediciones. Por favor concédanos algo de su tiempo y responda a las siguientes preguntas:

Sírvase enviar el formulario a [europa@europa.waggs.org](mailto:europa@europa.waggs.org)

Por favor clasifique su respuesta en una escala de 1 a 5, 5 siendo excelente, 4 muy bueno, 3 bueno, 2 regular y 1 deficiente.

Pregunta	1	2	3	4	5
¿Cuán fácil le pareció el uso del manual práctico?					
¿Ha mejorado el manual práctico su comprensión de la definición de "propugnación" de la AMGS?					
¿Cuán útiles encontró los ejemplos?					
¿Cuán útil resultó el manual práctico para ayudarle a preparar su propio proyecto de propugnación?					
¿Cuál es su opinión de las siguientes secciones del manual práctico?					
¿Por qué deben hacer propugnación las Guías Scout?					
Seis pasos rápidos para involucrar a los jóvenes en la propugnación					
Identificando su objetivo de propugnación					
¿Dónde se encuentra ahora?					
¿Qué recursos necesitará?					
¿Qué puede lograr?					
¿Sobre quién necesitará ejercer influencia?					
¿Cuál es su mensaje?					
¿Cómo puede presentar su mensaje?					
¿Cómo saber si ha tenido éxito?					
Cómo incluir la propugnación en el plan estratégico de su Asociación					
Cómo incluir la propugnación en su programa					
Cómo incluir la propugnación usando las Declaraciones de posición de la AMGS					
Juegos de propugnación para todos los intervalos de edades					

# 5

## Referencias, enlaces, recursos y herramientas

### Referencias

- Advocacy and Campaigning Course Toolkit – International NGO Training and Resource Centre (INTRAC), Chipre
- Sofia Sprechmann, Emily Pelton Advocacy Tools and Guidelines - Promoting Policy Change CARE 2001
- Jonathan Ellis - Campaigning for Success – how to cope if you achieve your Campaign Goal, National Council for Voluntary Organisations, UK, 2007)
- WAGGGS Leadership Development Programme Advocacy Module

### Enlaces

- AMGS: [www.wagggsworld.org](http://www.wagggsworld.org).
- Región Europa AMGS: [www.europe.wagggsworld.org](http://www.europe.wagggsworld.org)
- Council of Europe Youth and Sport Directorate: [http://www.coe.int/t/dg4/youth/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/youth/default_en.asp)
- Portal Europeo de Juventud: [http://europa.eu/youth/index.cfm?!\\_id=es](http://europa.eu/youth/index.cfm?!_id=es)
- El Foro Juvenil Europeo: [www.youthforum.org](http://www.youthforum.org)
- Naciones Unidas: [www.un.org/spanish](http://www.un.org/spanish)
- UNICEF La Juventud Opina: <http://www.unicef.org/voy/spanish/>

### Recursos

Declaraciones de posición de la AMGS:

- Declaración de posición sobre salud en la adolescencia
- Declaración de posición sobre embarazo precoz
- Declaración de posición sobre descubrir su potencial
- Declaración de posición sobre el VIH y el SIDA
- Declaración de posición sobre alimentos y nutrición
- Declaración de posición sobre la elección de alimentos sanos
- Declaración de posición sobre las drogas
- Declaración de posición sobre el tabaco
- Declaración de posición sobre la información sobre la sexualidad
- Declaración de posición sobre la educación de las niñas
- Declaración de posición sobre los derechos humanos

Alianza de los Presidentes Ejecutivos:

- Políticas Nacionales de Juventud ~ hacia una juventud autónoma, solidaria, responsable y comprometida
- La Educación de los Jóvenes Declaración en los albores del siglo XXI
- Niñas y mujeres jóvenes en el siglo XXI. Un llamado a la acción
- Los niños y los jóvenes ~ participación en la toma de decisiones

## Referencias, enlaces, recursos y herramientas

### Recursos en Derechos Humanos

- Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)  
<http://www.unhchr.ch/udhr/lang/spn.htm>
- Convención de la ONU sobre los Derechos del Niño (1989) <http://www2.ohchr.org/spanish/law/crc.htm>
- Convención de la ONU a propósito de la eliminación de toda forma de discriminación contra las mujeres (1979)  
<http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/cedaw.htm>
- Convención Europea sobre Derechos Humanos (1950)  
<http://www.echr.coe.int>
- Carta Europea revisada sobre la participación de los jóvenes en la vida local y regional, adoptada por la agrupación de autoridades locales y regionales europeas, Mayo 2003  
<http://www.youth-partnership.net/youth-partnership/ekcyp/BGKNGE/Participation>

### Manuales Prácticos y Directrices

- Política de la AMGS sobre la estructura y gestión de las asociaciones  
<http://www.wagggsworld.org/es/resources/documents/1009>
- Directrices de la AMGS para la gestión de proyectos  
<http://www.wagggsworld.org/es/resources/documents/2068>
- Directrices de la AMGS sobre las relaciones con la sociedad  
<http://www.wagggsworld.org/es/resources/documents/1008>
- Manual Práctico de la AMGS sobre la relación con la prensa
- Guidelines on Partnerships produced by the Europe Region WAGGGS and the European Scout Region  
<http://europe.wagggsworld.org/en/resources/documents/485>
- Resource Kit on Institutional Mechanisms for the Promotion of Equality between Women and Men  
European Women's Lobby (May 2008)
- Have Your Say! Manual on the Revised European Charter on the Participation of Young People in Local and Regional Life Council of Europe 2008
- El Manual sobre Educación de Derechos Humanos con Jóvenes Consejo de Europa  
May 2002 <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=338990213>

## 6

## Apéndice

**6.1 – Juegos de Propugnación para todos los intervalos de edades<sup>6</sup>****Juegos sobre confianza y trabajo en equipo**

*Nudo humano:* Todas se ponen de pie en un círculo apretado y ponen sus brazos al frente y unen sus manos con dos personas diferentes situadas en el lado opuesto en el círculo. Entonces deberán desenredarse sin soltarse las manos hasta poder formar un círculo. (*Sugerencia: Podría resultar mejor jugarlo en patrullas, ya que podría tomar tiempo y es difícil con un grupo grande.*)

*¿Pueden todos pararse sobre un ladrillo?:* Deles un único ladrillo y pídale al grupo que trate de que todos los miembros se paren sobre el ladrillo mientras cantan una canción. Podría tomarse un tiempo hasta que se den cuenta, pero la solución consiste en que todo el grupo cante la canción y uno por uno se paren sobre el ladrillo durante unos segundos, se baje y deje que otro miembro tome su lugar, hasta que todo el grupo se haya parado sobre el ladrillo.

*Pelota por el túnel:* En posición de firmes, cada patrulla forma una fila uno tras otro, mientras el jugador del frente de cada patrulla sostiene la pelota o globo. A la orden de "YA" las niñas abren las piernas. La niña del frente pasa la pelota entre el túnel de piernas. La pelota debe pasar entre las piernas de todas las niñas hasta que llegue a la niña del fondo. La niña corre entonces al frente y continúa el proceso hasta que la primera niña regresa al frente. La patrulla que gana es la que tiene a todas las niñas paradas en posición de firmes con la pelota al frente. Una alternativa es pasar la pelota o globo entre las piernas de la primera niña y encima de la cabeza de la segunda y así sucesivamente hasta llegar al final.

**Juegos relativos a temas específicos**

*Discriminación/intimidación:* Las niñas se ponen de pie en el centro del salón y la dirigente le pide a todas las que tienen ojos azules que se muevan a un extremo del salón y a todas las demás que se vayan al extremo opuesto. La dirigente les entrega un caramelo a las niñas con el mismo color de ojos que ella. Esto se repite con una serie de características escogidas por la dirigente, como: todas las que tengan pelo corto, todas las que tengan agujeros en las orejas para llevar aretes, todas las que calcen zapatos deportivos o todas las que tengan un hermano o hermana. Después de hacer esto varias veces, muchas de las niñas se quejarán de que no es justo que algunas estén recibiendo más caramelos que otras. Las niñas vuelven al centro, la dirigente les pregunta cómo se sintieron y con qué tema o cuestión identifican este juego.

*Discriminación/intimidación:* Concepto similar al último juego. Juegue el juego corto favorito de la Unidad, pero excluya a un grupo basándose en alguna característica arbitraria como el estilo de peinado, el color de los ojos o la vestimenta. Luego de que termine el juego, pregúnteles a las niñas excluidas cómo se sintieron.

*Variación de temas:* Haga que las niñas de las patrullas se sienten formando un gran círculo. En medio del círculo coloque una serie de artículos como alimentos, agua, medicinas, libros y ropa. Cada patrulla deberá entonces escoger dos artículos que ellas creen que necesitarían para sobrevivir y luego deberán discutir su elección con la Unidad. Variaciones dependiendo de la edad: Muchachas mayores: (1) A las patrullas se les podrían decir que pueden elegir distinta cantidad de artículos (por ejemplo, una patrulla puede escoger sólo un artículo, mientras que otra patrulla podría llevarse cuatro artículos). Esto se podría emplear para debatir la distribución desigual de recursos mundiales. (2) La dirigente distribuye los artículos a las patrullas y las niñas podrían debatir qué artículos podrían canjear con otras patrullas y explicar por qué.

<sup>6</sup> Proporcionado por las Guías Scouts de Australia como parte de su encuesta nacional sobre la propugnación.

## Apéndice

### 6.1 – Juegos de Propugnación para todos los intervalos de edades cont.

*Variación de temas:* Variación del juego “Ensalada de frutas”. Haga que las niñas formen dos filas una frente a la otra. Haga que se sienten de manera que, con las piernas estiradas, sus pies toquen los pies de la niña de enfrente. A cada pareja se le da un tema (como intimidación, calentamiento global, sequía, etc.) que deberán recordar. La dirigente (o niña que sobra si hay un número impar de niñas) anuncia en voz alta uno de los temas. La pareja que tiene ese tema deberá ponerse de pie y correr por el centro de la hilera saltando entre los pares de piernas de las demás niñas hasta llegar al final y luego correr por detrás de las niñas sentadas y después otra vez por medio de las dos filas hasta llegar a su lugar. La ganadora es la niña que llega primero a su lugar y se suma un punto para la fila en la que está sentada.

*Variación de temas:* Canasta de compras de los temas: Formen un gran círculo y haga que cada niña elija un tema de interés o que le preocupa. Ninguna respuesta será equivocada. Por ejemplo, alguna niña quizás elegiera el tema del “miedo a las arañas”. Gire alrededor del círculo, y pida a cada niña que diga su tema, el tema de la niña antes de ella y el de la niña siguiente y así sucesivamente. Si una niña olvida el tema o lo dice en el orden equivocado, sale del juego y el juego de memoria empieza de nuevo. Haga que una escribiente anote los temas.

*Medio ambiente:* Variación del juego “esquivar la pelota”. En el centro del salón se dibujan dos líneas con tiza separadas como unos tres metros la una de la otra. Éste es el territorio de los elefantes. escoja una niña cazadora y el resto serán los elefantes. Las cazadoras estarán ubicadas a ambos lados de las líneas y no deben entrar al territorio elefante. Las cazadoras capturan a los elefantes si consiguen golpearles por debajo de las rodillas con la pelota de fútbol. Toda niña capturada se convierte en cazadora hasta que sólo quede un elefante que sería la ganadora.

*Medio ambiente:* Variación del juego “Ahí viene el capitán”. Las niñas se agrupan en el centro del salón y la dirigente enumera los mandatos y las acciones (las acciones o mandatos que sugerimos se enumeran a continuación, pero podrían variar). Habrá que explicar los mandatos a cada participante antes de empezar el juego. Para jugar el juego las niñas deberán memorizar los mandatos, así que el grado de dificultad deberá ser acorde a la capacidad de las niñas para memorizar el número de mandatos empleados. Si hubiera una persona, o grupo de personas, que claramente son muy lentas, se olvidan o no pueden terminar el mandato, entonces quedan fuera del juego. El juego continuará hasta que sólo quede una persona: la ganadora.

*Animales en peligro de extinción* – mecer los brazos al frente como imitando la trompa de un elefante.

*Animales salvajes* – agacharse como un felino y brincar.

*Calentamiento global* – los brazos hacen un círculo como imitando el sol.

*Bosques* – unir los brazos con una compañera y mecerse en el viento.

*Sequía* – mirar hacia el cielo y encoger los hombros.

*Agua limpia* – formar una larga fila, una detrás de otra.

*Basura* – agacharse para recoger desechos.

*Reciclaje* – girar en un círculo.

*Salven el mundo* – formar un círculo de tres niñas.

*Tirar la pelota:* Formar un gran círculo. Haga que cada niña diga su nombre y un tema que le interesa o le preocupa. Después de que todas las niñas del círculo lo hayan hecho, tire una pelota a una de las niñas, diciendo su nombre y su tema. La niña cuyo nombre llama es la que supuestamente debe apañar la pelota. Si la persona que tira la pelota dice mal el tema, queda eliminada del juego.

## Apéndice

### 6.1 – Juegos de Propugnación para todos los intervalos de edades cont.

#### Actividades para patrullas sobre tormenta de ideas

Haga que la unidad se divida en patrullas. Podría dejar que cada patrulla escoja qué tipo de actividad de tormenta de ideas les gustaría hacer. Dele a las patrullas un máximo de 10 a 15 minutos para hacer esa sesión. Al terminar, haga que las patrullas presenten sus temas a la Unidad. Exponga estos temas claramente para que ellas contribuyan cuando haya que clasificarlos.

*Tormenta de ideas básica:* Haga que las niñas se dividan en patrullas y anoten todos los temas que se les ocurran. Podrían anotar palabras, hacer un dibujo sobre un pliego de papel o hacer un afiche.

*Varita mágica de temas:* Dele a cada niña de la patrulla una estrella recortada. Explíquelo que es para su varita mágica que servirá para arreglar los problemas de su país y del mundo. Pídales que escriban en su estrella los problemas que les gustaría solucionar. Las estrellas pegarse a una varita para luego exponerlas.

*Estímulo pictórico:* Dele a las patrullas algunas recortes sobre varios temas de discusión a fin de ayudarles a identificar los temas y luego ver si a ellas se les ocurren otros temas que no están en los recortes.

*Collage:* Dé a las niñas una variedad de revistas y periódicos y pídale que hagan un collage de los temas que a ellas como patrulla les preocupan.

*Estímulo de periódicos y revistas:* Dé a las patrullas varios periódicos y revistas y pídale que busquen cualquier tema de interés que haya en ellas y que luego los anoten.

*Cena con George Bush, John Howard o Ban Ki Moon:* Pídales a las niñas que escriban los temas que podrían debatir con una importante figura política si tuvieran la oportunidad de cenar con ese hombre o esa mujer.

#### Actividades para priorizar aquellos temas identificados como importantes

Una vez que hayan anotado una serie de temas de interés, pídale a la Unidad que se divida en patrullas de nuevo para que éstas clasifiquen sus temas y llenen su tarjeta postal. Las siguientes actividades podrían servirle a las patrullas para clasificar sus temas de interés:

*Siéntense/Párense:* La patrulla lee la lista de temas que se anotaron durante la tormenta de ideas. La dirigente de patrulla les pide a las niñas que se pongan de pie cuando oigan un tema que despierta mucho interés en ellas. Lea la lista una segunda vez pero dígales a las niñas que sólo se podrán poner de pie por tres temas. Registre los votos para poder llenar la tarjeta postal.

*Distribución de dinero:* Dele a la patrulla algún dinero y usando la lista de temas identificados durante la tormenta de ideas, la patrulla puede destinar los montos correspondientes de acuerdo con su prioridad por solucionar los problemas.

*Clasificación del termómetro:* Dele a la patrulla una foto de un termómetro sencillo y pídale a las niñas que clasifiquen sus temas ordenándolos en un papel: primero los “temas candentes” (aquellos que las preocupan más) hasta llegar a los “temas fríos” (aquellos que les preocupan menos). Así están otorgando prioridad a unos temas sobre otros.

*Voto secreto:* Pida a cada miembro de la patrulla que escriba tres temas mundiales candentes en un papel y que lo ponga en una urna de votación. Repita la votación para temas nacionales y para temas sobre los que les gustaría hablar. Cuente los votos y llene la tarjeta postal.

*Debates (ampliación para muchachas mayores):* Pídale a las patrullas o unidad que se dividan en dos y realicen debates cortos. Algunos temas de debate podrían ser:

“¿Es más importante abordar y solucionar primero los temas mundiales, antes que los temas nacionales?”: Empleando dos (o más) de los temas más aceptados que hayan identificado durante la tormenta de ideas: “¿Qué tema hay que abordar y solucionar primero?”

## Apéndice

### 6.2 – Ejercicio en grupo para identificar acciones de Propugnación

#### Materiales:

- Tarjetas de votación de color rojo y verde para todas las participantes
- Lista de acciones (ver lista más abajo)

#### Preparaciones:

Organizar la escena: Imagine que su grupo asiste a una reunión de Guías Scouts. Uno de los temas candentes de la agenda es decidir qué acciones serán necesarias para influir sobre los responsables de la toma de decisiones. Lo que se pretende es influir sobre personas que toman decisiones que mejorarán nuestras vidas y las vidas de los demás.

#### Tema:

El grupo se reúne todas las semanas en un edificio viejo propiedad del concejo. Las Guías Scouts pagan una tarifa mensual por su uso.

- Otras dos organizaciones juveniles también lo utilizan.
- El concejo se encarga de su reparación y limpieza casi siempre.
- Para el alcalde son prioritarios el apoyo al colegio y a los clubes deportivos.
- No hay apoyo semanal como se acordó en un principio.
- No se firmó un contrato.
- En los últimos dos meses las llaves del agua no han funcionado correctamente.
- Vienen muchos menos miembros desde que se averió la calefacción.
- Algunos progenitores se han quejado de que sus hijos han enfermado porque no existe un sistema de calefacción adecuado.
- Las Guías Scouts nunca han sido invitadas al concejo juvenil.
- El fiesta anual, que incluye un asado, probablemente se tenga que cancelar por falta de agua.

Después de explicar esta situación, el capacitador repasa una a una las acciones enumeradas más abajo. Los participantes deberán votar con sus tarjetas de votación y decidir si son a “propugnación” o “no”.

- Si el grupo está de acuerdo, usted podría pedirles a algunas de las participantes que expliquen más concretamente cómo actuarían.
- Si las opiniones difieren, pueden empezar a debatir entre sí.

Al final del juego, todas las oraciones deberán haber sido aceptadas por unanimidad y deben haberse fijado cinco acciones de propugnación prioritarias que serán las primeras en realizarse.

## Apéndice

### 6.2 – Ejercicio en grupo para identificar acciones de Propugnación cont.

#### Lista de acciones

- Escribir una carta a un periódico.
- Realizar huelgas y boicots.
- Quejarse y gritar cada vez que vea al alcalde o a los miembros del consejo.
- Organizar una campaña sobre la necesidad de edificios seguros para las organizaciones juveniles.
- Organizar una manifestación en el pueblo.
- Enviar correos electrónicos a los responsables de la toma de decisiones.
- Crear afiches y distribuirlos entre los miembros.
- Los representantes se presentan ante el consejo juvenil.
- Cancelar las reuniones cuando haga frío y hacer un gran anuncio en el periódico sobre las causas de la cancelación.
- Cantar canciones de protesta durante la fiesta en la que se hace el asado.
- Apoyar a los grupos políticos en su campaña para que se mejoren los reglamentos de los edificios destinados a los jóvenes.
- Organizar una reunión con el alcalde para tratar los presupuestos.
- Reclutar a nuevos miembros en las escuelas.
- Organizar un debate con los progenitores sobre la situación del edificio.
- Trabajar en red con grupos de su mismo nivel.
- Entrevistas radiales o aparecer en la televisión en un debate político que trate del apoyo a las organizaciones juveniles.
- Imprimir y distribuir volantes en áreas públicas.
- Concertar una reunión con los responsables de la toma de decisiones para tratar la cuestión del contrato.
- Quejarse a voces en público.
- Concertar una reunión con los responsables de la toma de decisiones para cambiar su agenda política.
- Escribir una carta para quejarse sobre las llaves de agua.
- Buscar información en Internet.
- Crear un sitio web sobre un asunto concreto.
- Escribir una carta al Ministro de Educación a propósito de los presupuestos.
- Pedirle a los padres que hagan una donación para sufragar la reparación de la calefacción.

## Apéndice

### 6.3 – Formar enlaces: ¿Qué es la sociedad civil y quién hace qué y para quién?<sup>7</sup>

Temas	Ciudadanía, democracia y derechos humanos en general
Tamaño de grupo	8 – 20 personas
Time	90 minutos

#### Perspectiva general

Esta actividad conlleva la negociación sobre los derechos y responsabilidades de los ciudadanos, el gobierno, las ONG y los medios de información en una democracia.

#### Derechos conexos

- El derecho al voto; a participar y a ser miembro del gobierno de un país.
- Libertad de información y expresión.
- Deberes hacia la comunidad.

#### Objetivos

- Desarrollar una comprensión del vínculo entre derechos y responsabilidades
- Desarrollar una sensibilidad hacia las complejas relaciones que se establecen entre los distintos sectores de una democracia.
- Fomentar la cooperación y la responsabilidad civil

#### Materiales

- Un pliego de papel grande (A3) o papel de rotafolios para cada grupo
- Dos marcadores de distintos colores (por ejemplo, verde y rojo) para cada grupo
- Un rollo de cordel o lana (preferiblemente verde)
- Un rollo de cinta adhesiva para cada grupo
- Tijeras

#### Preparación

- Corte unas 24 cordeles de lana, cada uno de 1,5 m de largo.

#### Instrucciones

1. Explique que el propósito de esta actividad es dibujar un mapa de las diferentes relaciones que se establecen entre los cuatro sectores de una sociedad democrática (ideal).
2. Divida a los participantes en cuatro grupos de igual tamaño que representen a cuatro “agentes” en una democracia: el gobierno, las ONG, los medios de información y los ciudadanos, respectivamente.
3. Entregue a cada grupo un pliego grande de papel y los marcadores y pídale que destinen 10 minutos a hacer una tormenta de ideas sobre el papel que su correspondiente “agente” desempeña en una sociedad democrática, es decir, cuáles son sus principales funciones. Deberán marcar cinco de sus funciones más importantes en el pliego de papel empleando el marcador rojo.

<sup>7</sup> COMPASS - El Manual sobre Educación de Derechos Humanos con Jóvenes Consejo de Europa May 2002  
<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=338990213>

## Apéndice

### 6.3 – Formar enlaces: ¿Qué es la sociedad civil y quién hace qué y para quién? cont.

4. Una a los grupos para que presenten sus ideas. Permita que los grupos compartan sus reacciones. Pregúnteles si están de acuerdo en las funciones principales presentadas por cada uno de estos cuatro “agentes”. Permita que los grupos enmienden sus listas si lo desean tras escuchar los comentarios de los otros grupos.
5. Ahora, separe a los cuatro grupos de nuevo y pídeles que hagan una tormenta de ideas sobre lo que necesitan de cada uno de los otros “agentes”, para poder realizar sus propias funciones; es decir, qué demandan a cada uno de los otros “agentes”. Deberán enumerar estas demandas bajo un encabezamiento separado empleando el marcador verde. Deles 15 minutos para esta tarea.
6. Cuando ya casi haya transcurrido el tiempo, pida a los grupos que ordenen sus demandas por orden de mayor a menor prioridad y entregue a cada grupo un rollo de cinta adhesiva y los cordeles de lana para que representen estas demandas.
7. Entregue las copias de las “Reglas del juego”, repáselas y asegúrese de que todos entiendan lo que tienen que hacer seguidamente. Pida a cada grupo que lleve su pliego de papel al centro del salón y que lo coloque en el piso como a un metro de distancia de manera que formen un cuadrilátero (ver diagrama). Pida a los miembros de cada grupo que se coloquen cerca de su “esquina”.
8. Ahora empezarán las “rondas” de negociaciones. Cada ronda deberá durar no más de 10 minutos. Recuerde a los participantes que cuando una demanda sea aceptada, se deberán unir los dos paneles mediante un cordel de lana, que indicará que se ha aceptado una responsabilidad.
9. Al final del proceso, los cuatro “agentes” deberán estar enlazados por medio de una complicada red de cordeles de lana. Mientras los participantes siguen sentados alrededor del cuadrilátero, pase al cuestionario post-misión y a la evaluación.

#### Cuestionario post-misión y evaluación

Pida a los participantes que observen la red que han creado y que reflexionen sobre la actividad.

- ¿Resultó difícil pensar en las funciones que el gobierno, las ONG, los medios de información y los ciudadanos ejercen en una democracia?
- ¿Hubo desacuerdos dentro de los grupos acerca de qué demandas deberían ser aceptadas o rechazadas?
- ¿Cuáles de sus demandas a los otros grupos no fueron aceptadas como responsabilidades? ¿Por qué? ¿Cree usted que tales casos causarían problemas en la realidad?
- ¿Hubo responsabilidades que cada grupo aceptó pero que no habían reconocido anteriormente? ¿Qué opinan sobre ello ahora?
- ¿La actividad enseñó a los participantes algo nuevo en relación a la sociedad democrática que no sabían antes? ¿Hubo sorpresas?

#### Sugerencias para los moderadores

En el paso 4 de las instrucciones, después de que los grupos han preparado sus listas de funciones, no destine mucho tiempo a discutir los temas como grupo general. Este tiempo debería más bien servirle de apunte para el trabajo en grupos pequeños que van a hacer a continuación. Quizás los grupos deseen tomar nota de las funciones de los demás grupos.

Cuando preparen sus listas de demandas (paso 5), pídeles que sean realistas en cuanto a sus exigencias a los otros “agentes”. Estas demandas deberán ser aceptables, para que no se soliciten cosas injustas o irrazonables.

Cuando los grupos empiecen a negociar (paso 8), no deberá presentarse esta etapa de modo “competitivo”, ni deberá ocupar mucho tiempo en esta etapa. Haga hincapié en que los grupos deben verse a sí mismos como colaboradores: el propósito radica en establecer una sociedad en la que todos los “agentes” trabajen conjuntamente para la satisfacción de todos. Por lo tanto, las transacciones deberán ser relativamente rápidas: pídeles a los grupos que acepten las demandas si éstas les parecen razonables, y si no lo son, que las rechacen y en una etapa posterior podrán discutir cualquiera que consideren controversial.

## Apéndice

### 6.3 – Formar enlaces: ¿Qué es la sociedad civil y quién hace qué y para quién? cont.

#### Variaciones

La actividad podría aumentar o disminuir en complejidad empleando un número diferente de “agentes” sociales: por ejemplo, podría agregar “empresas”, “minorías” o “grupos desfavorecidos”. Sin embargo, esto complicará el proceso de negociación y podría no desear que todos los grupos intercambien demandas con todos los demás. También podría emplear distintas categorías que estén más directamente relacionadas con la realidad de los jóvenes: por ejemplo, sustituya “ciudadanos” por “jóvenes” y “gobierno” por “colegio”. Podría simplificar la actividad eliminando uno o dos grupos: por ejemplo, podría conservar sólo los ciudadanos y el gobierno, lo que podría ser adecuado si el grupo es pequeño. Quizás desee probar a hacer la actividad sin emplear el cuadrilátero: durante el proceso de negociación, un miembro del primer grupo deberá sostener un extremo del cordel de lana y ofrecérselo a un miembro del segundo grupo. Si todos los participantes sostienen sus extremos, ¡la “sociedad” entera deberá estar físicamente enlazada al final del proceso!

#### Sugerencias para el seguimiento

El grupo podría continuar añadiendo elementos al afiche, por ejemplo incluyendo a otros grupos dentro de la sociedad (ver Variaciones). Quizás deseen transferir el afiche a otra hoja de papel para mayor claridad, y luego dibujar las conexiones empleando distintos colores: por ejemplo, rojo para gobierno, amarillo para los medios de información, verde para las ONG, etc. Piense qué vínculos de su propia sociedad no están bien desarrollados, y qué puede hacerse para resolverlo.

### FOLLETO

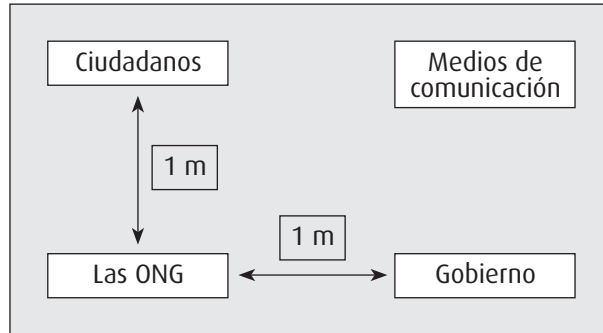
#### Reglas del juego

1. El propósito de este ejercicio es que cada “agente” consiga que sus demandas sean aceptadas por cada uno de los demás “agentes”.
2. Las negociaciones se hacen entre parejas de “agentes” en tres rondas, de la siguiente manera:
  - Ronda 1: los ciudadanos y las ONG negocian entre sí y los medios de información y el gobierno negocian entre sí.
  - Ronda 2: los ciudadanos y los medios de información negocian entre sí y las ONG y el gobierno negocian entre sí.
  - Ronda 3: los ciudadanos y el gobierno negocian entre sí y los medios de información y las ONG negocian entre sí.
3. Las parejas deciden entre sí quién empieza y toman turnos para presentar sus demandas.
4. Al hacer una demanda, los participantes deben expresarla de forma clara y concisa. También deben explicar lo que implica y por qué están presentando esa demanda en concreto; es decir, por qué es importante para permitirles realizar sus propias funciones.
5. Al decidir aceptar o no una demanda, los participantes deben decidir si lo que se les exige es justo y si son capaces de realizarla.
6. Si el segundo grupo rechaza la demanda, el cordel de lana se coloca a un lado. Si se acepta, entonces se pega un cordel de lana uniendo dos cuadros, representando el enlace que se ha establecido entre esos dos grupos. El “grupo que acepta” deberá hacer una breve nota en su cuadro para recordar cuál fue la demanda aceptada.
7. Repetir el proceso hasta que todas las demandas hayan sido discutidas.
8. Repetir el proceso en cada ronda hasta que se hayan establecido enlaces entre los cuatro “agentes”.

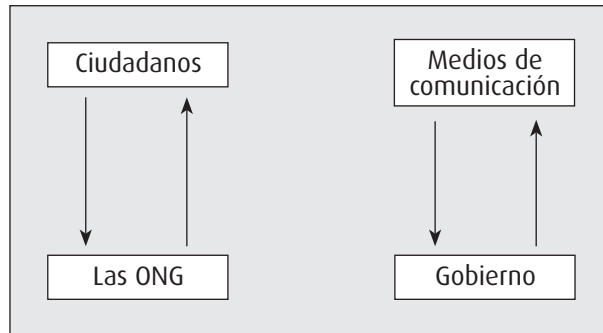
# Apéndice

## 6.3 – Formar enlaces: ¿Qué es la sociedad civil y quién hace qué y para quién? cont.

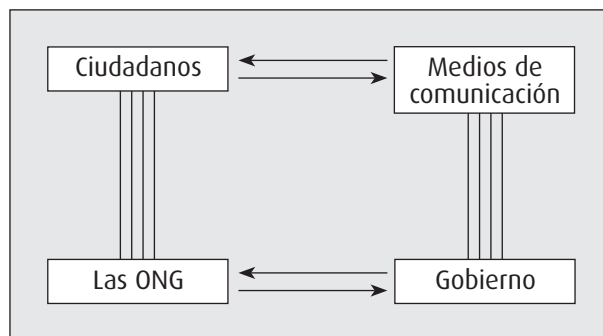
posición inicial



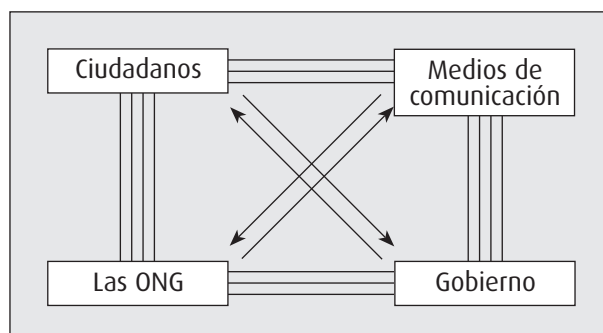
Turno 1



Turno 2



Turno 3



## Notas

girls worldwide say 

World Association of Girl Guides & Girl Scouts  
Association mondiale des Guides et des Eclaireuses  
Asociación Mundial de las Guías Scouts

World Bureau, Olave Centre  
12c Lyndhurst Road, London NW3 5PQ, England

telephone: +44 (0)20 7794 1181  
facsimile: +44 (0)20 7431 3764  
e-mail: [waggs@waggsworld.org](mailto:waggs@waggsworld.org)  
website: [www.waggsworld.org](http://www.waggsworld.org)

Registered Charity No. 306125

girls worldwide say 

**Europe Region**  
**Région Europe**

World Association of Girl Guides & Girl Scouts  
Association mondiale des Guides et des Eclaireuses  
Asociación Mundial de las Guías Scouts

Avenue de la Porte de Hal 38  
1060 Brussels, Belgium

telephone: +32 (0)254 108 80  
facsimile: +32 (0)254 108 99  
e-mail: [europe@europe.waggsworld.org](mailto:europe@europe.waggsworld.org)  
website: [www.europe.waggsworld.org](http://www.europe.waggsworld.org)

The Europe Region is registered in Belgium as an AISBL