

SUMÁ TU VOZ

Cuaderno para participar e incidir

Adolescentes
y jóvenes

HOLA, MI NOMBRE ES:



SUMÁ TU VOZ

Cuaderno para participar e incidir



SUMÁ TU VOZ

Cuaderno para participar e incidir

unicef 

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, **UNICEF**

AUTORES:

Julia Irisity y Florencia Forné por UNICEF

Ana Artía, Javier Pereira y Lea Rodríguez por América Solidaria

Revisión de contenidos: Ignacio Rodríguez Perrachione y Komai Garabelli

Agradecemos la participación de los integrantes de la **Mesa Adolescente de UNICEF**:

Emiliano Acuña Silvera

Joaquín Almeida Carbajal

Mateo Elías Ávila Peña

Mateo Barral Spinelli

María Eugenia Barreto Bentancor

Lautaro Rafael Cardozo Ribero

María Virginia Barreira Bauzan

Miranda de los Ángeles Longares Bonalde

Oliver Peña Buydid

Sofía Pitetta Widmaier

Robert Fabián Rodríguez Miños

Martina Ribeiro Iparraguirre

Corina Rocha Zagarzazú

Joaquín Nicolás Stekl Prada

Corrección de estilo: María Cristina Dutto

Diseño: Xunta

Impresión: Mastergraf

Montevideo, diciembre de 2024

Por cuestiones de simplificación en la redacción y de comodidad en la lectura, en esta guía se optó por utilizar términos genéricos como *los adolescentes*, *los jóvenes* o *los participantes*, sin que ello implique discriminación de género.

Se autoriza la reproducción total o parcial del presente documento, sin alteraciones del material contenido, sin fines comerciales y citando adecuadamente la fuente.



CONTENIDOS

BIENVENIDA

05

Conceptos clave

07

Capítulo 01. ¿Cómo empezar?

10

1 Reconocer tus fortalezas y habilidades 10

2 El poder del colectivo y el trabajo en equipo 17

3 Elegir un problema, analizarlo y actuar 22

Capítulo 02. Elaborar un plan de incidencia

33

1 Explorar: cómo saber más sobre un tema 36

2 Pensar: planificar y analizar estrategias 40

3 Actuar: hacer que las cosas pasen 46

4 Evaluar: revisar, aprender y volver a empezar 53

Capítulo 03. Comunicación

58

1 Construcción del discurso 63

2 Audiencias y medios 72

3 Redes sociales 78

4 Ser vocero o vocera 82

Capítulo 04. Activismo

90

1 Que sea bueno para vos 93

2 Que sea bueno para los demás 107

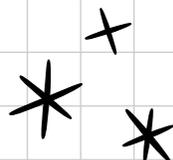
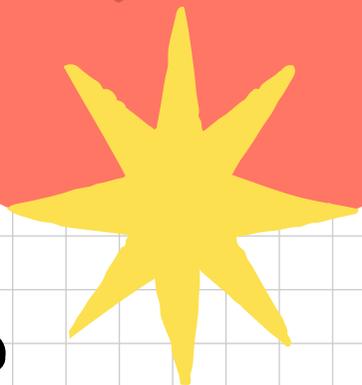
EPILOGO

116



Referencias

118



¡HOLA!

Te damos la bienvenida a esta guía que busca acompañarte en las acciones de participación e incidencia que quieras impulsar.

Está especialmente diseñada para que puedas usarla como una bitácora o un cuaderno de notas que reúna tus observaciones, datos y pensamientos.

En este recorrido podrás:

1. Identificar tus habilidades, descubriendo tus fortalezas y las de tu equipo.
2. Definir qué te gustaría mejorar de tu entorno y pensar qué cambios se necesitan.
3. Conocer herramientas para enfocar la causa que te moviliza, analizarla y planificar las acciones.
4. Diseñar una estrategia y un plan de incidencia para lograr el cambio.



5. Aprender sobre comunicación para saber cómo construir mensajes y usar los medios a favor de una causa.

6. Mejorar la vocería y la manera de comunicar.

7. Reflexionar sobre el activismo, el cuidado de la salud mental y el bienestar del equipo.

A lo largo de toda la guía encontrarás ejercicios prácticos que te ayudarán a concretar tus ideas y las de tu equipo, así como a reflexionar sobre la incidencia, el cambio cultural y la transformación social que buscás.

CONCEPTOS CLAVE

Antes de empezar, repasemos los conceptos de **participación** e **incidencia**, que son la base y el punto de partida de esta guía.

Participación e incidencia van de la mano: toda acción de incidencia es una forma de participar, aunque no toda participación es incidencia. Veamos más en detalle:

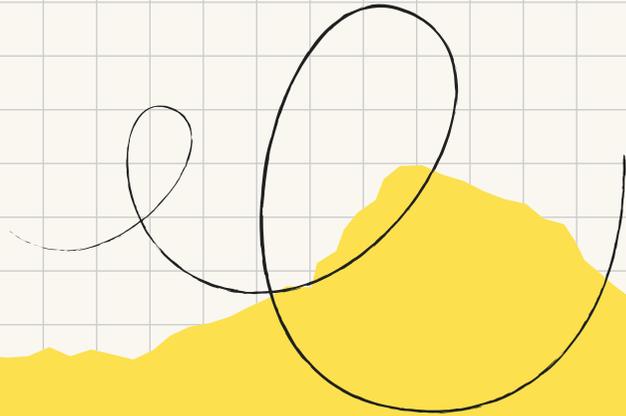
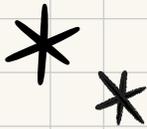


La participación se da a través del encuentro entre personas.



Participamos en la vida pública porque queremos contribuir y hacer cambios en nuestro entorno y en el mundo.

- La participación es un derecho humano y es muy importante, porque cuando participas estás velando para que el resto de tus derechos también sean respetados.
- Todos los seres humanos tenemos derecho a la igualdad, la dignidad y la autodeterminación. Eso significa que podemos tomar nuestras propias decisiones en las cosas que nos afectan y actuar a través de la participación.
- La participación juvenil se refiere a las formas en que los y las jóvenes pueden involucrarse en procesos, relacionarse con instituciones e influir en las decisiones que afectan su vida. Participar es una herramienta muy potente para fortalecernos como ciudadanos, decidir sobre cómo funciona la sociedad e incluso consolidar la democracia.
- Participar es ser parte activa de algo, como tu centro educativo, un grupo de acción por una causa o un colectivo político, por ejemplo.

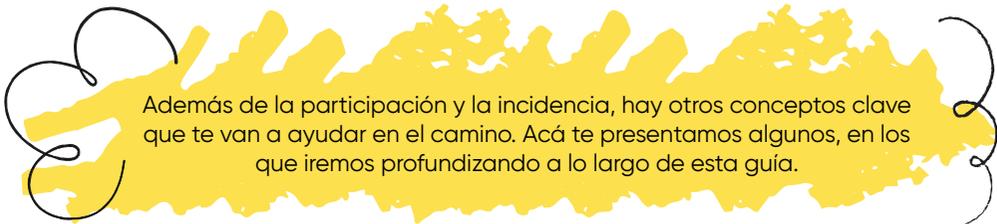


La incidencia es el resultado de la participación.



Es la influencia que queremos tener, más allá de las acciones concretas, para hacer transformaciones. Se trata de que nuestra voz no solo exista, sino que sea oída y cuente al momento de tomar decisiones, definir políticas o proyectos públicos.

- La incidencia se enfoca en hacer algo para apoyar, recomendar o implementar acciones vinculadas a una idea o causa en la que tenés interés.
- Cuando defendemos una idea, fomentamos que las personas responsables rindan cuentas, para garantizar la protección de tus derechos.
- No estás pidiendo favores. Ser parte en las decisiones que te afectan o afectan a otros es tu derecho.
- A través de la incidencia se levanta la voz colectiva para defender y proteger derechos o para apoyar diversas iniciativas o causas.
- Tu labor de incidencia puede generar cambios en políticas, programas, instituciones e inversiones, así como en acciones y comportamientos.



Además de la participación y la incidencia, hay otros conceptos clave que te van a ayudar en el camino. Acá te presentamos algunos, en los que iremos profundizando a lo largo de esta guía.

Activismo Dedicación intensa a una causa o a alguna línea de acción en la vida pública, sea en el campo social, político, ambiental u otro, con el fin de lograr un cambio o una transformación en la sociedad.

Alianza estratégica Vínculo entre dos o más personas o instituciones que combinan sus recursos y conocimientos para alcanzar un objetivo común. Puede ser por alguna acción concreta o por un propósito de largo plazo.

Autoconocimiento Capacidad de conocerse a uno mismo e identificar sus fortalezas y desafíos para progresar y conectarse con los propios sentimientos, pensamientos y actos.

Cambio cultural Variación en la forma de vida o creencia de un grupo en la sociedad.

Campaña Conjunto de actividades planificadas que utilizan medios de comunicación para promover un mensaje o una idea, dirigidas a una audiencia específica y por un tiempo determinado.

Colaboración Trabajo conjunto entre personas u organizaciones para completar un proyecto o desarrollar ideas o procesos.

Colectivo Agrupación de personas o instituciones que suman sus esfuerzos por una meta común, de manera sostenida.

Estrategia Conjunto de planes y acciones que se llevan a cabo con el fin de cumplir una meta o conseguir un objetivo.

Estrategia comunicacional Plan integral para posicionar un mensaje en una audiencia o público específico.

Evidencia Información comprobada que indica que una afirmación es cierta.

Tomadores de decisiones Personas que tienen la posibilidad de resolver respecto a un tema.

Transformación social Cambio de la sociedad en general con relación a una creencia o forma de vida.

Vocería Rol que se encarga de comunicar las ideas y acciones llevadas a cabo por un grupo en el marco de un plan de incidencia.

Entendiendo estos conceptos, llegó la hora de empezar. Las dudas se irán resolviendo página a página. **¡Ánimo y atención!**



¿Cómo empezar?



1

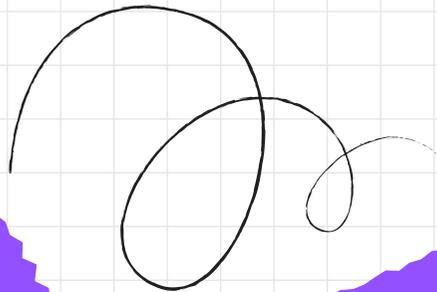
Reconocer tus fortalezas y habilidades

Antes de comenzar cualquier proyecto, es necesario saber con qué contás, cuáles son los recursos que tenés para enfrentar los desafíos que vienen.

Quizá parezca obvio, pero el primer recurso y el más valioso que tenés sos vos, con todas tus experiencias y habilidades. Es momento de mirar hacia dentro y explorar qué cosas sentís que te ayudan a definirte. Conocerse no solo te ayudará a crecer personalmente, sino también a tener seguridad en las habilidades que aportás a tu equipo.

Autoconocimiento

Hay muchas maneras de trabajar el autoconocimiento y todas se basan en la **reflexión**. Acá te proponemos algunas preguntas que te pueden servir para concentrarte en vos.



¿Cómo te sentís ahora mismo?

¿Podrías decir dos capacidades o talentos que creés que tenés?

Si escribieras tu autobiografía, ¿en qué capítulos dividirías el libro?

¿Cómo te describiría tu mejor amigo/a?

¿Cuánto influye en vos lo que piensan los demás?

¿A qué le tenés miedo?

¿Qué es lo que te hace más feliz?

¿Qué te hace sentir orgullo?

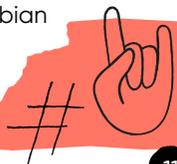
¿Te gusta investigar para entender los temas que te interesan? ¿Por qué?

¿Te sentís cómodo/a hablando frente a grupos o escribiendo para llegar a otras personas?

¿Cómo te gustaría estar dentro de cinco años?

Recordá que tus gustos, tus ideas y tu percepción sobre vos cambian con el tiempo, se complementan con los nuevos aprendizajes y evolucionan, ¡como todo en la vida!

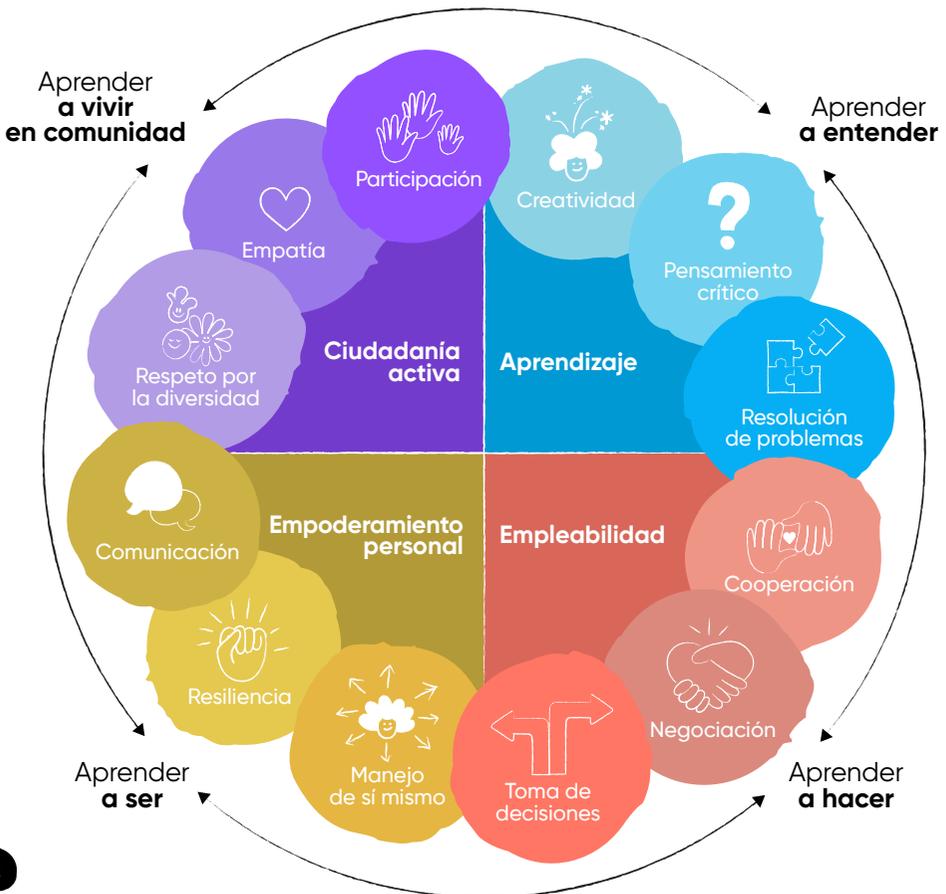
Cuidate y concete siempre en todas tus versiones.



Fortalecer tus habilidades y las de los demás

Todas las personas tenemos habilidades que nos sirven para desarrollarnos y adaptarnos a los distintos contextos de la vida. En algunas destacamos más que en otras, pero la buena noticia es que en todas podemos entrenarnos y avanzar.

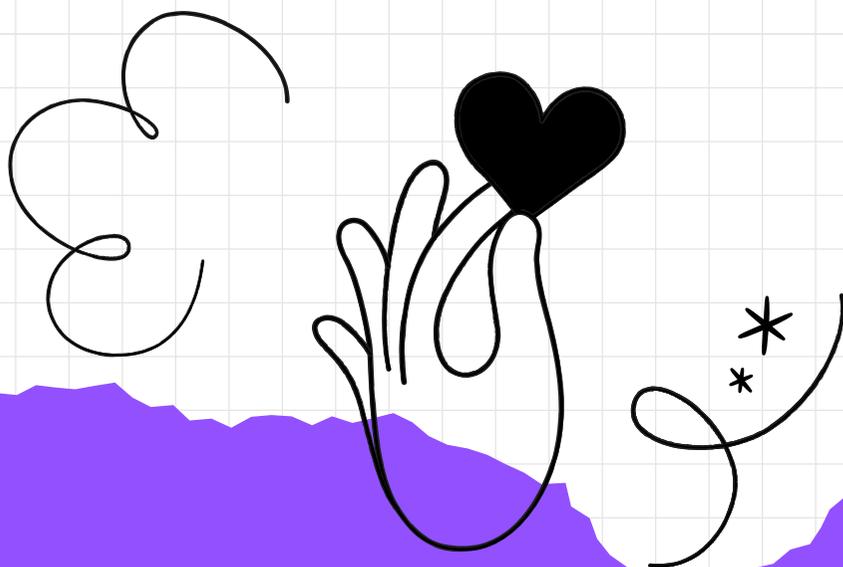
Esta rueda te presenta una propuesta con 12 características que llamamos **habilidades transferibles**. Estas habilidades se complementan; ninguna es más importante que la otra.



Se llaman *transferibles* porque, una vez que las tenés, podés transferirlas a distintos aspectos de la vida.

Por ejemplo:

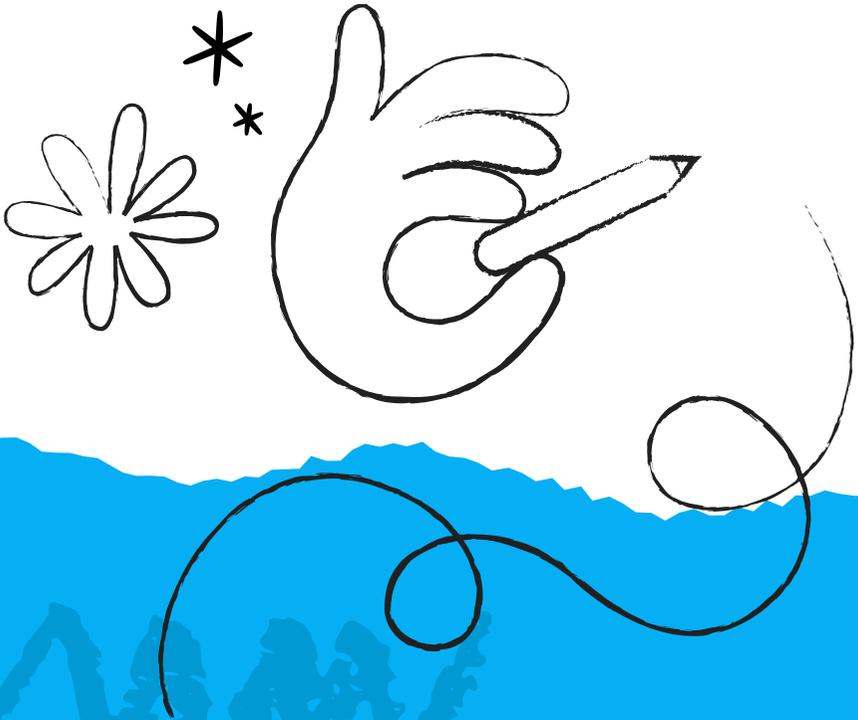
- Si practicás la **empatía** en tu familia, podrás ser empático con tus compañeros del liceo o incluso con las personas que no conocés.
- Si has trabajado la **cooperación** al desarrollar proyectos con tu grupo, te será fácil trabajar en equipo para estudiar, en el trabajo, en todo lo que emprendas.



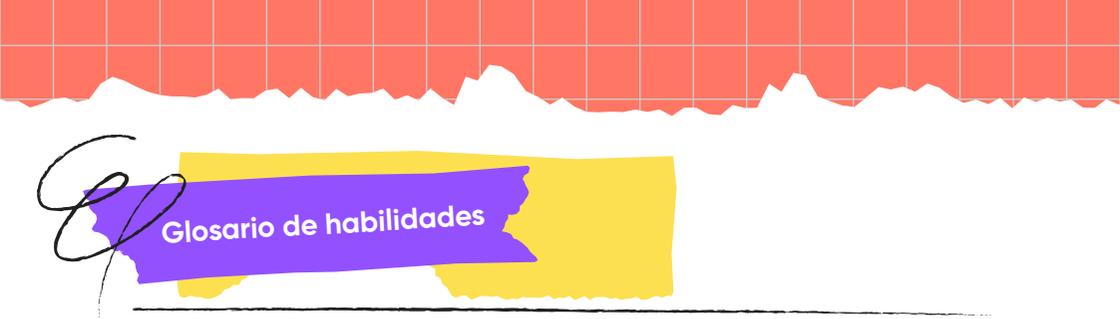
Creá tu propia marca de habilidades

- Del 1 al 4, **autoevalúate** en torno a cuánto creés que has desarrollado cada una de estas habilidades hasta ahora.
- Si no entendés algún concepto, mirá el glosario al final de la tabla.
- Analizá dónde estás, sin modestia ni **síndrome del impostor**.

Es un fenómeno psicológico (tristemente común) por el que las personas dudan de sus propias habilidades y sienten que no merecen sus logros.



	1 Se me hace difícil	2 Ni fu ni fa	3 Me manejo bien	4 Soy un/a genio/a
Creatividad				
Pensamiento crítico				
Resolución de problemas				
Cooperación				
Negociación				
Toma de decisiones				
Manejo de mí mismo/a				
Resiliencia				
Comunicación				
Respeto por la diversidad				
Empatía				
Participación				



Glosario de habilidades

Comunicación Intercambio de información y significados para alcanzar un entendimiento en común.

Cooperación Trabajo con otros por un propósito común.

Creatividad Capacidad de tener ideas y pensamientos innovadores o ingeniosos y de aplicarlos de manera original.

Empatía Capacidad de comprender los sentimientos del otro, poniéndose en su lugar y sin juzgar.

Manejo de sí mismo Capacidad de regular las emociones, los sentimientos y los impulsos.

Negociación Comunicación para llegar a acuerdos sobre intereses distintos.

Participación Intervención en procesos, decisiones y actividades.

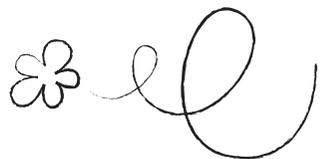
Pensamiento crítico Capacidad de evaluar y cuestionar un hecho y de hacerse preguntas que amplíen la mirada.

Resiliencia Capacidad de responder o adaptarse a la adversidad o a la tensión y salir adelante constructivamente.

Resolución de problemas Capacidad de identificar un problema, idear una solución y aplicarla o hacer que ocurra.

Respeto por la diversidad Reconocimiento de la individualidad y las diferencias de cada uno.

Toma de decisiones Selección de una opinión o una acción entre varias alternativas.



2

El poder del colectivo y el trabajo en equipo

La participación y la incidencia van de la mano con el trabajo en equipo. Lograr cambios depende de nuestra capacidad de entendernos y realizar proyectos en conjunto.

Aunque no siempre es fácil, **trabajar en equipo es la clave.**

Al juntarte con otros podés abordar proyectos más grandes y complejos, la responsabilidad se comparte y te entretenes más que cuando estás solo o sola.

Y no te olvides, además, de que la participación y lo colectivo son aspectos fundamentales para ejercer la ciudadanía e incidir en la manera en que nos organizamos como sociedad. Nadie cambia el mundo solo.

¡Cuantos más seamos, mejor! Incluso nuestro equipo puede formar parte de una red en la que haya muchos colectivos trabajando juntos, para así potenciar aún más nuestra causa.

«Es fundamental fomentar el ámbito social para unirnos en colectivos y ser más fuertes a la hora de tener una voz. Hay que generar conciencia del poder generacional que tenemos y la potencia de ser jóvenes en este mundo...»

Mateo, 17 años

Ideas que te pueden ayudar a mejorar el **trabajo en equipo:**

- 1 Tener roles claros, adecuados y funcionales al tamaño y las características del equipo.
- 2 Pasarlos bien.
- 3 Cuidar la confianza del equipo cumpliendo nuestros compromisos.
- 4 Mantener acuerdos de convivencia y valores del grupo.
- 5 Sacarles provecho a las reuniones, sin perder el foco y manteniendo la participación activa.
- 6 Buscar otros grupos que trabajen por la misma causa y conectar con ellos.
- 7 Pueden pensar acciones juntos o simplemente apoyarse en lo que hagan.
- 8 Establecer prioridades, horarios y plazos entre todos.
- 9 Tener claros los objetivos y las metas del grupo.
- 10 Procurar tener buena comunicación entre todos.

**Escribí aquí tus propias ideas
para trabajar bien en equipo**

En el trabajo de equipo es importante tener claros los roles y las tareas de cada uno.

Los proyectos pueden ser dinámicos y flexibles, por lo que es usual que los roles cambien. Así, lo que te toca hacer para una iniciativa puede ser distinto de lo que te toca en otra. También es posible que se compartan roles o tareas, es decir, que más de uno de los miembros del equipo se dediquen a una tarea específica o que a un miembro le toque desempeñar más de un rol.

Algunos de los roles o tareas que pueden darse en el grupo son:

Marcá los que tiene tu equipo

Buscar y reunir información importante para el proyecto.

Hablar en público en nombre del grupo (vocero o vocera).

Manejar las redes sociales y otras plataformas digitales para compartir información.

Crear los diseños y materiales visuales del grupo, como videos, afiches y gráficos para redes sociales.

Escribir artículos, publicaciones y otros textos importantes para el grupo.

Participar en actividades, animar eventos, armar los espacios y hasta pensar en las comidas cuando se juntan.

Generar acuerdos y alianzas con otras organizaciones en nombre del grupo.

Encargarse de la administración o la búsqueda de financiamiento, si es que el grupo maneja algún fondo económico.

Organizar y planificar eventos y actividades para el grupo.

¿Se te ocurren otros roles o tareas que pueden darse en el grupo?

Pensando en la lista anterior, resumí aquí los roles y tareas más usuales en tu equipo. Luego identificá dónde te ha tocado aportar más frecuentemente y dónde (según tus habilidades y preferencias) te gustaría aportar en el futuro.

Tareas y roles usuales en mi equipo	¿Aporto frecuentemente en esta tarea? ¿Cómo?	¿Me gustaría tener este rol en el futuro? ¿Por qué?

Fortalecer el trabajo en equipo no significa que descuides el trabajo individual. Trabajar solo o sola también es necesario y tal vez hasta sientas que se te da mejor. Sin embargo, verás que una cosa no quita la otra y que todo vuelve a lo colectivo.

Por ejemplo, si tenés que hacer una tarea que implique mucha investigación, será mejor que dividas los temas en el grupo y que cada uno trabaje individualmente.

¿Qué se te da mejor a vos?

Contestá estas preguntas con **sí o no** y fijate hacia dónde se inclina tu balanza o si estás nivelado.

Al trabajar en equipo		Al trabajar individualmente	
¿Soy una persona amable y considerada con los demás?		¿Creo en mi capacidad y tengo confianza en lo que hago?	
¿Creo que las opiniones y las críticas me aportan?		¿Me gusta concentrarme y trabajar sin interrupciones?	
¿Me gusta sentirme parte de un colectivo?		¿Tengo disciplina personal para trabajar y cumplo a tiempo?	
¿Adhiero a las reglas de los grupos en que participo?		¿Pienso en los objetivos del proyecto y del grupo?	
¿Estoy dispuesto a estar presente cuando se necesite?		¿Entiendo que mi trabajo debe complementarse con el de otros?	

3

Elegir un problema, analizarlo y actuar

Herramientas para enfocar un problema

Elegir bien el problema es fundamental. Se trata de algo que nos afecta como grupo y comunidad, que nos motiva a organizarnos para cambiarlo y que nos moviliza racional y emocionalmente.

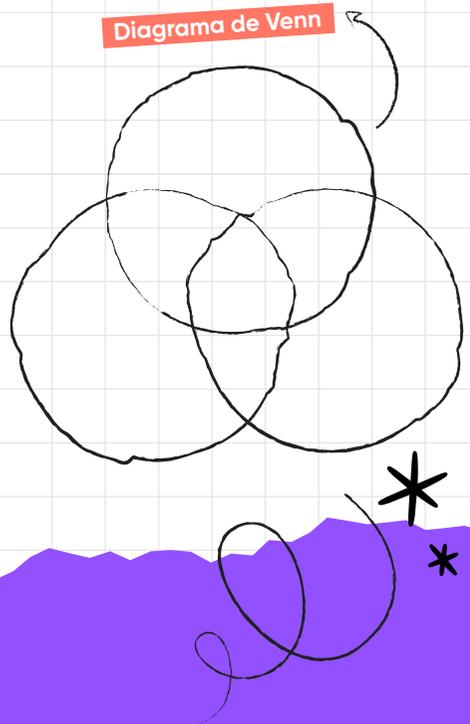
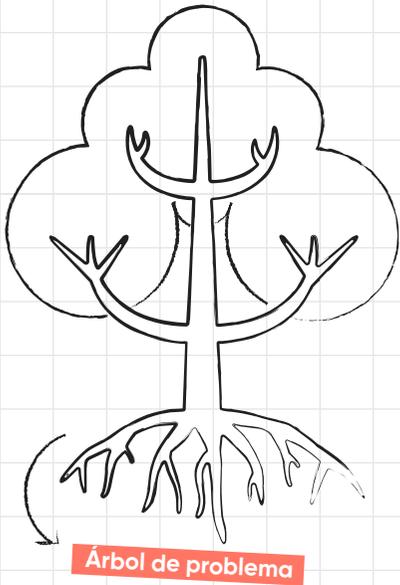
¿Te preguntaste por qué te mueven determinados proyectos? ¿Por qué te interesan algunos temas?

Buscá un lugar tranquilo y animáte a contestar estas preguntas. También podés analizarlas con tu equipo y ahondar en el problema que abordan en conjunto.

<p>¿Qué problema te preocupa? ¿Qué no te gusta de tu entorno?</p>	
<p>¿Cómo te hace sentir? ¿Por qué te importa?</p>	
<p>¿Hay más personas con esta preocupación? ¿Quiénes y dónde?</p>	
<p>¿A quiénes afecta este problema? ¿Cómo podría afectar al mundo?</p>	
<p>¿Dónde está la injusticia en esto? ¿Qué derechos no se están respetando?</p>	
<p>¿A quién más debería importarle este tema? ¿Por qué?</p>	

Resolver los problemas requiere acción. Aquí te presentamos tres herramientas básicas que pueden aplicarse al análisis de **cualquier problema** y a la planificación de **todas las acciones**.

Como todas las herramientas, pueden modificarse y adecuarse a la forma en que se quiera trabajar. A veces los esquemas y los mapas hacen que nuestro pensamiento sea rígido. No caigas en la trampa y hacé que las herramientas trabajen para vos y no al revés. Verás que conocerlas te ayudará a ordenar las ideas.



Árbol de problema

Para profundizar en la situación que queremos mejorar podemos usar un árbol del problema, que nos sirve para identificar un problema central y analizar por qué y cómo ocurre.

Empezamos por **identificar el problema** y lo escribimos en pocas palabras en el tronco del árbol. A continuación, nos centramos en pensar las **causas** y las anotamos en las **raíces**. Terminamos formulando las consecuencias que identificamos y cómo se manifiestan en nuestro entorno, y las anotamos en las **ramas**.

Este ejercicio ayuda también cuando ya tenés un proyecto, para organizar o priorizar las acciones.

El tronco del problema

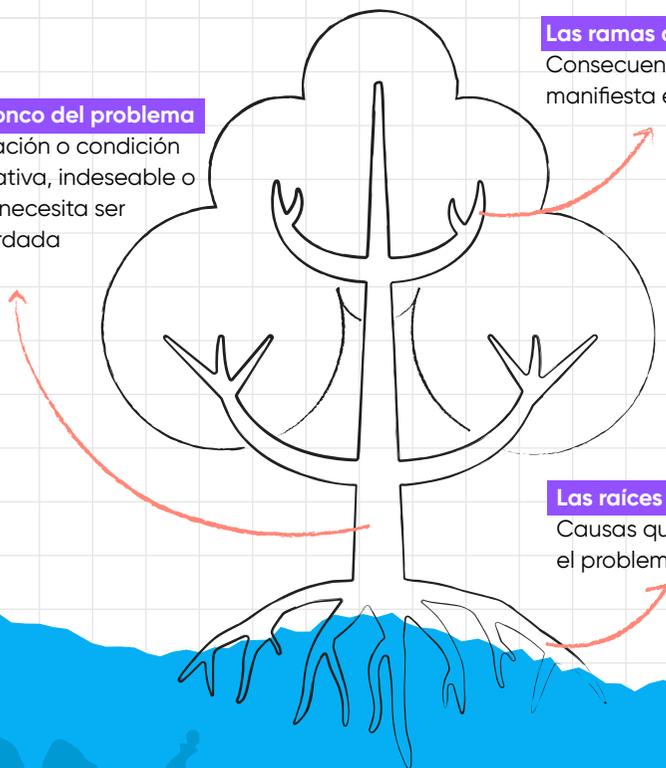
Situación o condición negativa, indeseable o que necesita ser abordada

Las ramas del problema

Consecuencias, cómo se manifiesta el problema

Las raíces del problema

Causas que hacen que el problema exista



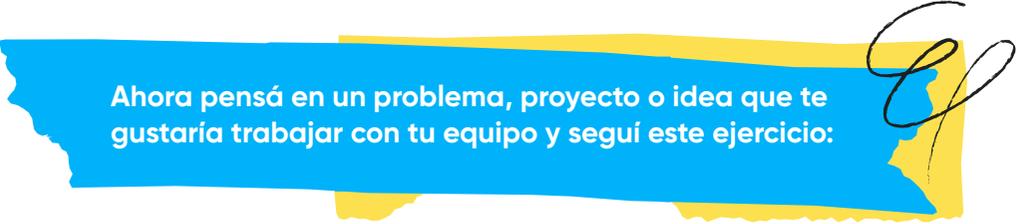
Cuando empieces a pensar en causas y consecuencias, notarás que el tronco del problema cambia. Eso es bueno y pasa porque el problema se va situando y definiendo mejor.

Un ejemplo:

- El problema es que se utiliza muy poco la bicicleta como medio de transporte. 😞
- Pero ¡atención!: el problema puede ser que no hay suficientes ciclovías, y la consecuencia es que la gente no se siente segura usando la bicicleta. Si este es el caso, la solución es que se construyan más ciclovías seguras en la ciudad. 😊

**Ahora pensemos en problemas más globales.
A partir del problema propuesto, rellena a tu manera
los espacios que faltan:**

			
	<p>Muchos adolescentes con angustia y estrés en los centros educativos</p>	<p>Poca participación estudiantil en los centros educativos</p>	<p>Comunidades sin preparación para enfrentar desastres naturales</p>
			



Ahora pensá en un problema, proyecto o idea que te gustaría trabajar con tu equipo y seguí este ejercicio:

- Imaginate el problema que elegiste como si fuera un árbol.
- Dibujalo en tu propia versión.
- Escribí sobre el tronco, las raíces y las ramas del problema.

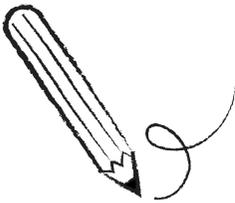


Diagrama de Venn

El diagrama de Venn es un gráfico que sirve para mostrar visualmente las relaciones entre ideas o cosas.

Es un esquema que simplifica la información y la combina para encontrar la mejor solución.

De ese modo, ayuda a tomar decisiones.

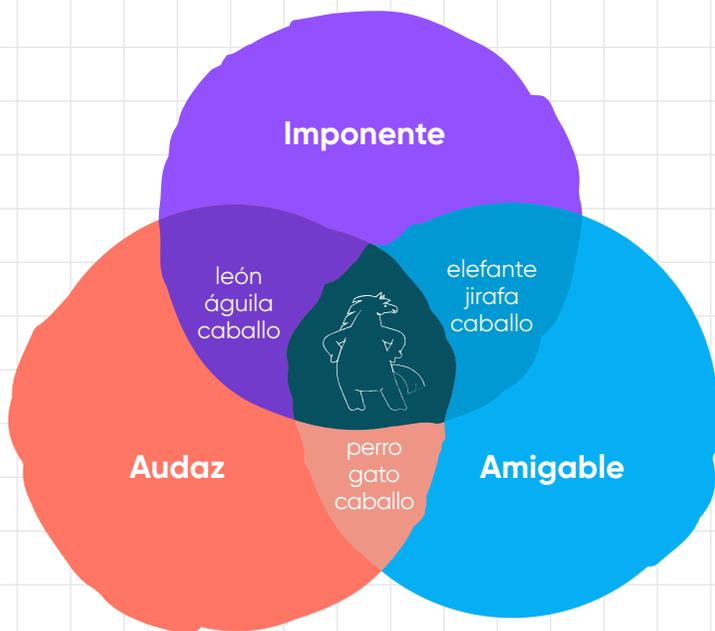
* Un ejemplo muy básico:

Con mi grupo queremos elegir un **animal** que nos represente para ponerlo en nuestro logo.

Unos creen que debe ser un animal grande e **imponente**, que represente nuestra fuerza.

Otros dicen que debe ser **audaz** y ágil como nuestras ideas y sueños.

También hay quienes pensamos que debe ser una criatura **amigable**, igual que nosotros.



Veamos este ejemplo más complejo:

Los miembros del grupo no estamos seguros, ni de acuerdo, respecto a lo que hay que hacer.

¿De qué se debe tratar nuestro proyecto?

- Algunos quieren que sea un proyecto **social**.
- Otros creen que debe ser un **emprendimiento**.
- Además, todos queremos que sea **verde y sustentable**.

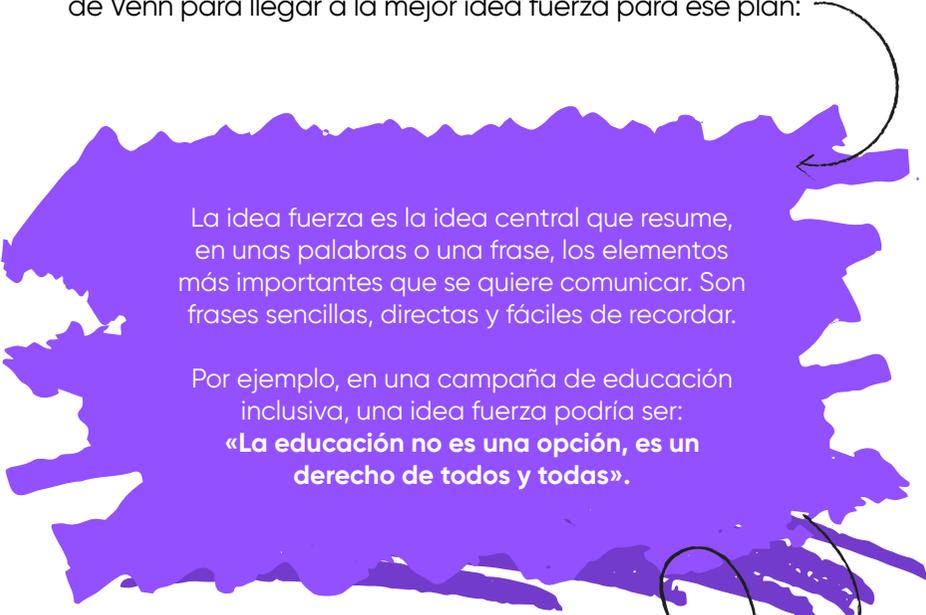
¿Qué ideas suman todo lo que queremos...?



El diagrama de Venn puede aplicarse a muchas situaciones. Con esta herramienta es posible elegir una idea en la que todos y todas estemos de acuerdo, o también indagar sobre la vocación personal.

Pensá en la siguiente situación: *
*

Con tu equipo están decidiendo cuál debe ser la idea fuerza para comunicar en su plan de incidencia. Usen este diagrama de Venn para llegar a la mejor idea fuerza para ese plan:



La idea fuerza es la idea central que resume, en unas palabras o una frase, los elementos más importantes que se quiere comunicar. Son frases sencillas, directas y fáciles de recordar.

Por ejemplo, en una campaña de educación inclusiva, una idea fuerza podría ser:
«La educación no es una opción, es un derecho de todos y todas».

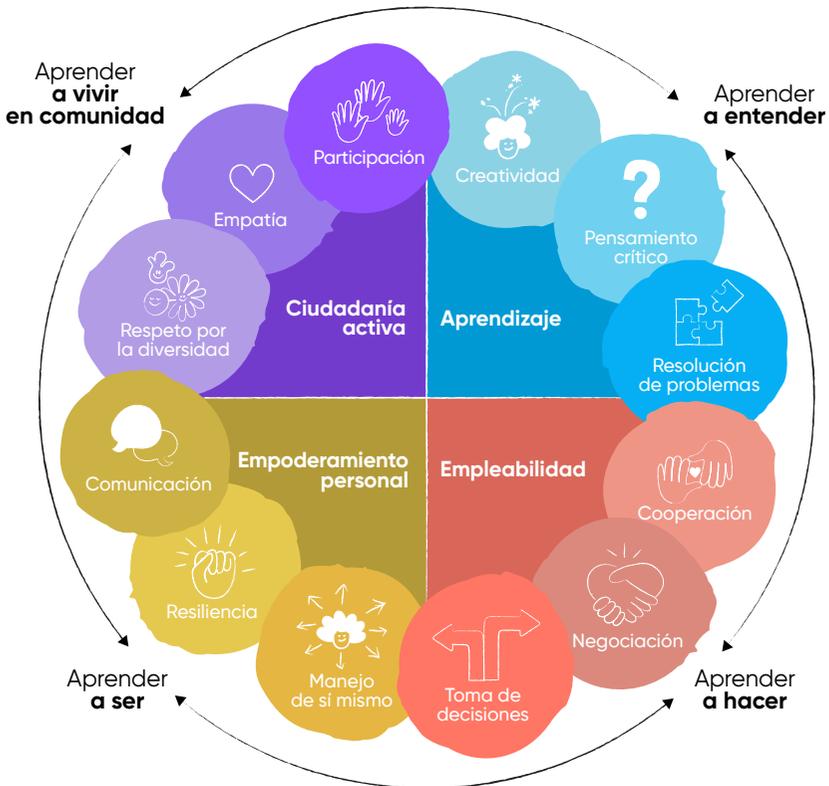


Recordá que todas las herramientas están al servicio del proyecto. Una vez que entendés su lógica, podés modificarlas y adaptarlas a tus necesidades.

El objetivo es profundizar y mejorar tu conocimiento y habilidad para manejar tus ideas y proyectos.

Antes de terminar este capítulo, te proponemos que hagas un recuento de lo que aprendiste en él.

Pensá y conversá



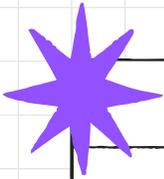
¿Te acordás de la rueda de las habilidades? Encerrá en un círculo lo que sentís que desarrollaste más durante este capítulo. ¿Cómo te sirven estas habilidades para mejorar tu trabajo en equipo?

Entre las herramientas que te presentamos (diagrama de Venn, árbol del problema), ¿cuál es la que más te atrajo y por qué? ¿Creés que te serán útiles? ¿Pensás que te ayudarán a trabajar mejor en equipo?

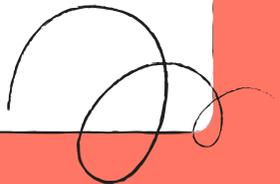
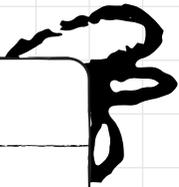
Comentá con tus amistades o familia sobre lo que aprendiste y cómo pueden aplicarlo.

Escribí tus conclusiones en la página siguiente.

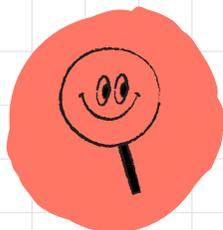




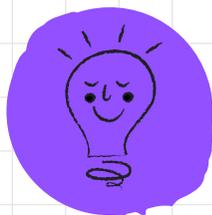
Escribí aquí tus conclusiones



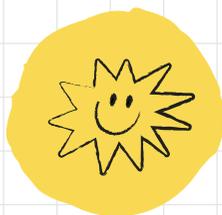
Elaborar un plan de incidencia



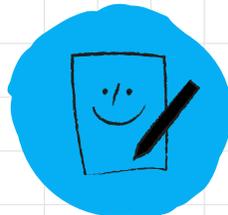
EXPLORAR



PENSAR



ACTUAR



EVALUAR

Todas las personas tenemos una historia que contar sobre el tema que nos impulsa a actuar. **¿Por qué nos moviliza este tema?**

Antes de comenzar este capítulo, intentá escribir sobre tu camino hasta ahora. Para orientarte podés usar estas preguntas:

- ¿Cómo es que mi vida, o la de alguien que conozco, se ha visto afectada por las consecuencias del tema que me moviliza?
- ¿Por qué es importante este tema?
- ¿Qué acciones he tomado en torno a este asunto? (¡Está bien que no tengas ninguna si acabás de empezar!)
- ¿De qué forma me gustaría que otras personas se involucren en la solución de este asunto en general?

Antes de empezar, conozcamos una historia que inspira para seguir trabajando en participación e incidencia:

En Uruguay, un grupo de adolescentes y jóvenes lidera la Red de Jóvenes para la Justicia Climática. Su objetivo es fortalecer su voz en las políticas ambientales y climáticas del país.

Se reúnen en talleres para entender mejor los desafíos causados por la crisis ambiental, participan activamente en consultas públicas y han dado entrevistas en medios de comunicación. Además, han logrado tener un espacio de participación con los responsables de las políticas climáticas del gobierno, donde comparten sus ideas y opiniones.

¡La Red demuestra que los adolescentes y jóvenes pueden ser agentes de cambio poderosos!

¿Qué tema trata esta historia?

¿Qué acciones llevaron adelante?

¿Qué ideas te vienen a la mente al leer esta historia?



A veces la expresión **plan de incidencia** suena demasiado grande y poco clara, pero al final de este capítulo verás que no es algo tan complejo.

Un plan de incidencia es un conjunto de estrategias que buscan contagiar una idea y provocar cambios.

No se trata de una sola acción, sino de la combinación de muchas acciones y proyectos. Esa sinergia va haciendo que la idea tome fuerza y se posicione.

El plan de incidencia es un **ciclo** de explorar, pensar, actuar y evaluar.

La idea es conocer tu tema, pensar posibles soluciones, actuar en consecuencia y evaluar para hacerlo cada vez mejor.

«La incidencia es un proceso. No podemos querer que la problemática se solucione inmediatamente; hay que tener calma y entender que no controlamos la problemática, pero sí las acciones para solucionarla...»

Joaquín, 19 años



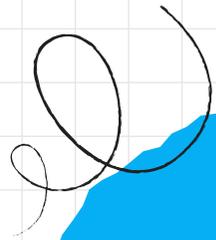
Explorar: cómo saber más sobre un tema

La primera condición para conocer más sobre algo es que el tema te interese, te guste, tenga sentido para vos y te apasione saber más sobre él.

Tu experiencia personal es importante. **¿Cómo has vivenciado el tema?** Aunque te parezca que sabés poco o recién estás empezando, tu experiencia vale y es el punto de partida para tu plan de incidencia. Eso no quita que necesites conocimientos técnicos o teóricos, pero tu experiencia te va a motivar e inspirar para seguir aprendiendo.

Por ejemplo, no tenés que ser un experto en psicoanálisis para darte cuenta de que en tu comunidad educativa hay muchas personas que necesitan apoyo en salud mental. A partir de eso podés buscar información, conocer otras experiencias, disponerte a aprender y pensar ideas de manera empática.

Conocer más de un tema no implica tener todas las respuestas, pero sí saber o aprender cómo buscarlas para encontrar soluciones.



Pensá en tres temas o causas que te apasionen y luego evaluá los conocimientos y experiencia que tenés en ellos.

¿Se te ocurren soluciones?

Tema 	Conocimientos 	Experiencia 	Soluciones 

Al **explorar el tema** te encontrás con las preguntas esenciales que resuenan de los capítulos anteriores:

- ¿De qué se trata esto?
- ¿Cuál es el problema?
- ¿Por qué se produce?
- ¿Qué cosas influyen en que siga ocurriendo?
- ¿Cuáles son sus consecuencias?

Espacio para escribir

Blank area for writing.

La clave en la exploración es la **investigación**. Para tener un panorama real sobre el tema, es necesario profundizar y saber qué se ha escrito o dicho de él.

Hagamos este ejercicio de investigación aplicándolo a tu tema o causa:



¿Dónde obtuve la información que tengo?

Recordá la primera vez que supiste del tema. ¿Dónde leíste o quién te dijo? Allí podrías empezar a investigar.

¿Dónde puedo encontrar más información?

Buscá más información en internet y en otros medios. Asegurate de que sea de fuentes confiables.

¿Con qué personas puedo hablar sobre esto?

Conversá acerca de tus hallazgos con personas interesadas en el tema. Complementá tus opiniones.

¿Existen políticas, proyectos o iniciativas vinculados al tema?

Investigá sobre la normativa y las posibles iniciativas que tengan que ver con el tema.

Mientras hacés lo anterior, **reuní evidencia** y llevá un cuaderno, una bitácora digital o audios para guardar la información importante. Así ordenás tu investigación.

Una buena parte de tu investigación la harás por internet, por lo que debés asegurarte de explorar en sitios confiables y precisos.

A continuación, algunas preguntas que debés hacerte al enfrentarte a la investigación en internet:

Quién. ¿Quién publicó la información? ¿Por qué la publicaron? ¿El autor tiene experiencia directa en el tema?

Qué. ¿Cuál es la idea principal del contenido? ¿Las afirmaciones están respaldadas por pruebas?

Dónde. ¿Dónde encontraste la información? Examiná la fuente de tus datos y asegurate de que sea confiable. En la web, buscá sitios oficiales, con dominios como .gub/gov, .edu u .org.

Cuándo. ¿Cuándo fue escrita la información? Asegurate de que los datos continúen siendo relevantes, estén actualizados o se proporcione contexto si se trata de datos históricos.

Por qué. ¿Cuál fue la razón de la publicación de este contenido? Tratá de identificar las motivaciones o el propósito detrás de la información y analizá si parece parcial o tendencioso.

Pensar: planificar y analizar estrategias

Ya exploraste el problema, tenés los conocimientos suficientes y evaluaste tu experiencia. Llegó el momento de seguir avanzando en el plan de incidencia y analizar estrategias para encontrar soluciones.

Lo primero que hay que preguntarse es: **¿Quién toma las decisiones?** ¿Quiénes pueden influir, atenuar o empeorar el problema? ¿Quiénes pueden apoyar en la generación de cambios?

Un ejemplo:

El problema en tu centro educativo es que no hay un espacio de participación e incidencia para los estudiantes. En este caso, es posible identificar dos actores: las autoridades del centro, que podrían generar, promover o habilitar espacios de encuentro y escucha con los y las adolescentes, y tus compañeros, que, aunque todavía no lo hagan, podrían participar si se les presenta la oportunidad adecuada.

¿Se te ocurre algún otro actor que forme parte de esta problemática?



La siguiente tabla permite analizar qué hacer para que algunos actores clave les presten atención a vos y a tu equipo.

Subrayá los elementos de la tabla que tengan sentido con el ejemplo anterior.

Actores clave	¿Quiénes son?	¿Cómo contactarlos?	¿Qué hacer para llegar a ellos?
Instituciones	<ul style="list-style-type: none"> • Oficinas gubernamentales • Autoridades 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación tradicionales • Sitio web • Reuniones personales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pedir reuniones • Mandar cartas • Organizar encuentros con varios actores
Organizaciones de la sociedad civil / ONG	<ul style="list-style-type: none"> • Fundaciones • Corporaciones • Proyectos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web • Reuniones personales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pedir reuniones • Enviar correos
Jóvenes que no participan	<ul style="list-style-type: none"> • Personas de entre 14 y 29 años • Compañeros del centro educativo • Amigos y conocidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Eventos públicos • Encuentros de amigos 	<ul style="list-style-type: none"> • Activar las redes sociales • Organizar un evento original • Hacer una campaña en el centro educativo

«La incidencia sirve para cambiar y dar nuevos puntos de vista sobre un tema. Podés comenzar a practicarla en tu secundaria opinando sobre temas que te generen interés...»

Lautaro, 17 años

Llegó la hora de **planificar** tus acciones y hay muchas maneras de enfrentar un proyecto, pero lo que tienen en común es que se trata de **dar un orden a las acciones y hacer que las cosas ocurran eficientemente**.

Aquí te proponemos siete claves para planificar:

Acción o proyectos a desarrollar

- 1. Tareas.** Definir y especificar –una por una– todas las tareas necesarias para llevar a cabo el proyecto o la acción. ¿Qué tareas debemos realizar para lograr la acción?
- 2. Tiempo.** Pensar en cuánto tiempo llevará realizar todas las tareas. ¿Cuánto tiempo debería durar cada tarea que planifiquemos?
- 3. Equipo.** Tener claro el rol de cada integrante del equipo. ¿Qué responsabilidad tendrá o qué hará cada miembro del grupo?
- 4. Recursos.** Tener claro qué materiales y recursos se necesitarán. ¿Qué elementos o materiales necesitamos?
- 5. Aliados.** Indagar si existen posibles aliados para emprender la tarea. ¿Con quién deberíamos aliarnos para realizarla?
- 6. Dificultades.** Anteponerse a las dificultades para encontrar posibles soluciones. ¿Qué cosas podrían impedirnos seguir y cómo podemos resolverlas?
- 7. Resultados.** Tener muy claro qué queremos lograr y cuáles son los resultados que esperamos. ¿Qué deberíamos conseguir con esta acción?

Veamos esto a través de un ejemplo

Proyecto o acción	Campaña de voluntariado para el proyecto en el liceo
Tareas	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de frases y piezas para la campaña• Hacer las piezas (afiches, <i>flyers</i>)• Conseguir permiso del liceo para pegar afiches y entregar <i>flyers</i>• Organizar un evento para el cierre de la campaña y bienvenida de nuevos voluntarios
Tiempo	1 mes en total: 2 semanas para preparación (diseño, fabricación, permisos) y 2 para implementación y cierre
Equipo	<ul style="list-style-type: none">• Diseño y fabricación: Andrés y Luisa• Permisos: Paula• Implementación y evento: Jorge, Luisa, Paula y Roberto
Rercursos	<ul style="list-style-type: none">• Materiales para fabricar las piezas, de preferencia reciclados• Elementos para animar el evento
Aliados	<ul style="list-style-type: none">• Las autoridades del liceo, para facilitar espacios y permisos• El municipio de la localidad, que puede apoyar de distintas maneras• Locales comerciales de la zona, que pueden colaborar con materiales
Dificultades	Podría haber poco interés por el proyecto o quizás nadie lo conoce. Por eso es necesario que las piezas contengan información clara y llamativa sobre la campaña.
Resultados	20 voluntarios nuevos para el proyecto y difundir lo que hacemos.



Hacé tu propio mapa de planificación de tu proyecto



Proyecto o acción	
Tareas	
Tiempo	
Equipo	
Rercursos	
Aliados	
Dificultades	
Resultados	



Al planificar las acciones con tu equipo, tengan también en cuenta que sus objetivos sean:

Específicos	Que lo que quieren conseguir esté muy claro y sea concreto.
Medibles	<ul style="list-style-type: none">• Que el objetivo sea medible (debemos saber si se logró o no).• Usar números, cantidades, <i>si/no</i> o cualquier dato medible.
Alcanzables	Que alcanzar la meta sea posible.
Realistas	<ul style="list-style-type: none">• Que cuenten con los recursos y los medios para cumplir la meta.• Que alcanzarla sea posible.
A tiempo	Que puedan programarse para cumplir el objetivo en un tiempo determinado.

3

Actuar: hacer que las cosas pasen

Muchas veces ocurre que estás actuando por una causa sin antes haberla explorado ni pensado mucho. Pueden presentarse oportunidades de hablar con tomadores de decisiones en cualquier momento y no hay que desaprovecharlas.

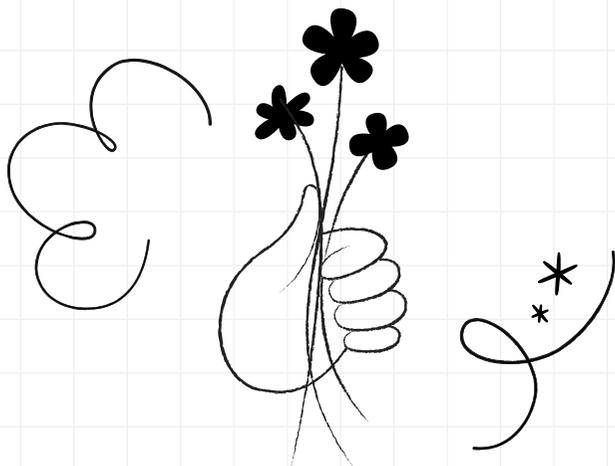
Sin embargo, a la larga, para actuar concretamente y para hacer que los cambios ocurran, se necesita más que palabras y buena suerte.

Una persona empoderada con un tema, que ha explorado sus causas y consecuencias y que además tiene un plan, es un actor muy poderoso... Si llegaste hasta acá, es porque realmente querés hacer que las cosas sucedan ¡y eso es genial!

Durante este proceso, te vas a encontrar trabajando en un proyecto, conociendo a gente que está tan comprometida como vos, queriendo cambiar las cosas para mejor.

Las acciones que lleves a cabo serán muy importantes para transmitir tus ideas y objetivos, y para que todo esto funcione necesitás organización.

¡Te guiaremos para hacer que suceda!



Antes de seguir avanzando podés revisar la información que recopilaste con tu equipo y organizarla en la siguiente tabla:



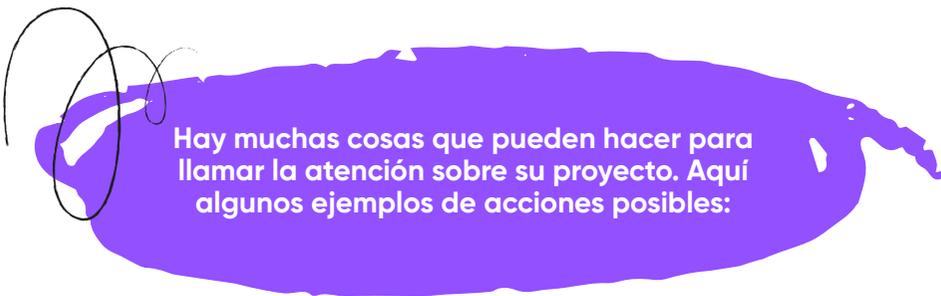
<p>Problema o preocupación central</p> <p>Breve resumen del problema principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es y a quiénes afecta? • ¿Por qué es importante? 	
<p>Antecedentes y contexto</p> <p>Descripción del entorno social y político del problema</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué acciones se han generado? • ¿Quiénes son los principales actores involucrados? 	
<p>Posibles aliados, redes y plataformas juveniles</p> <p>Personas y grupos para colaborar o aprender</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes pueden trabajar contigo? • ¿Cómo se organizarían? • ¿De quién necesitarán ayuda o apoyo? 	
<p>Posibles oportunidades y soluciones</p> <p>Visión sobre las posibles formas de abordar el tema</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué ideas tienen para lograr cambios? • ¿Hay eventos clave u oportunidades en el futuro próximo a las que puedas vincularte? 	



Actividades clave

Principales actividades necesarias para lograr tu objetivo

- ¿Qué acciones deberían llevar a cabo?
- ¿Necesitarán recursos financieros o humanos para su proyecto? ¿Cómo pueden recibir apoyo?



Hay muchas cosas que pueden hacer para llamar la atención sobre su proyecto. Aquí algunos ejemplos de acciones posibles:

- **Realizar campañas en las redes sociales.** Es una excelente manera de que el mensaje llegue al público. Utilicen los mismos *hashtags* en todos los canales y aprovechen algunos que otras personas ya estén usando sobre el tema.
- **Generar una petición de firmas.** Cuantas más firmas obtengan, más demostrarán que su campaña tiene apoyo.
- **Escribir cartas** a los tomadores de decisiones o a la gente que influye en ellos. Expliquen su objetivo y lo que quieren que ocurra.
- **Solicitar reuniones.** Incluso si es muy difícil conseguir las, traten de llegar a personas influyentes para que sepan sobre su trabajo.
- **Organizar eventos.** Esto puede ayudarlos a crear conciencia del problema dentro de la comunidad.

• **Organizar una acción de arte o exposición pública.** Esta puede ser una forma creativa y divertida de generar conciencia y entusiasmar a la gente.

• **Contactar a los medios locales,** como el periódico local o una emisora de radio, para dar a conocer su trabajo y sus ideas.

• **Organizar reuniones con otros grupos que estén trabajando el tema** los puede ayudar a juntar fuerzas, sumar ideas nuevas y llamar más la atención.

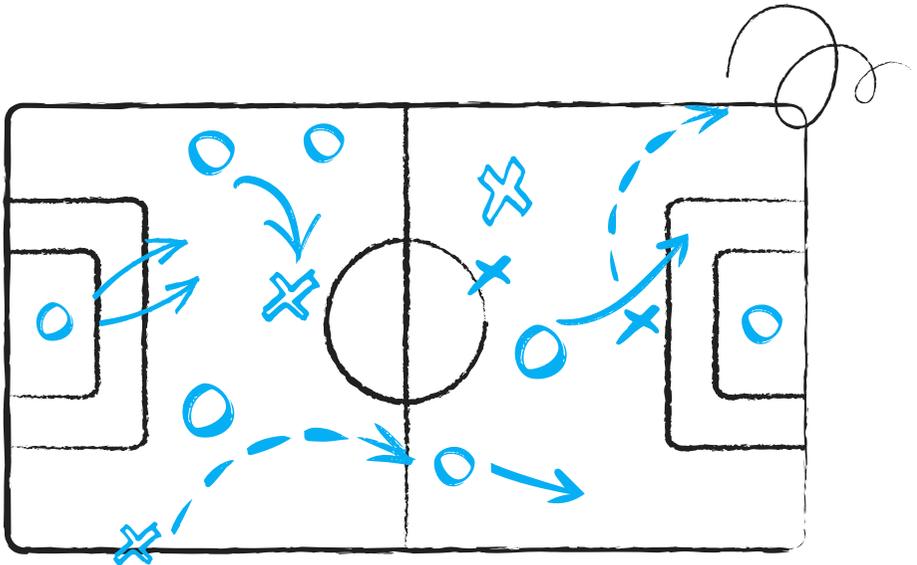
¿Se te ocurren otras?

Las acciones tienen que estar alineadas con el objetivo del proyecto. Un ejemplo muy obvio: si su causa es la defensa animal, no tiene sentido promocionarla haciendo un asado.

Veamos si se te ocurren algunas ideas de acciones en las siguientes causas:

Causa	Posibles acciones
 Cambio climático	
 Educación gratuita y de calidad	
 Salud mental adolescente	
 Basura y reciclaje	

Cada posible acción, evento o reunión que organices es parte de una estrategia para lograr tus objetivos y acercarte más a resolver el problema.



Así como en un partido de fútbol, en conjunto con tu equipo, vas haciendo movimientos para llegar al arco, en el mundo de la incidencia vas haciendo acciones para aportar a su causa.

Algunas acciones funcionan mejor que otras, pero todas son útiles para el aprendizaje. Las que no salen como se esperaba sirven para revisar, ver en qué falló y elaborar nuevas acciones. Las que son un éxito reafirman la estrategia y animan a seguir.

Se trata de lo que te gustaría que pasara, sabiendo que cada movida no es el fin del juego y que todas las acciones aportan de una manera u otra a los objetivos.

Para hacer más precisa tu planificación y ordenar el listado de acciones y tareas, podés usar una **carta Gantt**.

La carta Gantt es una herramienta que muestra las tareas y el tiempo que te tomará realizar cada una de ellas dentro del trabajo de un proyecto.

Es una herramienta muy conocida y sirve para hacer seguimiento del avance del proyecto.

Veámosla a través del ejemplo de la campaña de voluntariado, tomando el listado de tareas que definimos en el **mapa de planificación:**

Semanas	Mes 1				Mes 2			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseñar frases y piezas para la campaña	X	X						
Fabricar las piezas de la campaña			X	X	X			
Conseguir permiso del liceo para pegar afiches y entregar flyers					X	X		
Organizar un evento para el cierre de la campaña y bienvenida de nuevos voluntarios							X	



Seguí el ejercicio y ahora hacé una carta Gantt para ordenar en el tiempo las tareas que definiste.

	Mes 1				Mes 2			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4

De las herramientas que vimos hasta ahora en la guía, **¿se te ocurre qué otra se podría usar en esta etapa?**



Evaluar: revisar, aprender y volver a empezar

Evaluar significa **revisar y valorar lo hecho**. ¿Hasta dónde llegamos? ¿Cómo nos sentimos con lo que logramos? ¿Lo pasamos bien? ¿Cumplimos con lo que dijimos que haríamos? ¿Cómo mejorar la próxima vez?

Las respuestas a esas y otras preguntas nos ayudan a seguir adelante. Volveremos a planificar y a generar nuevas estrategias y acciones, pero ahora con más información y experiencia y más seguros de nosotros mismos.

A pesar de que la evaluación es una etapa del proceso, es importante saber que estamos tomando decisiones y evaluando continuamente, ¡hasta sin darnos cuenta! La evaluación es una oportunidad de crecimiento y es importante hacerla siempre, incluso cuando todo sale bien.

Recordá que al evaluar no se termina el trabajo; es necesario dar **seguimiento** a lo que has hecho, actualizar los datos y hacer retroalimentación a las personas que trabajaron contigo para seguir accionando.

En este sentido, algunos consejos:

- Cuando asistas a eventos o te reúnas con alguien, asegurate de anotar sus datos de contacto (número de teléfono, correo electrónico o usuario en redes sociales) o pedí una tarjeta de presentación. También podés anotar su rol o vinculación con el tema.
- Organizá tus contactos en algún lugar, ya sea en un papel o de manera digital. Tomá nota de dónde interactuaste con cada persona e incluí comentarios sobre lo que discutieron y cómo podrían colaborar en el futuro.



- Envió un mensaje de cortesía el día después de conocer a alguien para agradecerle la reunión y asegurarte de que tiene tus datos de contacto.
- Da retroalimentación a todas las personas que te hayan ayudado en tu proceso. Es fundamental mantener a tus contactos informados sobre tu progreso, incluidos tu equipo y aquellos que te apoyan en línea.

Evaluá cómo está resultando el plan de incidencia y contestá estas estas preguntas con tu equipo:

¿Qué querían que pasara?	¿Qué sucedió realmente?	¿Qué funcionó?	¿Cómo lo sabemos?
¿Qué no funcionó?	¿Qué podemos cambiar la próxima vez?	¿Qué no sabemos?	¿Cómo podemos saberlo?

Hacé un resumen de lo que viste en este capítulo y revisá las claves que te propusimos para explorar, pensar, actuar y evaluar.

Explorá	¿Cuál es el tema de tu interés para la incidencia?	
	¿Cuáles son tus conocimientos y qué nueva evidencia encontraste al explorar el tema?	
Pensá	¿Quién o quiénes toman las decisiones sobre el tema?	
	¿Cómo llegamos a ellos?	
Actuá	¿Qué queremos lograr?	
	¿Qué acciones priorizamos?	
Evaluá	¿Sucedió lo que queríamos?	
	¿Qué podemos cambiar o incluir para la próxima vez?	

Llegamos al final de este capítulo en el que hicimos un viaje por tu plan de incidencia.

Empezamos **explorando** el problema y luego **pensamos** estrategias y planes para abordarlo. Vimos cómo enfrentar el momento de **actuar**, preparando nuestro discurso y alistando las tácticas, para terminar **evaluando** lo que hicimos y viendo cómo mejorar en el futuro.



Pensá y conversá

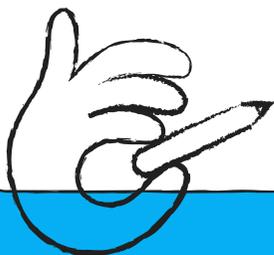
¿Lograste comprender mejor de qué se trata un plan de incidencia?

Pensá cómo podrías explicarles a otros qué hacer para trabajar un proyecto de incidencia y conversá con tus amigos acerca de por qué es importante explorar, pensar, actuar y evaluar.

Escribí tus conclusiones en la página siguiente. →



Escribí aquí tus conclusiones



Comunicación

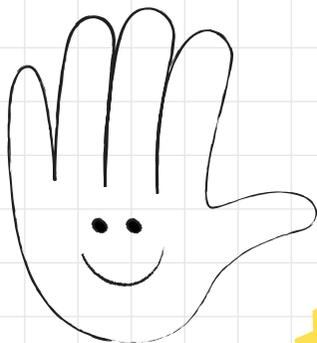


La comunicación es un elemento fundamental a la hora de hacer que tus ideas influyan y sean tomadas en cuenta por otras personas. Para incidir es necesario que los demás conozcan y entiendan tus motivaciones para impulsar una causa.

En primer lugar, debes ser consciente de que la comunicación no se limita a tu expresión o la de tu equipo, sino que también abarca el mensaje que quieren transmitir y a las personas que lo reciben. Por mucho talento que tengan para expresar, si el mensaje no es contundente y quienes lo escuchan no lo entienden, el esfuerzo no va a llegar a buen puerto.

Para que la comunicación sea efectiva, es necesario tener en cuenta sus elementos: emisor, canal, mensaje, receptor y contexto.

Para refrescar estos conceptos, desarrollá los siguientes ejercicios.





Uní con una línea los conceptos y su definición:

receptor

La información que se transmite. Es el conjunto de ideas, sentimientos o acontecimientos expresados por el emisor.

emisor

El entorno y las circunstancias en que se produce la comunicación.

canal

Las personas que reciben el mensaje. El público o la audiencia a quien el mensaje se dirige.

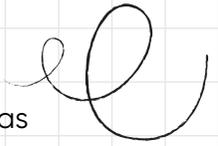
mensaje

La persona que transmite el mensaje.

contexto

El medio físico por el que se transmite el mensaje, como internet, teléfono, etc.





¿Qué elementos de la comunicación encontrarás en las siguientes oraciones? Tené en cuenta que no tienen por qué estar todos los elementos presentes.

La presidenta anuncia por televisión que subirán los impuestos.

emisor

mensaje

receptor

canal

contexto

Jóvenes comunican en sus redes sus pedidos y compromisos frente a la crisis climática.

emisor

mensaje

receptor

canal

contexto



Grupo estudiantil presenta petición para implementar talleres de salud mental en los liceos.

emisor

mensaje

receptor

canal

contexto

Te daremos algunas claves para mejorar tu mensaje y hacer que tu comunicación sea más efectiva y concreta a la hora de enfrentar medios y **audiencias.**

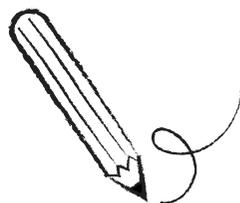


Las audiencias son el público que interactúa contigo a través de un medio de comunicación. Son el receptor de tu mensaje. Por ejemplo, son las personas que ven tus redes sociales, te ven en la tele, escuchan tu discurso en la radio o participan en tus actividades.



Antes de seguir leyendo pensá:
¿cómo comunicás hoy la causa en la que participás?

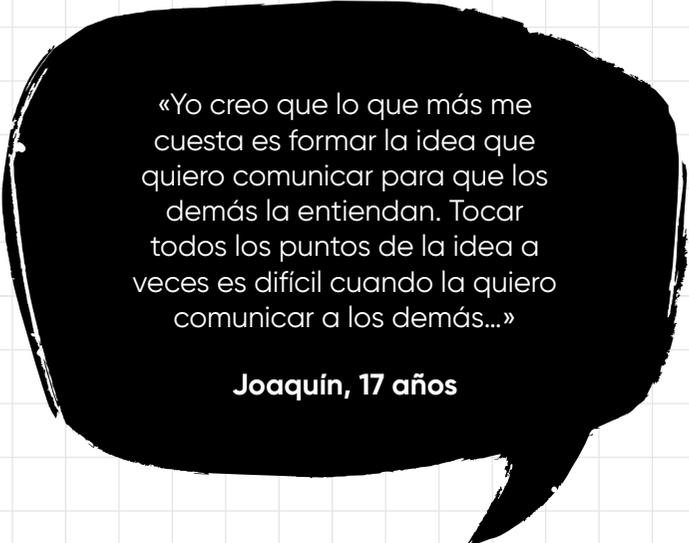
Escribí aquí lo que dirías si un importante canal de televisión o una radio nacional te diera un minuto para hablar sobre esta causa y comunicarte con una gran audiencia.



Construcción del discurso

No es lo mismo mensaje que discurso. El mensaje es la información que querés transmitir y el discurso es la forma en que lo decís.

Concretamente: el discurso es el conjunto de palabras e ideas que usás para comunicar tu mensaje de forma pública.



«Yo creo que lo que más me cuesta es formar la idea que quiero comunicar para que los demás la entiendan. Tocar todos los puntos de la idea a veces es difícil cuando la quiero comunicar a los demás...»

Joaquín, 17 años

El objetivo no solo es informar, sino también convencer y hasta cautivar a quien te escucha. Por lo general tendrás un tiempo acotado o una extensión restringida de texto.

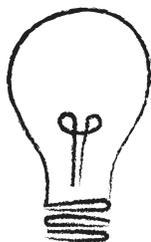
En pocas palabras o **con las palabras justas**, debés ser capaz de contar eficazmente los conceptos centrales de tu propuesta y conectar con la audiencia.

Es momento de concentrarse, porque lo que viene a continuación puede ayudarte mucho en tu activismo.

El mensaje clave es lo que necesitás decir, es la fuerza impulsora detrás de una **campana**.

Debe ser claro, simple, captar la atención y conectar con las personas para proponerles que te apoyen.

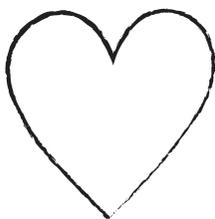
Conjunto de actividades planificadas que utiliza varios medios de comunicación para promover un mensaje o una idea, en una audiencia y un tiempo determinados.



MENTE

¿Qué querés que sepan?

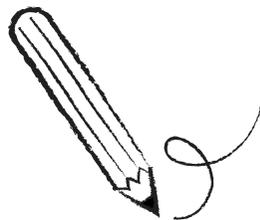
Que conozcan los hechos concretos, datos y cifras. Mostrar el problema y las soluciones.



EMOCIÓN

¿Por qué debería importarles?

Apelar a sus intereses y emociones; podés mostrar historias de personas y sus experiencias.



ACCIÓN

¿Cómo pueden aportar a la causa?

Qué esperás que pase.Cuál es tu invitación o propuesta para la acción.

Aplicalo a tu proyecto:

Al diseñar tu discurso, y pensando en que siempre querés apelar a que tu audiencia se comprometa en mente, emoción y acción, hay tres ideas clave que no deben faltar: tu experiencia, la evidencia y el llamado a la acción.





Tu experiencia

A veces podés pensar o te pueden hacer creer que por ser joven no tenés experiencia o no sabés lo suficiente.

Confía en tu instinto y en lo que has andado, en tu talento y en la pasión que has puesto en tu proyecto.

Tené seguridad en lo que decís y confianza en tus datos y en el proceso de reflexión y análisis que has hecho. Si vos no estás convencido de tus propias ideas, difícilmente convencerás a alguien.

En tu discurso tenés que incluir tu toque personal, tu experiencia con lo que estás contando. ¿Por qué te interesó? ¿Qué estás haciendo al respecto? ¿Cómo te afecta o por qué creés que afecta a los demás? ¿Por qué te gusta este tema?

Espacio para escribir



La evidencia

No solo es acerca de tu opinión o tu experiencia; tu mensaje también debe incluir **evidencia**, datos concretos y comprobables de por qué es necesario movilizarse en torno a la causa.

Pueden ser datos estadísticos o noticias confiables que le den a tu discurso un sustento **más allá de tu propuesta**.

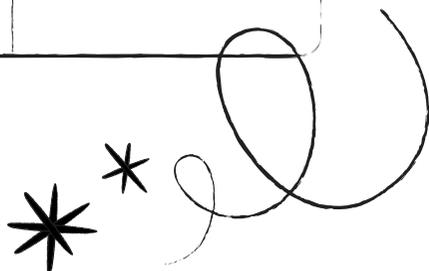
Aquí un par de ejemplos de evidencia en torno a temas o causas:

Tema	Evidencia	Fuente
 EQUIDAD DE GÉNERO	«Una de cada tres mujeres ha sufrido violencia física y/o sexual en el mundo»	Organización Mundial de la Salud (OMS)
 CAMBIO CLIMÁTICO	«El calentamiento actual está ocurriendo a un ritmo no visto en los últimos 10.000 años. Su razón es el aumento de los gases de efecto invernadero, derivado del dióxido de carbono producido por la intervención humana»	National Aeronautics and Space Administration (NASA)

Observá que la evidencia que mostramos es simple, con datos concretos, fáciles de entender y de recordar, y de fuentes confiables. No necesitás abrumar con cifras; es más, si te excedés en eso, posiblemente la atención de tu audiencia se desvíe del foco.

Investigá un poco sobre qué **evidencia podría ser interesante incluir en tu discurso**. Recordá que puede ser global, nacional o local, siempre que sea comprobable y de una fuente segura.

Tema	Evidencia	Fuente





¿Cómo identificar una fuente confiable?

- Si es web, verificar que provenga de sitios serios y que su dirección URL comience con https://. (SSL)
- Que tenga referencias (fecha, autor, actualizaciones, extensiones).
- Observá la ortografía, la calidad de la redacción y la diagramación. Los errores le quitan credibilidad.
- Si no estás seguro, no lo reproduzcas.

El llamado a la acción

Un buen discurso también tiene que incluir un llamado a la acción, una **propuesta concreta**. Tu audiencia debería saber qué pasos seguir y cómo apoyar la causa o involucrarse más.

Ejemplos:

«Sigán apoyando la causa y asistan a nuestra próxima reunión, el jueves a las 19...»

«Si sos adolescente o joven, ¡también podés ser parte de los cambios y empezar a actuar ahora! Postulate en...»

El llamado a la acción completa el discurso y le da coherencia porque, después de haber compartido razones y argumentos, se ofrece al público una oportunidad de ser parte y movilizarse.

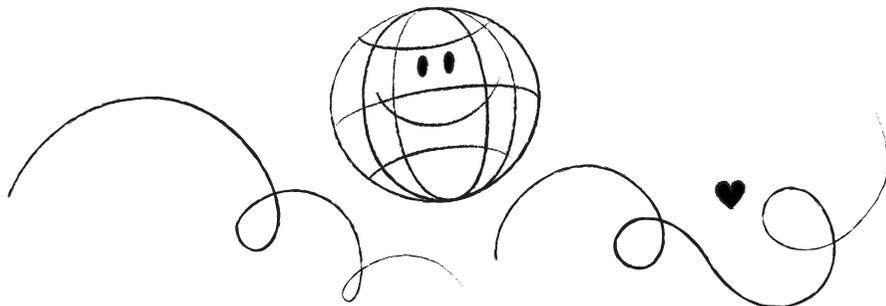
Al redactarlo hay que elegir muy bien los verbos. Preferí los de acción y que tus palabras evoquen emociones y apelen a la sensibilidad positivamente.



Pensá cómo podrías **inventar un llamado a la acción** de forma poderosa y sintética. Recordá que está enfocado en un objetivo específico. No es simplemente «informate más» o «seguí apoyando»; se trata de cómo, cuándo o dónde actuar.

Ya tenés algunos nuevos elementos para pensar en cómo comunicar la causa que han elegido. No existe una fórmula mágica para construir un buen discurso, pero, si seguís estos consejos, verás que te resulta mucho más fácil.

Fuimos desde la síntesis de tu experiencia, pasando por la evidencia respecto a la problemática, hasta llegar al llamado a la acción para inspirar y sumar más personas.



2

Audiencias y medios

La **audiencia** es el público que recibe tu mensaje. Puede estar en un auditorio, en una sala de clases, en el living de tu casa, viéndote y escuchándote a través de la pantalla de televisión, la cartelera de tu centro educativo o en las redes sociales.

Un par de consejos para acercarte a tu audiencia y conocerla:

- Pensá en las personas que ya adhieren a tu causa e identificá los puntos en común entre ellas.
- Practicá la **escucha social**, monitoreando las redes sociales de las personas y organizaciones que tienen que ver con el tema o proyecto.

Una buena forma de incorporar a la audiencia en tu discurso es **hacerle preguntas** para invitar a la reflexión.

Por ejemplo, si estás hablando de salud mental y buen trato en tu centro educativo, podés preguntar:

- ¿Sabés qué consecuencias tiene el *bullying* en la salud mental de los adolescentes?
- ¿Creés que, en lo personal, podrías hacer algo para combatirlo?



Pensá en preguntas interesantes que podrías hacer en torno a tu tema. No necesariamente son para recibir respuestas, sino para que tu audiencia reflexione, se comprometa e interactúe.

Tema	Preguntas a la audiencia



La audiencia se comporta de diferentes maneras según **el medio con que te estés comunicando.**

Por ejemplo: si es en vivo o a través de redes sociales, podés recibir comentarios de inmediato. En cambio, cuando se trata de medios tradicionales como la tele o el diario, es mucho más difícil saber qué opinión se generó.

Eso no significa que no estés interactuando con la audiencia; igualmente tenés la oportunidad de interpelar y dejar pensando a los demás.

Es importante **ampliar la mirada sobre los medios de comunicación que podés usar.**

Actualmente preferimos las redes sociales porque están más a mano y sabemos que nuestras audiencias más cercanas se encuentran ahí, pero no olvidemos que hay otras personas que se informan en otro tipo de plataformas. Además, cada tipo de medio posiciona tu mensaje de una manera diferente.

Hagamos un pequeño análisis de las ventajas y desventajas de los diversos tipos de medios de comunicación:



SUMÁ TU VOZ SUMÁ TU VOZ SUMÁ TU VOZ SUMÁ TU VOZ

Medios	Ejemplos	Ventajas	Desventajas	Acceso
Tradicionales	Televisión, radio, prensa	Son masivos, llegan a diversas audiencias. En general son más confiables y aparecer en ellos da reconocimiento público a tu iniciativa.	No siempre es fácil acceder a ellos. Generalmente necesitas gestión para que te den un espacio.	Por vías formales: <ul style="list-style-type: none"> • pidiendo citas. • enviando correos. Siguiendo y comentando respetuosamente a periodistas y medios en sus redes digitales.
Comunitarios	Cartelera, afiches, radio comunitaria	Se perciben como cercanos y más personales. Te presentan como un miembro interesado de la comunidad.	Generalmente llegan solo a los miembros de una comunidad. La audiencia es acotada (ojo: esto también puede ser una ventaja).	Son de acceso público o de fácil acceso. La comunidad (escuela, barrio) los administra y podés solicitar su uso.
Digitales	Redes sociales, podcasts, streaming, web.	Son inmediatos y te permiten crear, publicar, compartir contenido rápidamente con audiencias diversas o focalizadas.	Existe mucha información y los contenidos no son tan confiables. Es difícil diferenciarse y destacar.	Están siempre ahí si tenés una conexión a internet y un dispositivo conectado.

Aprovechemos el impulso. Hacé aquí un listado con los medios de comunicación que conocés en los que sería posible difundir tu causa.

Medios tradicionales	
Medios comunitarios	
Medios digitales	

Ideas para vincularse con periodistas y medios de comunicación

Antes:

- **Investigá y personalizá tu contacto con periodistas.**

Averiguá quiénes cubren temas relacionados con tu causa y seguí su trabajo. Escríbiles de manera personalizada explicando por qué tu proyecto puede ser relevante para su audiencia.

- **Prepará un *kit* de prensa.** Creá una carpeta o *kit* de prensa que incluya información relevante sobre tu proyecto, como comunicados, imágenes, biografías, etc. Asegurate de que esté siempre actualizado.
- **Cuidá tu imagen.** Antes de participar, averiguá bien para qué y cómo usarán tu imagen. Preguntá todo lo necesario. Asegurate de que te presenten bien y que las entrevistas se hagan en lugares tranquilos y seguros.
- **Sé natural.** Durante la entrevista, es importante que te mantengas en calma y seas vos en todo sentido. Hablá con confianza y mirá al periodista, salvo que te pidan que mires directamente a cámara.
- **Manejá la info con cuidado.** Sé honesto u honesta y no exageres. La confianza es clave con los medios. Prestá atención a las preguntas y tomate tu tiempo para responder. Si no entendés algo, pedí que te lo repitan o expliquen. Decir «no sé» está bien y podés responder después. A veces también podés **consultar** las preguntas o temas que se abordarán en la entrevista para prepararte.



¡Recordá!

Trabajar con periodistas y medios de comunicación puede ser una gran oportunidad, pero siempre debe hacerse en condiciones que respeten tu bienestar y tus derechos. No dudes en preguntar y expresar tus inquietudes en todo momento. Si tenés menos de 18 años, también es importante que tu familia o referentes sepan de tu participación y estén de acuerdo. Ellos deben firmar un permiso de imagen.

¡Tu voz es importante!

3

Redes sociales

Las redes sociales están presentes en la vida de la mayoría de las personas. Existen más de 5000 millones de usuarios (más del 60% de la población mundial).

El mundo de las redes tiene muchas clases de habitantes.

Aquí los más típicos:

Usuarios. Personas como vos o tus amigos que tienen sus cuentas, suben fotos y dan *likes* o comentarios.

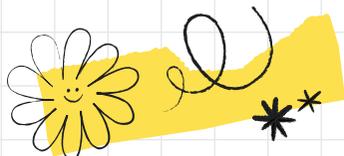
Creadores de contenido. Aunque, en rigor, todos los usuarios son creadores de contenido, nos referimos a quienes se dedican profesionalmente a las redes. Pueden publicar contenidos temáticos (sobre gatitos o sobre ciencia) o personales, es decir, sobre él o ella en exposición.

Influencers. Son creadores de contenido que tiene muchos seguidores en redes sociales y pueden influir en sus opiniones y decisiones, como qué productos comprar o qué actividades hacer.

Hackers. Personas con mucho conocimiento en tecnología que utilizan sus habilidades para encontrar vulnerabilidades en los sistemas informáticos. Pueden variar en intención, desde aquellos que crean y propagan *fake news* (noticias falsas) hasta los que intervienen cuentas con *malware* (*software* malicioso) o virus.

Trolls. Son usuarios que publican mensajes provocativos u ofensivos con el propósito de molestar, llamar la atención o boicotear la red. Suelen utilizar perfiles falsos para interactuar en una red social y mantener el anonimato.

Bots. Son programas automatizados que realizan tareas en internet, como responder mensajes o publicar contenido en redes sociales, sin la necesidad de intervención humana.



Al ser un habitante de las redes, debés tener claro que estás en una comunidad con muchas personas diversas y con distintos objetivos. La mayoría de los usuarios están ahí para comunicarse, compartir sobre su vida o intereses y ver los de otras personas.

Al conectarnos y habitar el mundo de las redes sociales, es importante también **tener en cuenta algunos cuidados:**

- Tené contraseñas seguras y protegé tus cuentas configurando las opciones de seguridad y privacidad de tu usuario.
- * Utilizá las redes con responsabilidad. No publiques contenido, fotos o videos sin el consentimiento de quienes aparecen en ellos. Asegurate de que la información que compartís no te ponga en riesgo a vos ni a nadie más.
- ✦ Protegé tu información y tus datos personales y pensá cuidadosamente en lo que compartís de tu vida personal. Los activistas y defensores de causas pueden convertirse en víctimas de ciberacoso.
- * Evitá publicar información privada, como tu dirección o teléfono, y no compartas tu ubicación o contactos con personas que no conocés.

¿Cómo manejar las redes sociales para posicionar nuestra causa o proyecto?

Identificá a tu audiencia	¿Quiénes son? ¿Qué les gusta? ¿Cuáles son sus intereses? ¿Qué redes usan?	
Defini tus objetivos y mensajes clave	¿Qué quiero lograr en las redes sociales? ¿Qué mensajes quiero transmitir?	
Publicá contenido coherente	¿Cómo se relaciona el contenido con la causa? ¿Mis publicaciones suman a los mensajes que quiero dar?	
Interactuá con tus seguidores	¿Qué tipo de comentarios o mensajes contesto y cómo? ¿Qué acciones propongo para involucrar más a mis seguidores y llegar a otros?	

<p>Usá imágenes y videos</p>	<p>¿Uso imágenes, videos o medios digitales en las publicaciones? ¿Cómo funciona cada recurso? Si son de otros, ¿tengo su autorización para difundirlos?</p>	
<p>Reflejá tu identidad gráficamente</p>	<p>¿Tengo un sello gráfico, como colores o tipo de letra? ¿Cómo estoy transmitiendo la identidad de mi causa en el <i>feed</i>?</p>	
<p>Publicá respetuosamente</p>	<p>Antes de publicar, ¿pienso en que lo que digo no dañe a nadie, no ofenda y sea justo? ¿Qué otras consideraciones tengo en cuenta?</p>	
<p>Evaluá si tu plan surte efecto</p>	<p>¿Aprovecho las estadísticas de las redes sociales para ver cómo voy? ¿Qué ajustes hago en función de esos datos?</p>	

4

Ser vocero o vocera

Los voceros o voceras son las personas designadas por un grupo para comunicar sobre las acciones que se llevan a cabo, por lo que son una pieza fundamental en el plan de incidencia:

- No toman decisiones por sí solos, pero informan, comunican y **transmiten los mensajes del grupo** adecuadamente.
- Deben tener un buen conocimiento del mensaje que transmiten y una actitud acorde con los valores de la causa para generar **credibilidad**.

La credibilidad, como la confianza, se construye siendo **coherente, preciso y claro** cuando estás comunicando.

Pensemos en una situación extrema:

El vocero de una causa por la defensa del planeta llega 15 minutos tarde a una conferencia. En su discurso dice que no está seguro de si los datos que presenta son actualizados. Al final invita a los presentes a sumarse a su causa buscando en internet el nombre de su iniciativa.

¿Qué piensas de su ...

... coherencia?

... precisión?

... claridad?

Un vocero o vocera proyecta mente y corazón: por una parte, convicción y fortaleza; por otra, empatía y pasión por la causa.

	 MENTE	 CORAZÓN
Actitud al comunicar	<ul style="list-style-type: none"> • Postura erguida • Movimientos naturales • Concentración • Relajación 	<ul style="list-style-type: none"> • Sonrisa • Contacto visual • Actitud de escucha atenta • Emoción
Proyecta al comunicar	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza • Convicción • Saber los pasos a seguir • Conocer el tema y las acciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Entusiasmo • Compasión • Compromiso

Ahora pensá en tu experiencia. ¿Cómo es tu actitud y qué proyectás a la hora de comunicar?

	 MENTE	 CORAZÓN
Actitud al comunicar		
Proyecta al comunicar		



«Para ser vocero precisás tener bien claros todos los puntos del tema a tratar. Para mí es una ayuda grandísima, ya que estando nervioso es muy fácil olvidar ciertas cosas. Además, necesito saber de cuánto tiempo dispongo para hablar del tema. También es importante hablar claro y con palabras sencillas para que todos puedan entender...»

Joaquín, 17 años

Práctica y entrenamiento son las dos claves para crecer como vocero o vocera. Cuantas más oportunidades tengas para hablar, mejor lo harás, pero también podés entrenarte y prepararte para ejercer tu rol.

Aquí algunas habilidades prácticas que podés desarrollar:

Manejar adecuadamente el lenguaje no verbal

Aunque para contar una buena historia los datos duros y las cifras son imprescindibles, la comunicación verbal por sí sola no es suficiente. Hay estudios que demuestran que la mayor parte de la influencia del mensaje está en la comunicación no verbal.

Atención a: Postura física, uso de las manos, mirada, movimientos corporales, gesticulación, manejo de voz y entonación.

Podés practicar: Frente al espejo, frente a otras personas o filmándote.



Mantener las emociones bajo control

Un vocero o vocera debe tener capacidad de trabajar bajo presión y de enfrentar de manera serena cualquier escenario. Aprender a controlar las emociones es importante. El nerviosismo extremo podría impedirle llegar a sus objetivos, pero algo de nervios es normal y se irán superando con el tiempo y la experiencia.

Atención a: Ser consciente de que los nervios pueden despertar diferentes emociones.

Preparar la vocería con tiempo para sentirse más seguro/a. No responder de manera agresiva o con tono confrontativo. Proyectar una sensación de control.

Podés practicar: Haciendo ejercicios de respiración o respirando hondo antes de responder. Ensayando respuestas a preguntas difíciles o incómodas. Buscando un objeto personal que te calme y puedas llevar en el bolsillo.

Entender y responder a las necesidades de los medios de comunicación

Los medios de comunicación hacen su agenda en función de las noticias y las novedades que pueden ofrecer a su audiencia. Aunque simpaticen con tu causa, si no les presentás un hecho interesante es difícil que te presten atención.

Atención a: Incluir información concreta, una noticia o una novedad en tu discurso; pensar en qué es interesante para el medio de comunicación y aprovechar las noticias de importancia conectadas con tu tema. Entender que el reportero o periodista no es tu audiencia ni tu representante.

Podés practicar: Manteniéndote informado/a de las noticias del momento. Conociendo más los medios a los que querés llegar. Formulando tres ideas clave o mensajes de la causa en formato de titulares.



¿Se te ocurre otra idea para mejorar tu seguridad al hablar en público?

Consejos para hablar en público

- **La práctica te da seguridad.** Ensayá tu discurso varias veces. Practicá frente a un espejo, con la cámara del celular, frente a amigos o familiares.
- **Respirá profundamente.** Respirar para hablar... ¡parece obvio!, pero a veces aguantamos la respiración cuando estamos nerviosos. Tomar respiraciones profundas puede calmarte antes de empezar.
- **Hablá despacio.** Es tu momento, no te apures. Hablar despacio te ayuda a pensar y a que te entiendan mejor.
- **Hacé contacto visual.** Mirá a tu audiencia. Podés elegir dos o tres personas como puntos de referencia.
- **Usá notas.** Llevá apuntes con los puntos clave para no perderte, pero evitá leer todo el tiempo.
- **Vestite con comodidad y de acuerdo con la actividad.** Elegí una vestimenta que sea apropiada para el evento y el lugar, que te dé comodidad y seguridad.
- **La puntualidad importa.** Llegar a tiempo te permitirá familiarizarte con el espacio y hacer preguntas si es necesario.
- **Llevá una botellita de agua.** Tener agua a mano y tomar un sorbo antes de empezar o incluso durante tu discurso puede ayudarte a mantener la voz clara y relajarte.
- **Usá lenguaje corporal.** Gestos y movimientos naturales pueden hacer tu presentación más dinámica y resaltar ideas clave.
- **Aceptá tus errores.** Si te equivocás, seguí adelante. Nadie es perfecto, y la práctica mejora todo.
- **Y, sobre todo, sé vos mismo.** Hablá con tu estilo y personalidad. No trates de imitar a otros.

¿Se te ocurre otra idea para mejorar tu seguridad al hablar en público?



Otro tipo de discurso: elevator pitch o discurso de ascensor

Es un tipo de presentación que le haríamos en un tramo de doce pisos de un viaje de ascensor a una persona que puede ayudarnos o potenciar nuestra causa o proyecto.

Cinco pasos para elaborar tu pitch:

1

Empezá con una afirmación sorprendente o una pregunta intrigante. Por ejemplo: «¿Sabías que [dato interesante sobre tu proyecto o causa]?».

2

Contá quién sos, qué hacés y cuál es el problema o la necesidad. Por ejemplo: «Soy [tu nombre] y estoy en [nombre del proyecto. Notamos que [problema específico] afecta a [grupo de personas]».

3

Describí cómo tu proyecto aborda el problema o la necesidad y los resultados que tenés o esperás tener. Usá ejemplos de este tipo: «Creamos [solución], que es como [metáfora]. Hemos ayudado a [número de personas]. Lo que nos hace únicos es [diferenciador]».

4

Mostrá por qué vos o tu equipo son las personas adecuadas. Por ejemplo: «Nos apasionan [tema] y creo que podemos lograr grandes cosas».

5

Terminá con un llamado a la acción, es decir, un pedido específico. Por ejemplo: «¿Te gustaría apoyar? ¿O podemos reunirnos para hablar más?».

Llegamos al final de este capítulo sobre comunicación.

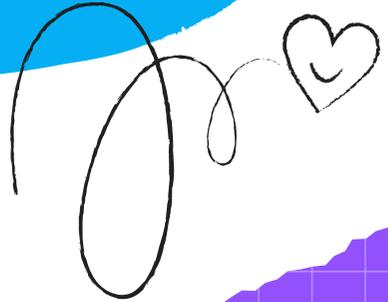
Repasamos algunos conceptos clave, aprendimos cómo construir un discurso y también a identificar medios y redes. Además, exploramos cómo ser un buen vocero o vocera para comunicar el proyecto.

Hay mucho más que explorar sobre cómo comunicarnos y seguro podrás complementarlo con tus propios conocimientos.

Pensá y conversá

Contales a tu familia o amistades sobre lo que aprendiste en este capítulo y averiguá cómo creen que debería ser un buen discurso: ¿qué esperarían escuchar o leer para motivarse a seguir una causa?, ¿qué tan importante es que la persona que habla entregue mucha información del tema y esté comprometida en la acción?

Escribí tus conclusiones en la página siguiente.





Escribí aquí tus conclusiones

A large, empty white rectangular area with a black border, intended for writing conclusions. The page background is a light gray grid pattern.



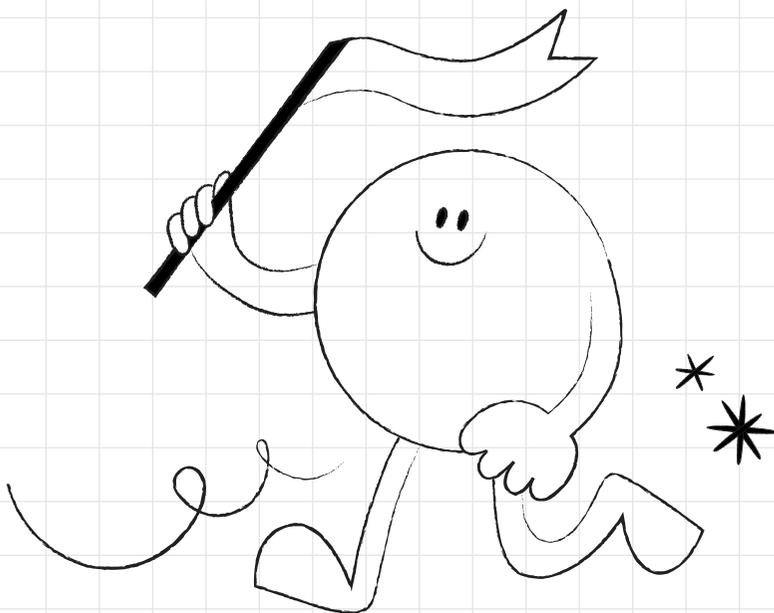
Activismo



El activismo es un compromiso muy potente, porque estás trabajando a partir de **tus propias ideas y valores.**

Te convertís en activista voluntariamente, por una causa que te convence y hacés tuya, tratando de ser coherente con ella en la vida y de aprender cada vez más.

Es posible que con el tiempo vayas modificando tu causa o el problema vaya cambiando. Por ejemplo, que pases de ser un activista por el ambiente en general a ser un activista por la conservación de bosques nativos o por la supervivencia de los mamíferos marinos.



El recorrido como activista de Carolina, 21 años

- Carolina se interesó por el ambientalismo cuando estudiaba ecosistemas y animales marinos en el liceo. Le encantaban las caminatas por la playa, pero le entristecía la contaminación, especialmente por plásticos.
- Encontró Fridays for Future Uruguay en Instagram y asistió a su primera marcha. Allí encontró un sentido de comunidad y propósito.
- Juntándose y compartiendo con otras personas superó la ansiedad inicial y pudo canalizar su energía en acciones colectivas. Participó en marchas, limpiezas de costas y plantaciones de árboles, y se educó sobre temas ambientales.
- Comenzó una carrera de Ingeniería Ambiental para aplicar sus conocimientos a proyectos que protejan el planeta.
- Hoy Carolina es parte de la Red de Jóvenes para la Reducción del Riesgo de Desastres de las Américas y el Caribe, activista de Fridays for Future y miembro de la Red de Jóvenes para la Justicia Climática. Se enfoca en la gestión y la comunicación dentro de grupos, trabajando para incidir en políticas públicas y promoviendo la participación juvenil en asuntos climáticos.



El activismo se da cuando te dedicás intensamente a una causa o a alguna línea de acción en la vida pública, sea en el campo social, político, ecológico u otro. El activista está «activo» en función de un cambio o una transformación que busca en la sociedad.

Toda esa intensidad que viene con el activismo debe encauzarse para que sea buena para vos, tu formación, tu desarrollo y tu salud mental y la de los demás. Y al mismo tiempo para que sea buena para el mundo, con efectos positivos para la sociedad y el ambiente.

¿Cómo es mi activismo hoy?

¿Es bueno para mí?

¿Me hace feliz? ¿Por qué?

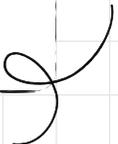
¿Puedo organizarme realmente para tener tiempo para esto?

¿Cómo me hace sentir el compromiso?

¿Es bueno para el mundo?

¿Cómo colabora concretamente a la causa?

¿Cómo contribuye al bien común?





Que sea bueno para vos

El activismo suele demandar mucho tiempo y energía. Las causas son urgentes y estamos comprometidos con ellas. Nuestras ilusiones se pueden chocar con experiencias de frustración. Esto es parte del recorrido, pero puede acarrear malestares.

A veces nos sentimos desbordados; eso puede abrumarnos y llevarnos a desistir. Antes de llegar a ese punto, busquemos herramientas que nos permitan revisar si nos estamos exigiendo demasiado, así como formas saludables de lidiar con las ilusiones y frustraciones.

Exploremos cómo el estrés o el exceso de responsabilidad que puede provocar el activismo afectan la salud mental. Estos conocimientos te pueden ayudar a vos y a otros (a través de vos) a fortalecer el espíritu y cuidar el cuerpo.

«Sobre la salud mental y el activismo, es algo que te afecta si no sabés cómo manejarlo, porque te puede llegar a desesperanzar ver las injusticias o cosas que pasan en nuestra sociedad...»

Dandara, 18 años

Veamos una forma concreta de ayudar a reducir el estrés en torno a tu activismo. Contestá estas preguntas a conciencia:

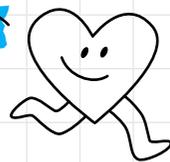
¿Qué es lo que más te gusta de tu activismo?	
¿Cómo te sentís en el espacio y con las personas del contexto de tu activismo?	
¿Sentís que te estresa algo de tu activismo? ¿Qué?	
¿Podrías hacer algo al respecto?	

Es el momento de apelar a la fortaleza y a la **resiliencia** con la que todos venimos equipados. Todas las personas tienen fortalezas y en ellas hay que centrarse.

Resiliencia es la habilidad que todos los seres humanos tienen para levantarse de cualquier situación y seguir adelante fortalecidos.

Es difícil a veces enfrentarse con uno mismo y hacer cambios, pero vale la pena.

QUE TUS METAS NO TE AGOBIEN



El estrés, el desgaste o la ansiedad son sensaciones comunes que experimentamos cuando estamos bajo presión o nos sentimos incapaces de hacer frente a una situación.

En pequeñas dosis, el estrés es esperable e incluso puede ayudarnos a anticipar peligros o dificultades. Sin embargo, cuando aparece en exceso y se siente continuamente, puede perjudicar nuestra salud emocional y física, así como nuestros vínculos.

Hay muchas cosas en tu activismo que pueden agobiarte.

Por ejemplo:

- La gran cantidad de tareas que demandan las acciones que se organizan.
- El hecho de que siempre tengas que liderar en el grupo.
- La falta de empatía del resto de la sociedad con tu causa.
- Que, a pesar de los esfuerzos, no veas los cambios que esperas.
- Sentir que no te escuchan o no te toman en cuenta.
- Sentir que hay una distribución desequilibrada del trabajo y las tareas.
- Hablar en público.

Escribí aquí qué cosas te abruma o inquietan en relación con tu activismo.

Si identificás las razones de tus emociones, encontrarás un buen punto de partida para crecer emocionalmente y mejorar tus habilidades en la vida.

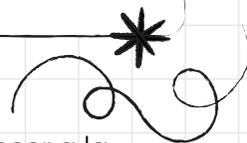
Otra cosa que puede producir frustración o estrés es la **resistencia** a nuestras ideas y puntos de vista, o simplemente la resistencia de las personas a generar cambios.

Alguien que se resiste al cambio puede hacerlo abiertamente en una discusión y mostrando sus razones, pero también puede hacerlo de forma encubierta, obstaculizando o retrasando las propuestas.

Muchas veces parece que la resistencia está dirigida a vos y así la percibís. Esto hace difícil no tomarlo como algo personal, pero en realidad está dirigido a las ideas por las que estás luchando.

Una buena comunicación es muy importante para saber cómo manejarte con estas resistencias. Aquí hay algunos puntos para ayudarte en la conversación.

Tené en cuenta	Podés expresar
<p>Usá un tono moderado y mantené la mente abierta.</p>	<p>«He estado pensando en lo que me has dicho y me gustaría hablar contigo sobre eso»</p>
<p>Intentá comprender desde dónde se habla. Hacete algunas preguntas...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué esta persona o grupo se resiste? • ¿De dónde podría venir esta resistencia? • ¿Qué experiencias del pasado podrían contribuir a conformar este punto de vista? 	<p>«¿Puedo preguntar por qué te sentís así?»</p> <p>«Eso es interesante, ¿puedo hacerte algunas preguntas sobre eso?»</p> <p>«No tengo claro si entendí lo que querés decir. ¿Podrías, por favor, aclarar?»</p>
<p>Brindá a la gente el respeto de escuchar sus opiniones. Si no lo hacés, hay pocas probabilidades de que hagan lo mismo por vos.</p>	<p>«Entiendo por qué te sentís así, pero ¿pensaste alguna vez...?»</p> <p>«Veo lo que decís, pero ¿qué pensás de...?»</p>
<p>Si la conversación se pone fea, usá la empatía para superar la fealdad.</p>	<p>«Me importa nuestro activismo común y me gustaría entender desde dónde hablás...»</p>
<p>Hablá en primera persona para compartir tu experiencia, pues puede ayudar a que los demás entiendan la suya.</p>	<p>«Me siento realmente abrumado/a por todo lo que está pasando...»</p>



El objetivo final aquí no es necesariamente convencer a la otra persona de que tenés razón, sino lograr una mayor comprensión del lugar desde el cual la otra parte ha formulado sus opiniones, al mismo tiempo que abrir su mente también a tus ideas.

Lidiar con la mente y el ánimo

Identificar nuestras emociones, hablar de lo que sentimos y contar con alguien que pueda escucharnos es clave para cuidar nuestra salud mental y nuestro bienestar emocional.

Muchas de nuestras experiencias de malestar, angustia o frustración son parte de la vida, pero otras requieren la ayuda de personas o redes de apoyo. No siempre sentirse mejor es sencillo y a veces es necesaria una presencia que te ayude a sostenerte y salir adelante.

En la salud mental hay algunas señales que nos avisan que algo no anda bien.

La siguiente tabla describe algunos síntomas psicológicos, físicos y emocionales que tienen que ver con la salud mental. ¿Te identificás con alguno de ellos?

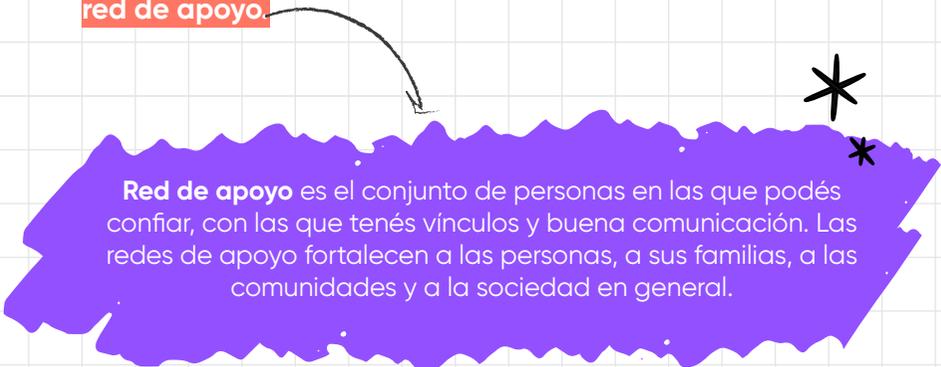
Psicológicos	Físicos	Emocionales
Preocupación constante	Falta de sueño, cansancio permanente, mareo	Baja autoestima
Confusión (pensamientos atropellados, dificultad para conversar o decidir)	Pérdida de apetito o comer compulsivamente	Irritable, impaciente, temeroso
Falta de concentración	Dolor de cabeza, tensión muscular	Abrumado, agobiado

Recordá que en la vida siempre estamos lidiando con estas sensaciones en mayor o menor medida. Pero, si se juntan muchas de estas señales o algunas de ellas son extremas, pedí ayuda y dale atención a tu salud mental.

Aprender a identificar a tiempo lo que sentís y conocerte más te ayudará a superarte y crecer.

Si te sentís mal, tené en cuenta que no te sentirás así **siempre**; seguramente lo que te hace sentir así sea pasajero. Pero es importante identificar nuestros malestares, compartílos con nuestro entorno de confianza y, en conjunto, reconstruir nuestras fortalezas.

No tenés que enfrentar tus miedos solo o sola. **Siempre** podés pedir ayuda. Puede ser a un amigo o amiga, un familiar o un adulto del liceo. Siempre hay alguien en tu **red de apoyo.**



Red de apoyo es el conjunto de personas en las que podés confiar, con las que tenés vínculos y buena comunicación. Las redes de apoyo fortalecen a las personas, a sus familias, a las comunidades y a la sociedad en general.

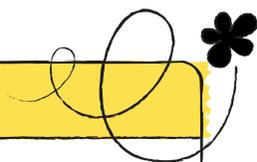
Para lidiar mejor con tu ánimo y tus emociones podés hacer muchas cosas. Las **prácticas de autocuidado** son distintas para cada persona y dependen de sus aficiones y gustos.

Aquí algunas ideas que pueden ayudar:

Marcá las que practicás

Hacer ejercicio	
Llevar una dieta equilibrada	
Dormir bien y con un patrón regular de horarios	
Decir <i>no</i> a las actividades en las que por ahora no te sentís cómodo/a	
Decir <i>sí</i> a las oportunidades de hacer cosas que te hacen bien	
Pasar tiempo en la naturaleza y en lugares que te den calma	
Recurrir a tu red de apoyo y conversar con otras personas sobre tus sentimientos	
Escribir y dibujar	

Completá el siguiente ejercicio pensando en qué hábitos tenés o podés incorporar a tu vida cotidiana para practicar el autocuidado físico, emocional, social y cognitivo.



Prácticas de autocuidado

Físico

Acciones para prestar atención a lo que tu cuerpo necesita y cuidar de él

Emocional

Acciones para cuidar tus emociones, tener una buena relación contigo mismo/a y establecer límites saludables

Social

Acciones conectadas con tener relaciones y vínculos sanos, que te hagan sentir bien y mejorar tu calidad de vida en la comunidad

Cognitivo

Actividades y prácticas que ayudan a cuidar de tu mente para que puedas pensar con claridad, aprender y sentirte bien

Consejos para cuidarte y cuidar a los demás

La **empatía** es la habilidad de comprender los sentimientos de la otra persona sin juzgar y poniéndose en su lugar.

Al vincularnos con otros practicamos la empatía y crecemos como personas, haciéndonos bien a nosotros mismos y a aquellos a quienes cuidamos.

En el contexto del activismo o voluntariado es común que se creen fuertes relaciones entre las personas, un sentimiento de compañerismo entre quienes comparten ideas y objetivos.

Además de ser un grupo de acción por un proyecto, habitualmente también se transforma en un grupo de amigos y una red de apoyo.

¿Cómo es tu relación con tus compañeros?

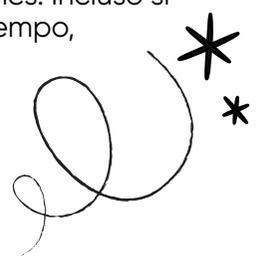
¿Sabés cómo se sienten?

¿Se cuidan entre ustedes?

Para ayudar a otros, primero debés estar bien vos. Para apoyar a otra persona debés tener atención y disposición ante sus necesidades, y eso no es posible si tus propias necesidades te superan.

Si ves que alguien de tu equipo no está pasando por un buen momento, es recomendable que intentes apoyar, siempre que él o ella **te lo permita, pida tu ayuda o acepte tu consejo.**

En ese caso, podemos preguntarle qué precisa para sentirse mejor y respetar sus tiempos y decisiones. Incluso si la respuesta es alejarse del activismo por un tiempo, ¡siempre habrá chance de unirse nuevamente!



En una conversación para ofrecer ayuda podés tener en cuenta los siguientes consejos:

- Expresá concretamente tu voluntad de apoyar y estar ahí para esa persona.
- Escuchá con respeto, sin interrumpir, y tratá de ponerte en su lugar.
- No minimices sus sentimientos ni le digas algo como «a todos nos pasa lo mismo».
- Motivá a esa persona a buscar más ayuda; por ejemplo, el consejo de un profesor o profesora.
- Animala a buscar estrategias de autocuidado.
- Recordale sus fortalezas y habilidades.

¿Se te ocurre algo más?

*

*

*

*

*

Tené en cuenta que muchas veces no somos los más indicados para ayudar; en ese caso podemos recurrir a alguien que forme parte de la red de apoyo. Esto es importante porque, si alguien no quiere abrirse contigo, no podés obligarlo ni ponerlo incómodo.

En algunas ocasiones no se trata de cuidar a una persona, sino al grupo y al equipo de trabajo. Como en todo espacio de colaboración, entre sus miembros pueden surgir diferencias o conflictos que no se resuelven y pueden terminar desintegrando la iniciativa.

Un ejemplo:

- Ana y Miguel fueron novios y terminaron. Eso no tiene que ver con el equipo, pero resulta que ahora ambos tienen un trato hostil que afecta el trabajo grupal y hace sentir incómodos a los demás.
- El conflicto personal entre Ana y Miguel escaló al equipo.
- Paula, que es amiga de ambos, habla con ellos en representación del colectivo.
- Les dice que los dos son valiosos e importantes para el grupo, pero están en el foco de un conflicto que afecta el trabajo.
- Identifica el problema: «El grupo está trabajando tenso y eso afecta los objetivos». El problema no tiene que ver solo con ellos, sino con el grupo en su totalidad.
- Les pregunta qué podrían hacer para ayudar a solucionar el problema y escucha atentamente los argumentos sin juzgar, centrándose en la situación grupal y evitando el plano del conflicto personal.
- Ana y Miguel entienden que su relación afecta al grupo y establecen un acuerdo para mejorar la situación.

Si existe en el grupo un conflicto que afecta nuestro objetivo y le resta valor al espacio que hemos creado, es importante trabajarlo entre todos y todas. Para eso podemos intentar las siguientes acciones:

- Identificar el problema y exponer los argumentos.
- Enfrentar el problema y no a las personas.
- Evitar buscar culpables y víctimas.
- Centrarse en el futuro (soluciones) y no en el pasado.
- Designar al integrante más imparcial del grupo como facilitador de la conversación.
- Centrarse en las consecuencias que el problema tiene para el grupo.
- Buscar soluciones en conjunto y definir un plan de acción.

¿Se te ocurren otras?

*

*

*

*

*

En el trabajo de equipo siempre surgen conflictos.

Solucionarlos a tiempo y de buena manera es la clave para sostenerse y lograr los objetivos.

Ahora veamos un **conflicto real** que hayas tenido en tu equipo. Identificá claramente el problema y pensá:

¿Cuál fue el conflicto?

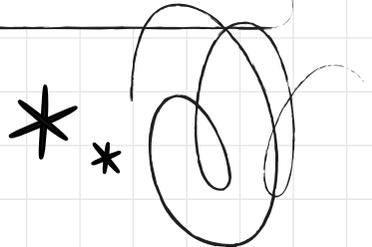
¿Cómo lo enfrentaron?

¿Podrían haberlo enfrentado mejor?

¿Qué ocurrió al final?

¿Buscaron soluciones entre todos?

¿Cómo te sentís con lo que pasó?





Que sea bueno para los demás

No se trata de hacer por hacer; existe una idea detrás. Queremos lograr un objetivo que sea bueno para todos, una meta que nos ayude a cambiar la realidad.

Estos cambios comienzan por nuestro entorno, en la colaboración con personas cercanas y con la comunidad. Son pequeñas acciones colaborativas en función de un objetivo.

Recordá que, en última instancia, los proyectos que hacemos o la incidencia que queremos conseguir están motivados por el cambio: hacer que algo mejore. Para que esto ocurra son necesarios el cambio cultural y la transformación social.

«Poder pensar a la sociedad de manera crítica, poder ver qué es lo que está mal de ella y realizar acciones para cambiarlo; los jóvenes son parte primordial de esto al entender a la sociedad con una mirada más fresca, sabiendo que lo que transformen ahora lo verán en un futuro...»

Joaquín, 19 años

Cambio cultural y transformación social

Cultura y sociedad están unidas y ninguna podría existir sin la otra. La cultura engloba las creencias y la forma de vida de un grupo, mientras que la sociedad son las personas que comparten esas creencias y forma de vida.

Los cambios y las transformaciones están ocurriendo todo el tiempo a nuestro alrededor y nosotros somos parte de ellos.

Un ejemplo:

Pensemos en los roles de género y cómo han cambiado en las últimas décadas. Se necesitaron varias generaciones de mujeres valientes para que hoy las mujeres tengan derechos políticos y la posibilidad de ir a la universidad.

Entender que las mujeres y los hombres eran iguales en derechos fue un gran cambio cultural, que dio como resultado una transformación social enorme.

Pensemos ahora en los cambios culturales y la transformación social que existen hoy en torno al tema del ambiente. Tomemos en cuenta factores como el reciclaje, la reducción de la contaminación o la conservación de entornos naturales.

Cambios culturales

- Separar la basura y reciclar
- Utilizar el transporte público
- No comprar plásticos de un solo uso
- Reducir el consumo no esencial
- Respetar y cuidar la naturaleza

Transformación social

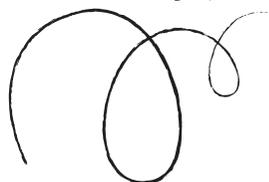
- Sociedad consciente del equilibrio ecológico
- Ciudades limpias y sin contaminación
- Sociedad menos consumista
- Personas respetuosas de la naturaleza
- Sociedad más sana

Nuestro activismo apunta a movilizar los cambios para que exista transformación social.

Ahora es tu turno: pensá en tu causa y en la transformación social que quisieras ver en un futuro.

Cada generación tiene un aporte que hacer a la humanidad. Las ideas, los valores, las experiencias, los estilos de vida y hasta las modas o tendencias de cada época van construyendo el futuro y son parte del legado generacional.

¿Cuál creés que será el legado de tu generación?





«La transformación social
representa los cambios
estructurales de una sociedad y
se necesitan los jóvenes porque
somos los que cuestionamos las
estructuras instauradas...»

Dandara, 18 años



Colaborar para lograr las metas

Sabemos que no vamos a lograr cambios ni transformaciones en soledad; por eso la clave es **colaborar**. La colaboración es un proceso en el que personas e instituciones trabajan juntas con el fin de lograr objetivos comunes.

Para colaborar con otras personas o instituciones no basta la intención de hacerlo. En primer lugar, deben definir un objetivo en común: ¿por qué van a colaborar?, ¿qué quieren conseguir?

Aquí algunas recomendaciones para colaborar efectivamente y sacarles el mayor provecho a las alianzas:

• **Ser claros en los objetivos y la comunicación.** Se necesita claridad en qué queremos lograr con la alianza o colaboración, hacia dónde apuntamos, y mantenernos comunicados e informados de los avances conjuntos.

• **Confiar y ser responsables.** Nos asociamos con personas que conocemos y en las que confiamos. Cumplimos nuestros acuerdos con responsabilidad y esperamos lo mismo de los demás.

• **Tener optimismo y resiliencia.** No todos los proyectos van a funcionar a la perfección; por eso hay que mantener la mirada a largo plazo e intentar avanzar hacia la meta con una mirada positiva.

• **Reconocer los roles y las habilidades de cada uno.** Cada miembro de una alianza o una colaboración tiene algo que lo hace importante y útil a la causa. Conversar sobre los roles de cada persona o institución es esencial para optimizar los resultados.

• **Planificar juntos.** No se trata de que uno siga los planes de otro o uno se sume a las actividades de otro. Colaborar es tener un plan ideado por todos, con el que todos estén de acuerdo, y que facilite conseguir las metas definidas.





¿Alguna vez vos o tu equipo realizaron una colaboración o una alianza? Y si todavía no tuviste la oportunidad, ¿cómo te imaginás que debería ser? Respondiendo cada uno de los siguientes puntos podés analizar, evaluar y aprender:

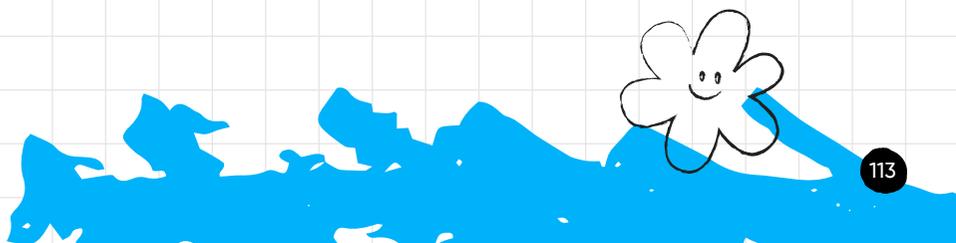
Alianza o colaboración con:		
	¿Cómo fue?	¿Cómo te imaginás que debería ser?
Claridad en los objetivos y la comunicación		
Confianza y responsabilidad		
Positividad y resiliencia		
Reconocer los roles y las habilidades de cada uno		

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Hoy el mundo tiene **un plan concreto de colaboración** en el que muchos gobiernos e instituciones están involucrados. Sus definiciones están en la Agenda 2030 y sus metas en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Esta es la acción colaborativa más importante que ha llevado a cabo el planeta, y está enfocada en el desarrollo sostenible. El mundo está de acuerdo en que el futuro solo será posible si combinamos sabiamente lo **económico**, lo **social** y lo **ambiental**. Esa intersección es el **desarrollo sostenible**.



Llegamos al final de este capítulo, donde analizamos las implicaciones de ser un joven activista.

Por una parte, vimos la importancia de mantener el foco y colaborar para que tu activismo sea bueno para los demás. Por otro, indagamos en la salud mental de los jóvenes y en cómo la intensidad y las muchas tareas que trae consigo el activismo pueden afectarlos, individualmente y también al equipo de trabajo.

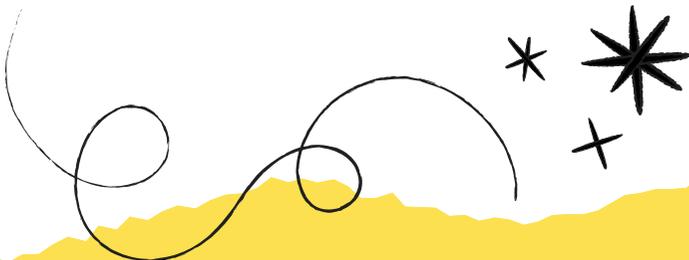
Pensá y conversá

Pensá en cómo te sentiste a medida que ibas avanzando en este capítulo.

¿Descubriste cosas nuevas respecto a cómo manejar tu activismo? ¿Creés que podés implementar algunos hábitos de autocuidado en tu grupo y contigo mismo?

Conversá con tus amigos o familia sobre lo que aprendiste y averiguá si a alguien más le pueden servir estos nuevos conocimientos.

Escribí tus conclusiones en la página siguiente.





Escribí aquí tus conclusiones



EPÍLOGO

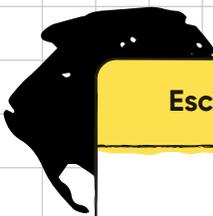
Al terminar esta guía, seguramente pudiste contestar muchas preguntas sobre la **participación y la incidencia** que querés lograr. Sin embargo, quizás también se te abrieron nuevas interrogantes. Suele pasar que **cuando obtenemos respuestas nos cambian las preguntas.**

Esperamos que con las herramientas que te presentamos puedas comenzar a actuar o seguir actuando, investigando, reflexionando y preparándote. ¡Ojalá te ayude a potenciar tus proyectos!

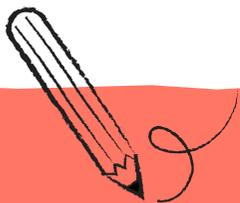
El objetivo de estas páginas es ayudarte a pensar y a desarrollar la versión más sincera de vos. Sabemos que todos los seres humanos tenemos grandes fortalezas y habilidades; la clave está en desarrollarlas.

Nuestros tiempos son difíciles, pero también llenos de oportunidades. Mantené la motivación y la energía, cuidate mucho y seguí adelante.

Epílogo. Última parte de una obra, en la que se habla de las conclusiones generales o de reflexiones relacionadas con el tema.



Escribí aquí tu epílogo sobre la experiencia de esta guía



REFERENCIAS

Para construir esta guía nos basamos en una serie de documentos que podrías revisar si querés ahondar en estos temas. Te dejamos aquí los más importantes, pero recordá que **siempre podés seguir investigando y creciendo en conocimientos.**

Guía de UNICEF para la incidencia de las y los jóvenes

<https://www.unicef.org/lac/media/38336/file/PA-Guia-incidencia-jovenes.pdf>

Youth Advocacy Toolkit. UNICEF

<https://www.unicef.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Youth-Advocacy-Toolkit.pdf>

Guía de participación para adolescentes. UNICEF México

https://www.unicef.org/mexico/media/951/file/GUIA_adolescentes%20pdf.pdf

Resiliencia y autocuidado: Salvar al mundo y no morir en el intento Amnistía Internacional

<https://www.amnesty.org/es/documents/act10/3231/2020/es/>

Hasta transformar nuestras realidades: Manual de incidencia juvenil. América Solidaria

<https://recursos.americasolidaria.org/manual-de-incidencia>

Libro de actividades para el desarrollo de habilidades transferibles. Plan 12. América Solidaria y UNICEF

https://drive.google.com/file/d/1CdR8Q52_8WcLi-vP3qLM7MzW2zReWKX9/

Las 12 habilidades transferibles. UNICEF

<https://www.unicef.org/lac/informes/las-12-habilidades-transferibles>



Sumá tu voz: Cuaderno para participar e incidir

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF
Br. Artigas 1659 piso 12
11.200 - Montevideo - Uruguay
Tel: (598) 2403 0308
Email: montevideo@unicef.org
www.unicef.org/uruguay

