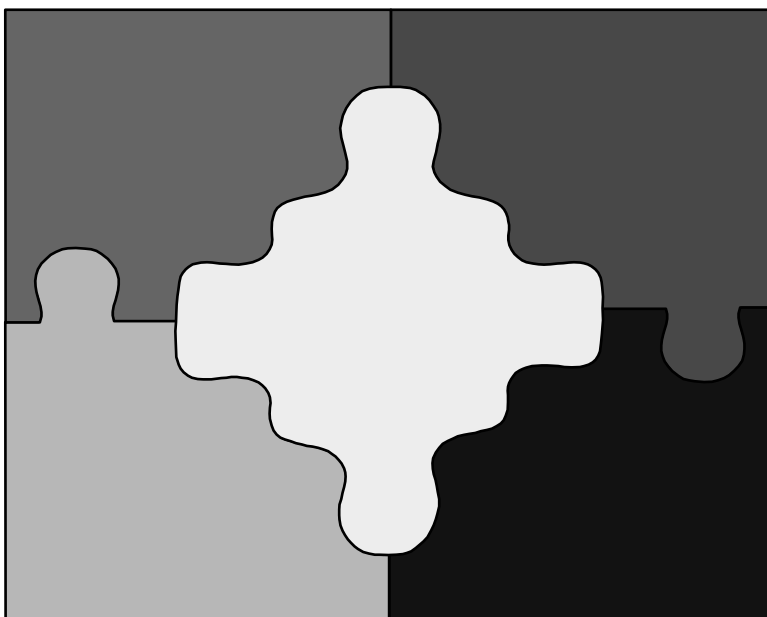


PROYECTO PRAXIS SERIE CIRCULO DE APRENDIZAJE

Abogando de manera eficaz



Formatos para planificación de políticas

- Desarrollo de iniciativas de políticas
- Selección de un tema de interés: Puntos a considerar
- Índice de capacidad
- Matriz de aliados

Desarrollo de iniciativas de políticas

Esta forma se inspira en los materiales de la Academia Midwest, el Instituto Doris Marshall, el instituto Marin, y el Grupo de Estudio de los Medios de Berkley

Cuando nos enfrentamos con un problema o tema que se debate no es suficiente reaccionar con exigencias y contra exigencias. En algún momento tenemos que iniciar y determinar políticas públicas si es que queremos seriamente fortalecer el poder de la comunidad. En seguida presentamos unos pasos básicos a seguir para formular políticas pro-activas engendradas por la comunidad. Por supuesto que esta hoja de trabajo no es una receta a seguir sino una guía que puede servir como punto de partida para desarrollar una estrategia.

1. Definir el problema claramente

Para definir el problema, es necesario conseguir múltiples informes, encuestas, observaciones personales y otras fuentes de información que describan el problema al que se quiere hacer frente. Es difícil abordar un problema del entorno de manera eficaz si simplemente decimos de modo intuitivo "que vemos un número de jóvenes sin mucho que hacer". Se necesita saber, entre otras cosas, el número de jóvenes arrestados, lesionados o involucrados en otro tipo de incidente; las opciones que tienen, si es que las tienen; lo que ellos piensan sobre la situación; las cuestiones sobre financiamiento local; y el impacto que tienen las instituciones corporativas. Otra razón por la cual es necesario tener información detallada para sustanciar la recomendación sobre una política es que toda legislación debe ser basada en hallazgos o hechos que respalden el pasaje de una ley. Si existe el interés que las recomendaciones sobre políticas se codifiquen, se tiene que estar preparado para respaldarlas con hechos. Es sobre todo importante que el problema sea descrito claramente, de tal manera que la comunidad pueda abarcar la seriedad del problema – y a hacer responsables a los actores pertinentes.

2. Desarrollar los objetivos para formular políticas

Toda política debe desarrollarse dentro del marco de las metas y objetivos a largo plazo de la organización. Es importante comparar los objetivos de la organización con el objetivo del tema de interés. Al considerar el tema se debe preguntar que constituye una victoria y de que manera la política propuesta enfoca el problema y el impacto que tendrá en la calidad de vida de sus constituyentes/membresía y/o la comunidad.

Tome el tiempo necesario para evaluar cada uno de los objetivos que tiene que lograr para llegar a la meta de la campaña. Antes de lograr cambios en políticas institucionales a nivel local o estatal, es importante lograr algunos objetivos a corto plazo tales como conseguir el apoyo de políticos locales, líderes de opinión o de alguna agencia reguladora. Esta evaluación requiere que se desarrolle una escrupulosa lista de todos los pasos necesarios que se necesitan para lograr cada objetivo a corto plazo.

3. Evalúe su habilidad para emprender una campaña para implementar estos objetivos

Otra importante consideración es la integridad y sobrevivencia de su organización. ¿Puede usted ganar? O aun más importante, ¿se puede dar la organización el lujo de perder? Las campañas de abogacía pueden fortalecer una organización al crear un espíritu de unidad, extender la base de liderazgo, profundizar la experiencia de los líderes, y expandir la membresía y los contactos de la organización. Se da por hecho que por principio de cuentas, su organización tiene algo que ofrecer a la campaña, tal como membresía, personal, dinero, reputación, locales, publicidad contactos, aliados, etc. Tiene que hacer una cuidadosa evaluación de los recursos o aportaciones positivas o negativas que Ud. presta al esfuerzo.

4. Evaluación de recursos en la comunidad

Como se indicó anteriormente, las mejores campañas promueven un sentimiento de solidaridad y fortalecen el poder de la comunidad. Es de importancia crítica para estos esfuerzos crear coaliciones de base amplia y cohesiva. La creación de una coalición es la compilación de una lista de personas y grupos que son afectados por diferentes aspectos del problema al que se la quiere encontrar solución y que cada persona o grupo que se involucra tendrá algo que ganar al apoyar el esfuerzo. Hay que subrayar que no todos los temas de interés están claramente definidos. Hay que evaluar la profundidad o el nivel de apoyo que cada individuo u organización puede proveer y que riesgo puede constituir para ellos y para Ud. el unirse, cuanto pueden aportar y que tanto esfuerzo costará llegar a ellos y lograr que mantengan una presencia activa en la coalición.

5. Determine quién tiene el poder de promulgar la política

Cualquier discusión sobre el trabajo de abogacía sería incompleta si no se reconoce quién la persona a quien Ud. se debe dirigir para lograr su objetivo. Una vez que haya decidido qué institución o persona tienen el poder o la influencia para promulgar su política, debe Ud. entonces (por medio de búsquedas e investigaciones) determinar todas las maneras en qué pueda acceder e influenciar el proceso, (a través de contactos personales, los medios publicitarios, como votante o contribuyente, o con solicitudes a información, etc.).

6. Desarrollo de un plan de acción

Una vez que haya evaluado su capacidad organizativa, comunitaria y a sus aliados y oponentes, así como las personas claves quienes tiene el poder de promulgar su política, estará Ud. listo a desarrollar un plan de acción para su campaña. Las acciones que lleve a cabo deben ser flexibles y deben atraer la atención de su comunidad. Debe asegurarse que su objetivo es claro y que las recomendaciones que esta haciendo para la política o políticas son específicas, están dentro de sus posibilidades, y pueden ser articuladas de manera fácil de entender. Ponga límites para utilizar ciertas tácticas y desarrolle planes alternos si las tácticas que está utilizando no le dan resultados. También asegúrese que incluye un plan para monitorear sus organizaciones blanco y las políticas que

formuló una vez que hayan sido implementadas. Sobre todas las cosas sea tenaz y acuérdesse que el cambiar políticas significa cambio de manera de pensar y que eso toma tiempo.

Plan de acción para utilizar los medios publicitarios

El uso eficaz de los medios publicitarios es otra herramienta indispensable en cualquier campaña de abogacía. Los medios facilitan el acceso a los que abogan por la salud pública para capturar la atención a favor de un tema de interés en particular o un cambio de políticas. Los medios han sido instrumentales en cambiar el curso de alguna cuestión al informar al público (y a los que dictan políticas en particular) ofreciendo ideas y oportunidades para la acción pública y cambiando el enfoque de políticas que hacen responsables a individuos a políticas que buscan responsabilizar a los actores institucionales de manera eficaz. Su plan de acción debe incluir la manera en que piensa utilizar los medios publicitarios.

7. Evalúe sus logros

La evaluación, si se hace como deber ser, informa el desempeño de su trabajo de manera continua. Su organización debe repasar periódicamente cada paso de su plan de acción para asegurarse si está marchando como debe. Algunas de las preguntas que se debe hacer son las siguientes:

- ¿Hicimos lo que dijimos que haríamos?
- ¿Qué hemos ganado (gente, recursos, publicidad – y si están o no relacionados a los objetivos)?
- ¿Qué hemos cambiado (las políticas, a la comunidad o las relaciones con la prensa, etc.)?
- ¿Sigue teniendo sentido que continuemos?
- ¿Qué no está trabajando?

Use la información que le da la evaluación y haga los cambios necesarios a su plan de acción. También asegúrese que no se concentra en sus fallas y tome en cuenta que esto es trabajo pesado. Tome tiempo para celebrar su logros sin importar que tan pequeños sean. ¡Usted se lo merece!

Definiendo el problema

Ha usted identificado ya una variedad de temas de interés que existen en su comunidad y que políticas son necesarias para reducir esos riesgos. Para comenzar el proceso de planificación, trabaje con grupo para escoger un tema que les interese y utilizar un cambio de política como herramienta. Asegúrese que problema cabe dentro de su esfera inmediata de influencia, que sea específico (¿se puede medir?), y alcanzable (considere si lo que se propone a hacer va a fortalecer a su organización y a resaltar la posición de ésta en su comunidad).

El Problema es (25 palabras o menos):

Incluyan la mayor cantidad de información que ustedes como grupo puedan aportar:

Enumeren cinco recursos fuera de su organización que puedan utilizar para conseguir más información:

Incluyan la mayor cantidad de información sobre el que ustedes como grupo puedan aportar:

Enumeren cinco recursos fuera de su organización que puedan utilizar para conseguir más información:

Desarrollando el objetivo de la política

Escriba un resumen breve del propósito de su organización y de los objetivos a largo plazo.

Sin usar más de 30 palabras, defina el objetivo de la política sobre su tema de interés:

Defina tres mejoras concretas que se podrían obtener al alcanzar este objetivo:

¿De que manera el alcanzar estos objetivos contribuiría para infundir a la comunidad el sentido de ser una comunidad con poder?

¿Cuál es la relación entre los objetivos de la organización y el propósito de su política?

Escriba tres objetivos que *no estén relacionados a la política* que va a formular (Ej. incremento de membresía, etc.) que se puedan beneficiar con este esfuerzo:

Formulando objetivos

Con su grupo genere una lluvia de ideas, una "lista de ingredientes" de los pasos necesarios para lograr su objetivos. No use más de 5 minutos para esta etapa por el momento. Revíselo después de que haya terminado el ejercicio por completo.

¿Cuáles son las victorias a corto plazo que tiene que ganar primero (Ej. apoyo de las agencias reguladoras, un número mínimo de firmas para ser presentado ante el concilio o en la boleta para votar, etc.) para alcanzar el propósito de su política?

Detalle los pasos necesarios para alcanzar las metas a corto plazo descritos anteriormente:

Evaluando la capacidad de la organización

Revise los propósitos de su política. Con este propósito en mente, enumere tres maneras específicas que su organización necesita fortalecerse para poder alcanzar su objetivo:

Haga una lista de los recursos que su organización aporta para esta campaña (Ej. Membresía, personal, dinero, reputación, espacios físicos, contactos de prensa, aliados, etc.)

Nombre tres problemas internos que deben de considerarse o superarse.

¿De que manera esta campaña fortalecerá a su organización si tiene éxito?

¿Si fracasa?

¿De que manera la campaña podría debilitar su organización?

Evaluando las personas o instituciones clave

Haga una lista y decida que institución o quién en tiene el poder de resolver el problema y aceptar sus demandas. De ser posible, señale nombres específicos. Identifique quién es la persona clave más importante a quién debe dirigirse para alcanzar el objetivo de su plan de acción.

¿A quién tiene que contactar primero en la lista anterior? Sea específico:

Lista de fortalezas y debilidades de las personas clave:

Persona Clave	Fortalezas	Debilidades

Evaluando a personas clave:

¿Quiénes han sido nombradas? ¿Quiénes han sido electas?

¿Cuál sería su poder/ influencia sobre ellos (como votantes, consumidores, contribuyentes, etc.)?

¿Cuál es el propio interés de cada uno?

¿Quién tendría la jurisdicción si se redefine el problema? (Ej. cambiar el tema sobre publicidad del tabaco a un tema sobre practicas honestas de negocios).

Evaluando sus oponentes

Haga una lista de personas e instituciones que puedan ser sus oponentes. De ser posible, señale nombres específicos. Identifique cuales son los que probablemente le puedan hacer más "daño".

Lista de fortalezas y debilidades de cada oponente:

Oponente	Fortalezas	Debilidades

Evaluando a sus oponentes

¿Quiénes han sido nombrados? ¿Quiénes han sido electos?

¿Cuál sería su poder/ influencia sobre ellos (como votantes, consumidores, contribuyentes, etc.)?

Evaluando los recursos de la comunidad

Haga una lista de quienes comparten este problema	¿Qué beneficio obtendrían al unirse con usted?	¿A quien más traerían con ellos?	¿A quienes ahuyentaría su presencia?

Califique a cada grupo antes nombrado del 1 al 5 (siendo el 5 el mayor) con respecto a su tema de interés tomando en consideración los siguientes factores: interés propio, grado de preocupación, riesgo al unirse con Uds., y el nivel de dificultad en alcanzar a otros o a organizarse.

Grupo	Propio interés	Grado de preocupación	Riesgo al unirse con Uds.	Dificultad en alcanzar otros o a organizarse

Evaluando los Recursos de la Comunidad (Continuación)

De cada uno de los grupos nombrados anteriormente, detalle el poderío o dominio específico que tienen sobre las personas clave:

Grupo	Persona Clave	Poderío o dominio

NOTAS:

PLAN PARA UTILIZAR LOS MEDIOS PUBLICITARIOS PARA CAMBIOS DE POLITICAS

Escriba aquí el propósito de su política:

Describa tres objetivos que llevará a cabo a través de los medios publicitarios. Cuando menos uno deberá estar relacionado con los propósitos de su política.

¿A quien quiere impactar? Recuerde los aliados y las personas clave que identificó en su ejercicio de políticas.

Aliados que quiere impactar con su campaña publicitaria:

Personas claves que serán influenciadas usando los medios de publicidad:

Refine el mensaje de su política que quiere comunicar en 15 palabras (máximo) Recuerde: el mensaje no es lo mismo que la imagen hablada. Es a grandes rasgos el tema específico de su iniciativa que está tratando de comunicar.

¿Cuáles son unas buenas imágenes para transmitir su mensaje?

¿Quiénes son buenos voceros para transmitir su mensaje?

Lista de los argumentos de la oposición:

Desarrolle dos enunciados (imágenes habladas) que transmitan su mensaje y que expresen los argumentos importantes declarados por su oposición. (Recuerde: no los está debatiendo. Usted está transmitiendo un mensaje.)

Monitoreando y evaluando su campaña

¿Quién será el responsable del monitoreo de la campaña?

¿Cuáles son las actividades necesarias para asegurarse que la actividad es monitoreada apropiadamente?

¿Qué constituirá un éxito? (Sea específico. Revise sus metas y objetivos)

Desarrollando su plan de acción

Ahora usted tiene lo que se necesita para desarrollar su plan de acción. No olvide de darse tiempo para revisar sus respuestas. Asegúrese de poner fechas cada vez que complete cada paso.

Propósito de la política-

Persona clave principal-

Su Oposición-

Que Información Necesitamos	Donde la podemos conseguir	Para Cuando

Objetivos a corto plazo/triunfos (en orden cronológico) Asegúrese en incluir todas las tareas involucradas con la(s) persona(s) clave. Anexe una hoja de papel de ser necesario.

Triunfos que debemos alcanzar para lograr el propósito de la política:

Desarrollando su plan de acción (continuación)

Tareas que deben de ejecutarse para lograr el triunfo:

Queremos trabajar en coalición con los siguientes grupos / individuos:

Tareas que debemos de completar para lograr que lo enlistado anteriormente ocurra:

Hemos identificado los siguientes objetivos secundarios como puntos críticos para alcanzar nuestro propósito:

Qué queremos de cada persona clave:

Desarrollando su plan de acción

Acciones que tenemos que emprender para que esto suceda:

Tareas que tenemos que ejecutar en cada acción

Acción #1:

Acción #2:

Acción #3:

Escogiendo un tema de interés: puntos a considerar

El hecho que un tema sea importante no significa que este sea el mejor momento de buscarle solución. Se pueden usar los puntos que se ilustran en el siguiente cuadro para evaluar el tema de interés seleccionado en la hoja de trabajo anterior. Los apartados le ayudarán a evaluar las fortalezas y debilidades de su iniciativa o campaña de abogacía. Su éxito será mayor entre más marque la columna positiva (sí). Si contesta que no, (tomando en cuenta los recortes presupuestarios y las repentinas luchas que surgen sobre los déficits --aunados a la apremiante necesidad de abogar y organizarse) determine porque y solo prosiga si tiene razones apremiantes y sostenibles.

TEMA de INTERES:

PUNTOS A CONSIDERAR EN LA SELECCIÓN DE UN TEMA DE INTERES	SÍ <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Resulta en mejoras reales en la vida de las personas		
Imparte a la gente un sentimiento de poderío		
Afecta a la organización y a las personas de manera tangible		
Se siente que tiene amplio alcance		
Se experimenta de manera profunda		
Ofrece oportunidades para fortalecer la organización		
Forma alianzas y organizaciones duraderas		
Provee oportunidades de incrementar la capacidad de personas tradicionalmente marginadas para que se involucren en posiciones de liderazgo		
Forja nuevos líderes		
Promueve el respeto y la conciencia sobre derecho y sobre derechos humanos		
Tiene soluciones claras sobre lo político y las políticas		
Conoce a quien se tiene que dirigir y que límite de tiempo tiene		
Conecta las cuestiones locales con temas globales		
Provee oportunidades de recaudar fondos		
Compele a la organización a llevar a cabo cosas que no han hecho anteriormente y la habilita para avanzar su visión y misión		
Desafía el racismo institucional, la división de clases y otras formas de opresión dentro de la organización y el trabajo que esta desempeña		
Da a la organización y los constituyentes la experiencia para hacer otras campañas		
Puede ser respaldada, financiada y manejada por la organización		
Es fácil de entender		
Es específica y alcanzable	Effective Policy Advocacy Training Materials (p. 22) The Praxis Project www.thepraxisproject.org	

Índices de capacidad

RECLUTAMIENTO DE VOLUNTARIOS

- He reclutado voluntarios y/o les he dado entrenamiento (indicar que tipo a impartido después de poner su nombre)
- He creado y manejo una base de datos o lista de voluntarios
- Tengo, o trabajo con, una lista o sistema para contactar voluntarios por teléfono
- Tengo, o trabajo con, un sistema de reconocimiento a los voluntarios

COMPUTADORAS

- Conozco los siguientes programas (indicar que tipo después de poner su nombre)
- Tengo acceso a una computadora y tengo dirección electrónica (nombre y dirección electrónica)
- He creado publicaciones con la computadora
- He instalado programas y componentes en una computadora

POLITICAS

- He llamado a un oficial electo sobre un tema de interés
- He ayudado a desarrollar una propuesta de ley
- He dado testimonio en una audiencia pública
- He organizado una audiencia en la comunidad sobre un tema de interés

ABOGACIA A TRAVES DE MEDIOS PUBLICITARIOS

- He dado una conferencia de prensa
- He llamado a un reportero
- He sido entrevistada/o por un reportero
- He escrito cartas al editor o he co-autorado un artículo que fue publicado

RECAUDACION DE FONDOS

- He organizado una comida para recaudar fondos u otra clase de evento especial
- He escrito una propuesta que fue financiada
- He hecho una campaña (pedir dinero por correo o teléfono)
- He hecho una campaña para reclutar miembros

MOBILIZACION COMUNITARIA

- He pedido opinión de puerta en puerta
- He organizado una reunión en una casa
- He organizado o coordinado una reunión política
- He trabajado para o coordinado una campaña electoral

COMUNICACION

- Me he comunicado por medio de un esquema de fax o teléfono
- He publicado o trabajado en un boletín de noticias
- He producido o trabajado en hacer un video
- He trabajado para conseguir que otras personas escriban cartas sobre un tema de interés

OTROS ESFUERZOS A NIVEL DE BASE:

EVENTOS

- Puedo cocinar para un evento
- Puedo cuidar niños
- Puedo ayudar a interpretar para otras personas (¿que idiomas incluyendo interpretación a sordos?)
- Puedo hacer labor de alcance para que las personas asistan a los eventos

IDIOMAS

- Además del español, puedo hablar en (su nombre e idiomas que habla)
- Además del español, puedo escribir en (su nombre e idiomas que escribe)
- Puedo traducir documentos del español al (su nombre e idiomas que puede traducir)

AFILIACIONES

- Pertenezco a esta organización religiosa de mi comunidad (nombre y denominación de la institución)
- Pertenezco a esta organización comunitaria (nombre del grupo)
- Soy activa/o en estas organizaciones locales de la comunidad (dos nombres de las organizaciones con quien esta afiliada/o)

Matriz de aliados

Lleve a cabo una lluvia de ideas para sacar una lista de potenciales aliados que les importe su tema de interés y que tengan voluntad de involucrarse. Los aliados pueden ser organizaciones formales que tengan personal pagado u organizaciones que operen con voluntarios (por ejemplo los comités de vecinos, o las asociaciones de barrio), grupos de la iglesia, organizaciones sin fines de lucro u organizaciones que trabajan con grupos de diversa etnicidad. Es importante no identificar una categoría de personas (tales como los recipientes de ayuda pública) a menos que exista una manera viable de desarrollar una relación con ellos (por ejemplo con un grupo establecido sobre derechos de los recipientes de ayuda pública).

Después que haya desarrollado su lista inicial de posibles aliados, ponga sus nombres en la primera columna de la matriz, en seguida marque los apartados apropiados que describan a estos aliados. Entre más marcas tenga un aliado en particular mas valioso es y mayor énfasis debe ponerse en conseguir que se involucre en el tema de interés por el que se esta abogando. Debe además buscar aliados que complementen sus propias habilidades, como por ejemplo si Ud. puede ejercer fuerte influencia sobre los legisladores, puede aminorar los requerimientos de este atributo cuando evalúe a sus posibles aliados.

En el ejemplo que se pone en el cuadro, la asociación de inquilinos es identificada como una posible aliada que ve su propio tema de interés atado al suyo propio y que por consecuencia puede atraer a otros constituyentes a la mesa de trabajo. Las organizaciones o individuos que tengan el mayor número de marcas serán mejores aliados potenciales a menos que los atributos de una organización tal como la asociación de inquilinos signifiquen puntos débiles para el desarrollo de su coalición.

Aliado Potencial	¿Existe una relación?	¿Los une su tema de interés con el suyo?	¿Tienen influencia con los legisladores o los que toman decisiones?	¿Pueden traer otros constituyentes a la discusión?	¿Tienen contactos importantes con los medios de comunicación?	¿Tiene otras razones para crear una relación con ellos?	¿Desea entablar una relación con otro grupo étnico	Otras consideraciones únicas de su organización o programa
<i>Ej. Asn. de inquilinos</i>		➔		➔				

Formación de Bases y Coaliciones

- Sugerencias para construir bases
- Ejemplos de formatos para llevar los controles
- Como construir coaliciones diversas de base comunitaria

Sugerencias para construir bases: ¡no se pueden ahorrar pasos!

Desarrollado por Greg Akili

1. ¿Por qué hay que tener una base identificable?
 - 1.1 Son las personas las que cuentan si uno se les acerca; no basta con tener buenas ideas o temas de interés que valgan la pena.
 - 1.2 Una organización debe tener como base las personas en quienes se confíe que pueden lograr los objetivos.
 - 1.3 Se puede lograr más si se tiene a gente que se sienta parte de un grupo organizado.
 - 1.4 El nivel de confianza aumenta y la gente participa en acciones públicas cuando existe una base de identificación.

2. ¿Por qué se debe involucrar a las personas? ¿Qué obtienen ellas?
 - 2.1 Las personas se involucran porque tienen un interés personal o porque pasan por alguna crisis.
 - 2.2 En los Estados Unidos no se promueve el involucramiento. Muchas personas sienten que no tienen ni voz ni voto.
 - 2.3 Muchas personas en los Estados Unidos se sienten impotentes, especialmente las mujeres y las personas de color por causa del racismo, la supremacía de la gente blanca y el sexismo.
 - 2.4 No se puede culpar a las personas, ellas no se sienten comprometidas a participar en el trabajo o en un tema de interés.

3. Sepa apreciar la totalidad de las personas que dan apoyo, no nada más se enfoque en las que siempre están presentes para todo.
 - 3.1 Frecuentemente se queja la gente de que no existe mucho involucramiento. Muchas veces en un campo de acción, el apoyo que proviene de las personas que están en los márgenes no se valora tanto como el apoyo que dan los que están en el centro del campo. Muchas veces el involucramiento se mide contando las personas que asisten a las reuniones mensuales.
 - A. Niveles de apoyo que dan las personas
 1. Apoyo del grupo central de (5-7) personas clave en quien siempre se puede contar.
 2. Apoyo de voluntarios activos (20-25) apoyan la mayoría de las actividades y asisten a algunas reuniones.
 3. Apoyo general (50-70) estas personas hacen algo de vez en cuando pero raramente asisten a reuniones.
 4. El público.
 - 3.2 La clave es trabajar para que cada nivel se mueva al centro del campo. Se puede trabajar con cada nivel pidiendo que hagan más y dándoles muestras de reconocimiento que emanen del grupo central sin dejar de demostrar gratitud en cada nivel.

4. **La ciencia de los números**

4.1 La esencia de cómo crear una base esta en los números y el volumen.

- A. Para lograr que 50 personas asistan a un evento que no tiene como propósito un asunto candente, se necesita tener entre 150-200 nombres.
- B. Si los nombres de estas personas son desconocidos y estas personas no conocen el grupo y el tema a discutir, se necesitaran mas nombres.
- C. Treinta porciento o más de las personas a llamar no van a estar en su casa; 15-20% de los números de teléfono no van a funcionar o serán equivocados. Del 15-30% dirán que no; 25-30% dirán que si. De los que dicen que si, solamente un pequeño porcentaje se presentara.
- D. De 20 personas con quien uno habla, 9 dirán que si y 3-4 se presentaran.

5. **Métodos de movilización**

5.1 Reuniones caseras: Voluntarios claves/personal/o personas que apoyan visitan a nuevas personas y les hablan sobre el tema. Les piden que a su vez inviten de 8-10 de sus amistades a su casa para que los voluntarios hablen con ellos y los inviten a que se involucren en lo que se esta presentando

A. Se le pide a la anfitriona que haga una lista y llame a sus amistades en ese momento. Este tipo de abordaje es muy difícil y toma mucho tiempo pero es el que da mejores resultados. El tiempo que se pasa con una persona ayuda a desarrollar una relación. Pasos a seguir:

- 1. Hacer una presentación fuerte; buen sistema de registro
- 2. Lograr que la persona haga una lista de sus amistades y los llame
- 3. Seguimiento continuo, llamadas regulares y refuerzos
- 4. Lograr que la anfitriona llame a sus amistades el día de la reunión en la casa.

B. Reclutamiento por teléfono: de 4-5 personas que llamen por lo menos 4 noches por semana. Pasos a seguir:

- 1. Hacer una presentación fuerte; buen sistema de registro
- 2. Dedicar a llamadas un mínimo de 2-1/2 horas cada noche
- 3. Extensa lista de nombres a llamar no menos de 3 veces el número de personas que se espera que asistan
- 4. Voluntarios para reclutar otros voluntarios que mantengan las listas de personas a llamar

6. Necesidad de construir y reconstruir

6.1 Cada 3-4 meses habrá la necesidad de reconstruir la base con un nuevo grupo de gente. Las personas se mueven a otros niveles, se involucran en otra cosa o se quedan inactivas.

6.2 Desarrolle estrategias para asistir a las personas para que se muevan de nivel a nivel. Las personas clave del grupo central necesitan trabajar con las personas nuevas, darles orientación y planear fiestas para los nuevos voluntarios.

7. La importancia de saber que decir, como llevar los registros, el seguimiento y como dar cuenta de lo que se hace.
Presentaciones, registros, recordatorios, registros de ausencias. Los voluntarios tendrán éxito si toman en cuenta que:
- 7.1 La presentación es como un mapa, todas las presentaciones o guiones deben tener los mismos elementos que siguen:
- A. La introducción: quien es usted y la identidad del grupo
 - B. Hable de las condiciones que requieren que se tome acción inmediata
 - C. Dígalas que hay esperanza ya que el apoyo de la gente marca una diferencia porque un grupo solo no lo puede hacer todo.
 - D. Que pueden ellos hacer: Asistir a la reunión....
 - E. Pídeles un compromiso y que digan si o no ya que un “tal vez” no cuenta porque hay que contar de seguro con las personas.
- 7.2 Como determinar a cuanta gente esperar.
- A. Registros:
 - 1. Número de gente que dijo que si
 - 2. Número que dijo que no
 - 3. Total número de gente con quien se hablo (sumar los si y no)
 - 4. Total número de intentos
- 7.3 La gente tiende a olvidar, hay que hacer recordatorios y reforzar las cosas seguido y regularmente.
- A. Los recordatorios se deben hacer por lo menos tres veces antes del evento y dos veces el día del evento.
- 7.4 Llamadas a las personas que no se aparecieron
- A. Si una persona dice que va y no lo hace, se les debe llamar para averiguar porque no fueron..
 - B. Si la persona continua diciendo que va y nunca va, se debe eliminar de la lista.

Agenda la orientación de los voluntarios

1. Introducciones

2. Expresar que lo que estamos haciendo es importante

- Resaltar que cada persona es importante y se lo agradecemos.
- Decirles que queremos que se sientan capaces, confiados y cómodos
- Decirles que vamos de puerta en puerta a hablar con la gente sobre (tema de la acción....)
- Pidiéndole a las personas que viven en este barrio que se involucren y se unan a nosotros
- Porque sabemos que cuando la gente como ellos se involucran para tomar cargo, se mejora nuestra comunidad.

3. Que hacer y que no hacer

Que no hacer

- No haga juicios ni asuma cosas.
- No discuta nada ni sermonee a la gente
- No utilice mucho tiempo hablando con una sola persona

Que hacer

- Sonría y exprese con tono urgente
- Vea a las personas a los ojos.
- Sea cortés.

4. Repase lo que dice la presentación y lo que hay en el paquete

- Lea la presentación en voz alta y pídale a las personas que la lean con usted
- Introducción
- Enunciado de las condiciones a las que se refiere
- Consiga un acuerdo
- Tenga confianza que las personas se quieren involucrar y tomar acción
- Obtenga un compromiso, pregúnteles si quieren participar, haga una pause, diga ¿Si o No?

5. Juego de roles

- Divida a las personas en pareja y cada persona demuestra la presentación

6. Clausura

- Los voluntarios regresan y llenan una hoja de registro.
- Repase lo que sucedió, los comentarios y los momentos sobresalientes y los pesados
- Pídale a todos que regresen para llevar a cabo la siguiente tarea

Ejemplo

Ejemplo

Qué decir: "La presentación"

Hola, ¿está la casa de la Sra./Sr. _____? Mi nombre es _____ y ella/el es _____. Somos voluntarios de la escuela _____. La escuela va a comenzar un bonito programa para nuestros niños y padres la semana que viene.

Como ustedes deben saber, nuestros niños se están quedando atrás de otros niños. Estamos atrasados en matemáticas, en lectura, en otras materias, en lo único que estamos más adelantados es en la deserción escolar.

Eso que esté pasando va a **perjudicar a su niño** y a otros niños cuando crezcan, (haga una pausa...)

¿No piensa que necesitamos hacer algo ahora para cambiar ese retraso? [pausa]

(Si dice que si) ¡Magnifico!

Nosotros sabemos que los niños estudian mejor cuando nosotros los padres nos involucramos directamente.

El Centro de Educación e Involucramiento de Padres de Familia y la escuela _____ han empezado unas sesiones educativas para los padres para ayudarle a usted y a otros padres de familia para ayudarles a que puedan asistir a sus hijos para mejorar su educación.

Nos vamos a reunir para la primera session en _____. Nos reunimos a las ___AM y a las ___ PM.

¿A cuál de las sesiones lo apuntamos?

(Si dice que si) ¡Muy bien!, necesito hacerle un par de preguntas

- ¿Es su teléfono todavía el _____? Si. No: ¿Cual es su nuevo #? _____
- ¿Necesita cuidado de niños? Si No # de niños
- ¿Cuántos adultos van a asistir?

(Si dice que no o que no sabe) No podemos sobre enfatizar el valor de la participación familiar.

¿Está segura/o que no puede venir aunque sea a una sesión? (Si no)

¿Hay algún otro adulto en su familia que nos pudiera acompañar, una tía, tío, hermano, amigo?

[Pedir el nombre de la persona y el número de teléfono.]

Muchas gracias por su tiempo, esperamos que podamos trabajar juntos.

Ejemplo

Guión de Reclutamiento

Hola, ¿esta la Sra./el Sr. _____ en casa? Mi nombre es _____.

Lo llamo desde la oficina de la campaña para prohibir armas de fuego.

Nos hemos juntado con otros grupos para tratar de hacer de Milwaukee una ciudad más segura.

¿Piensa que ha habido muchos homicidios en la ciudad? [pausa]

Estamos recolectando firmas para prohibir la posesión de armas de fuego en Milwaukee.

Tenemos que conseguir 30,000 firmas en los próximos 10 días, y necesitamos su ayuda.

Estamos llamando a todos nuestros simpatizantes para pedirles que nos acompañen el sábado a una movilización semanal. Nos reunimos en la oficina de Trabajos con Paz y luego salimos en equipo a recabar las firmas por un par de horas

¿Nos acompaña? [pausa] (Si sí) ¡Muy bien!, nos vemos a las 9:30 AM en la oficina de Trabajos con Paz en el 750 Norte de la 18, entre Wells y Wisconsin.

(Si no, no puede ir el sábado) Podría venir a nuestra oficina y recoger unas peticiones, consigue las firmas y luego nos las devuelve. Preferimos no mandarlas por correo porque toma mucho tiempo y nos quedan menos de 15 días. ¿Podría venir a recogerlas a la oficina? [pausa]

¿Qué sería una buena hora para usted para que venga a la oficina de Trabajos con Paz en el 750 Norte de la 18, entre Wells y Wisconsin. Entonces la esperamos (escribir la hora y el día).

INSTRUCCIONES PARA TELEFONEAR

1. Nunca ponga el teléfono abajo.
2. No deje mensajes.
3. Sólo marque **SI, NO** o **DESCONECTADO** [Desc.] y el día, fecha y hora. [Favor de no anotar nada más.]
4. Llenar una hoja de registro después de llamar.

Ejemplo

Ejemplo

Seguimiento a una petición

Hola, ¿está en casa _____ ? Mi nombre es _____. Son voluntaria de la organización De Vecino a Vecino. Vengo a darle las gracias por ayudarnos a poner en la boleta el plan para el cuidado de la salud que pague a un solo proveedor.

Hemos empezado nuestra campaña a y hemos conseguido más de _____ firmas. La llamo para saber como le está yendo y preguntarle cuantas firmas más ha conseguido porque tenemos que hacer un informe al estado todos los días

¿Cuántas firmas ha conseguido?

(Si no han empezado todavía) Tenemos que conseguir 677 firmas cada día para poder llegar a nuestra meta de 50,000 firmas en San Diego. ¿Cuándo cree que va a empezar? [Asegúrese que le da una fecha.]

¿Podría traernos todas las peticiones que tengan completas para este sábado, y nos podría ayudar el sábado o el domingo con un turno? Los turnos son los sábados a las 10 AM y 12 del mediodía; y el domingo a las 12 del mediodía y a las 2 PM. ¿Cuál turno prefiere? [Escribir el día y la hora.]

(Si no) Hay algún sábado o domingo en que pudiera venir a ayudarnos con un turno? ¡Necesitamos su ayuda!

FAVOR DE LLENAR UNA HOJA DE REGISTRO CUANDO TERMINE

Centro de educación e involucramiento de padres de familia

Registro diario

Fecha: _____

Nombres de las personas en el equipo _____

Escuela _____

Número de Sí en la AM _____ **PM** _____

Número de No _____

Total número de personas con quien se hablo (sumar si y no) _____

Comentarios:

¿Qué salio bien?

¿Qué podía haber sido mejor?

REGISTRO DIARIO DE LLAMADAS

Favor de llenar un registro después de hacer las llamadas.

Fecha: _____

Nombre: _____

SOLO CUENTE LAS PERSONAS CON QUIEN HABLO,
NO DEJE MENSAJES.

Número de Si que contestaron _____

Número de Si del sábado _____

Número de Nos _____

**Total número de contactos
(Sumar si y no)** _____

Comentarios:

Registro de reclutamiento de voluntarios

Fecha: _____

Nombre: _____

Número de sí del banco de llamadas _____

Número de no _____

Número de capitanes _____

Total número de contactos _____

(Sumar sí y no)

Escribir abajo el nombre número de teléfono, fecha y día que dijeron que si.

Nombre del Voluntario	Teléfono	Día/Fecha
-----------------------	----------	-----------

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

Creando Diversas Coaliciones Basadas en la Comunidad

"El mundo está cambiando y aquellos que piensan que se puede hacer algo importante sin la opinión de **todos los líderes** de la comunidad no están prestando atención. La inclusión de todos es más que "un término novedoso" es una necesidad."

-- Dr. Jewelle Taylor Gibbs, socióloga y autora reconocida internacionalmente

Muchos activistas han llegado a la conclusión que es algo positivo el atraer una amplia variedad de simpatizantes para apoyar un tema de interés. Ellos pueden recitar una letanía de razones: la fuerza está en los números, hay que valorar la diversidad, una variedad de perspectivas enriquece el proceso, etc. Sin embargo, aun entendiendo que es de importancia crítica que haya diversidad en el liderazgo de la colaboración, muchos grupos no consiguen lograrlo. Se dice que no tienen contactos con la gente del ámbito profesional, religioso, étnico o racial en comunidades que son diferentes a la suya propia. Otra barrera es el temor a que surjan conflictos entre los varios grupos que están aprendiendo a trabajar juntos.

En la mayoría de los casos los grupos que no están trabajando juntos hoy en día lo hacen por razones que tienen profundas raíces en el pasado. La diversidad en un grupo, o la falta de esta, solamente refleja el tipo de relación que existe en general dentro de esa comunidad. Para poder avanzar más allá de "lo que es" a lo que "podría ser" requiere que se comprendan que fueron los conflictos que ayudaron a crear el presente estado de tensión. El primer paso sería hacer algunas indagaciones por medio de entrevistas personales, o a través de recortes de periódico y otro tipo de documentos o ambas cosas. Para tratar de descubrir aliados potenciales trate de formular un guía usando las siguientes preguntas:

DESCUBRIENDO ALIADOS POTENCIALES

1) ¿Cómo se distribuyen los recursos que apoyan a los grupos o comunidades donde yo quiero trabajar? ¿Qué tensiones se han creado sobre estos recursos? ¿Cómo fue que esas tensiones han evolucionado y quiénes han sido los actores clave?

2) ¿Qué experiencia tiene el grupo con colaboraciones previas? ¿Fueron éstas satisfactorias, lograron su cometido? ¿Fueron estas experiencias positivas o negativas en general y por que?

3) ¿Qué actitudes prevalecen sobre colaboración? ¿Cuáles son las dificultades en desarrollo profesional, desconfianza, cultura, etc. qué hace fácil o difícil la colaboración? ¿Cuáles son las principales objeciones del grupo para involucrase en un proyecto colaborativo? ¿Como se pueden aminorar esas objeciones?

- 4) **¿Quiénes son los líderes de opinión en el grupo? ¿Quién de ellos está más abierto a una colaboración? ¿Quién es el más renuente? Hagamos una lista de personas con quien tengamos u otros tengan relaciones con cualquiera de ellos.**
- 5) **¿Qué podemos ofrecerle al grupo para que dejen de colaborar con otros y que obtendrían a cambio? ¿Qué arriesgan al unirse con nosotros?**
- 6) **¿Qué intereses comunes compartimos? ¿Será esta colaboración para beneficio mutuo?**

Trazando un plan

Una vez que haya conseguido las respuestas a estas preguntas estará listo para desarrollar el bosquejo de su plan inicial de reclutamiento. Un plan de reclutamiento identifica los posibles socios, los intereses de éstos y la información sobre ellos que le ayudará a forjar una relación mutua. Es importante que escoja sus candidatos cuidadosamente porque los primeros grupos que acepten su invitación serán los van a ser observados por la comunidad.

Los candidatos que seleccione no tienen que ser los miembros más prominentes de la comunidad pero sí tienen que ser personas en quien la comunidad confíe; que tengan intereses comunes y que les preocupen los temas de interés lo suficiente para que se comprometan a luchar por ellos. El reclutar personas de renombre que no se sientan comprometidas no resulta en una relación de trabajo. Lo único que hace es crear resentimientos y reforzar el estado de las cosas. Otra desventaja de reclutar personas notables es que esas personas corren el riesgo de perder más cuando se involucran con un grupo. Una colaboración requiere que todos los actores sientan una preocupación profunda por el tema, tengan un fuerte interés personal en la iniciativa y que el involucrarse signifique un bajo riesgo para ellos lo que les permitirá respaldar a las otras personas verdaderamente. Use la forma que se anexa para identificar aliados potenciales en su comunidad:

Haciendo el llamado

En muchas ocasiones uno puede tener un amigo o conocido mutuo de la persona a quien se quiere reclutar. Estos “intermediarios” son fuentes excelentes de información y pueden servir como contacto inicial con el candidato. De ser posible discuta sus intenciones con su amigo o conocido que conoce bien al candidato en cuestión. Trate de formular una estrategia y ensaye algunas preguntas de abordaje y las posibles respuestas que la persona pudiera dar. Una buena estrategia de reclutamiento está fundamentada en información detallada y mucha práctica.

Zona de bienestar

Una vez que haya conseguido que la persona se una con ustedes, el trabajo difícil

comienza. Revise la estructura de su organización: ¿cómo se toman las decisiones?; ¿quién tiene la información y los recursos?; ¿habrá lugar para que una nueva persona haga contribuciones significativas a la dirección de la iniciativa? ¿Qué pasos hay que tomar para que la persona se sienta cómoda con el grupo? ¿Qué lenguaje o nivel de lenguaje se utiliza en las reuniones o grupos de discusión? ¿Se presta éste a recibir o aislar a una persona recién llegada? En pocas palabras, el retener a nuevos socios para una tirada larga requiere que éstos se integren en el equipo y no trata de que todo mundo hable y actúe de la misma manera sino que se complementen todos los miembros del grupo combinándose ligeramente como en una “ensalada” hasta que se logra la integración del nuevo miembro

Algunas organizaciones desarrollan orientaciones para nuevos socios y les asignan a una persona para que los ayude con la transición. Ese compañero lo introduce y lo ayuda a identificar áreas potenciales de participación que agilizan el proceso. De ser posible, es buena idea reclutar por lo menos dos personas de la comunidad a la vez para minimizar la sensación de aislamiento.

John Parr, pasado jefe del la Liga Cívica Nacional, y experto veterano en la creación de asociaciones publicas-privadas dice: "Si usted ha tomado cuidado en seleccionar las personas a quien quiere reclutar, ira a tener – en la manera tradicional en que pensamos sobre el poder – gente en niveles de poder dramáticamente diferentes". "¿Cómo crear una situación que en efecto se convierta en un campo de acción? Esto francamente hablando es un desafío para el facilitador quien tendrá que pasar algún tiempo entrenando a las personas para que sean participantes más efectivos, tanto a los que ya están en el poder como aquellos que todavía no lo tienen.

Enfrentando conflictos

Los conflictos surgen aun en grupos homogéneos. Esto es un acto inevitable de la vida. Es común que cuando los conflictos surgen entre grupos de colaboraciones diversas que los participantes se den por vencidos y se marchen. La clave para sobrepasar momentos difíciles es mantener el enfoque en los temas concretos de trabajo. ¿Qué problemas estructurales están exacerbando el conflicto? ¿Existen claros mecanismos para obtener información y tomar decisiones? ¿Qué temas contextuales moldean las dinámicas que rigen a la organización: recursos compartidos, historia de los grupos, fuerza políticas externas, etc.?

Enfrentar conflictos dentro de un grupo requiere la intervención de un facilitador experto y un amplio espacio de seguridad para identificar cuestiones concretas y soluciones. Por ejemplo una discusión sobre percepciones y actitudes entre compañeros no será tan productiva como la identificación de barreras específicas, que incluyan falsas percepciones. Hay que enfocarse a trabajar con una meta común a buscar estrategias para derribar esas barreras. Hay que recordar que no todo mundo es un negociador experto y que permitir que se articulen diferentes estilos de expresión y no tomar las cosas a pecho.



Sugerencias a tratar en su organización

Análisis sobre el poder

Una herramienta utilizada por mucho tiempo para organizar la comunidad es el hacer un análisis que ilustre cuales son las estructuras del poder en una comunidad e identificar las esferas de poder e influencia. Hay que empezar por identificar agencias del gobierno, negocios, y organizaciones no gubernamentales y sus líderes. Al conducir entrevistas personales, se hacen evidentes otras vertientes de poder más informales. En lo que sea posible, hay que identificar cuales son los intereses personales, los constituyentes y las conexiones que puedan existir entre instituciones. El determinar o “poner en un mapa” las diversas fuentes de poder en un buen número de comunidades pone en el mapa también posibles instancias de colaboración.

Mueva el lugar de la reunión

Una manera de lograr un compromiso e infundir un sentido de pertenencia en la comunidad es el rotar los lugares donde se conducen las reuniones y repartir la responsabilidad de organizarla entre los participantes. Hay que estimular a los compañeros/socios a que sean creativos y que inicien y clausuren las reuniones con actividades que reflejen las costumbres, identidad o cultura del grupo. Otra cosa que contribuye a crear un espíritu de trabajo de equipo es el asistir a las reuniones de los compañeros en sus propios grupos para obtener ideas de cómo formar una cultura “de combinar reuniones”.

Fortalecimiento de capacidades y destrezas

La capacitación y el desarrollo profesional pueden servir como herramientas efectivas para crear estrategias y desarrollar un lenguaje común que permita avanzar el trabajo compartido. Es una buena idea enfocarse en las mejores prácticas ya que no hay necesidad de re-crear algo que ya existe. Se pueden hacer búsquedas en el Internet utilizando palabras claves sobre el tema en particular o para definir términos como "fortalecimiento de la capacidad," "desarrollo comunitario," y/o "construyendo diversidad" tal búsqueda puede conducir a descubrir un verdadero tesoro de recursos.

También es importante realizar que el crear capacidad no se debe enfocar solamente en hacer que los socios nuevos “entiendan” como trabajar con otras personas que han estado establecidas por más tiempo. Las colaboraciones que ya existen se deben evaluar periódicamente para determinar si su forma, estructura y proceso de grupo son accesibles a los recién llegados. Hay que retomar cuestiones tales como si existe el acceso a personas minusválidas o con discapacidades (¿se ofrece lenguaje de señales o existe el acceso a sillas de ruedas?) la necesidad que haya traducciones o interpretaciones si es que hay comunidades que no pueden participar porque no existe

la capacidad de proveer traducción. Otros aspectos de accesibilidad tienen que ver con la hora que se llevan a cabo las reuniones y si sólo aquellos que tienen horarios flexibles pueden asistir o si se llevan a cabo muy tarde y las personas mayores no pueden ir, lo mismo que el lugar este situado donde se pueda ir en transporte público y también si se permite que los niños y jóvenes asistan. Otra cosa a considerar son los grupos emergentes de la comunidad a quien hay que prepararse para hacerles lugar y pensar como su participación impactará al grupo.

Conviértalo en política del grupo

La mejor manera de garantizar la inclusión es ponerlo por escrito en las políticas del grupo. Para asegurar que se consigue un cierto grado de representación, hay que identificar “asientos” o lugares específicos para constituyentes clave tales como representantes de jóvenes, representantes de grupos religiosos, etc.

Evaluando los recursos de la comunidad

Haga una lista de quienes comparten este problema	¿Qué beneficio obtendrían al unirse con usted ?	¿A quien más traerían con ellos?	¿A quienes ahuyentaría su presencia?

Califique a cada grupo nombrado en el cuadro anterior del 1 al 5 (siendo el 5 el mayor) con respecto a su tema de interés tomando en consideración los siguientes factores: interés propio, grado de preocupación, riesgo al unirse con Uds., y el nivel de dificultad en alcanzar a otros o a organizarse.

Grupo	Interés propio	Grado de preocupación	Riesgo al unirse con ustedes	Nivel de dificultad en alcanzar a otros o a organizarse

Abogacía a través de los medios Publicitarios

- Modelo de planeación para usar con los medios publicitarios
- Creencias clave
- Una estrategia bien enmarcada
- Acceso para el marco
- Ratas 1,2,3: ejercicio de enmarque
- Principios para hablar de racismo en los medios de publicidad

CONSIDERACIONES PARA LA PLANEACION DE LA CAMPAÑA: Lista de verificación

Escriba los tres objetivos más importantes de su programa:

Enumere los tres objetivos para los medios de publicidad. Cuando menos uno debe de relacionarse con los objetivos de su programa:

¿A quién quiere que llegue su mensaje? Recuerde los propósitos identificados.

Organización/ Constituyentes	¿Por qué los queremos?	¿Qué queremos que ellos hagan?	¿Cuál es la preocupación de ellos? (valores, vulnerabilidades)	¿Qué o a quién leen ellos, miran o escuchan?

--	--	--	--	--

¿Qué es lo que esta tratando de comunicar? Trate de filtrar su mensaje en 25 palabras (máximo), que transmita el punto importante. Recuerde: el mensaje no es lo mismo que la imagen hablada (*soundbite*). El tema en general es lo que usted está tratando de comunicar.

¿Cuáles serían unas buenas imágenes que transmitan este mensaje?

¿Quiénes son buenos voceros para transmitir este mensaje?

¿Cuál es el mejor medio para transmitir el mensaje para cada propósito?
(Enliste los propósitos y escoja uno o más que apliquen. Trate de enfocarse cuando mucho en tres)

- Publicaciones académicas extensas**
- Artículos de desarrollo profesional o artículos en revistas**
- Medios Noticiosos: ___ impresos ___ radio ___ televisión ___ en-línea ___
opinión**
- Medios de entretenimiento**
- Otros medios en línea**
- Redes personales**
- Otros _____**

Lista de argumentos de oposición:

Desarrolle dos imágenes habladas (*soundbites*) que transmitan su mensaje y aclaren puntos importantes planteados por la oposición. (Recuerde: no está debatiendo los puntos. Usted esta transmitiendo su mensaje).

Planeación

Lista de productos y próximos eventos, fecha programada para su conclusión y si hay posibilidades de completarse y si acaso se toma ventaja para agregar otras cosas:



Evento/Producto	Fecha de conclusión	Oportunidades para la publicidad
------------------------	----------------------------	---

Describa otros eventos y productos que usted conozca (conferencias anuales, aniversarios, etc.), que provean oportunidades para comunicar con otros y alcanzar sus metas.

Organice estos eventos en orden cronológico y de la prioridad a las oportunidades de comunicación y a cual (es) de ellos quiere darle continuidad.

Identifique las tareas que se necesitan llevar a cabo y por quien para darle continuidad al evento seleccionado:

Creencias Claves

Nosotros decimos 	Ellos dicen 
<p>ES EL SISTEMA – La pobreza y otros problemas económicos son sistémicos, no naturales.</p> <p>TODOS MERECEMOS – Todos los seres humanos están básicamente conectados y merecen lo mismo</p> <p>GOBERNAR JUNTOS – El publico/gobierno es un buen lugar para manejar los asuntos sociales (el bien común publico – responsables publico/instituciones). La gente puede y debe gobernar colectivamente.</p>	<p>SON “ALGUNAS” PERSONAS – La pobreza es el resultado de la falta de iniciativa; es un error individual</p> <p>LOS “OTROS” NO PUEDEN MANEJAR LO BUENO – Tratar de hacerles el bien solo perjudicará el propio bien. Percepciones negativas de los “otros”. Solo pocas personas son merecedoras.</p> <p>SOLO LOS “LIDERES” PUEDEN GOBERNAR –El gobierno no es efectivo, debería ser manejado como un negocio – o por individuos que sepan manejarlo. Un líder (de preferencia blanco) no colectivamente. La colaboración es desordenada</p>

Consiguiendo una mayoría – Ud. sabe que la tiene cuando:

1. El sector organizador muestra pasión, crea estrategias y una visión(es) común.
2. Un gran número de personas entiendan la importancia del esfuerzo
3. Las personas asocian su apoyo a los valores claves.
4. Tendrá un costo si una persona rompe los acuerdos relacionados con el problema.

Relatando un gran cuento

¿Qué se describe, el detalle o el panorama?

- Rol de las instituciones
- Impacto y naturaleza de los sistemas
- Historias similares/refuerzo de soluciones

Hablando entre líneas

- Contemos nuestras historias como patrones de injusticias
- Confrontemos la injusticia directamente (investigaciones de comparación, denuncias)

Con una estrategia bien diseñada debe:

Convertir un problema individual en un tema social. El primer paso para enmarcar una estrategia es asegurarse de que lo que esté expresando es consistente con su propuesta. Es difícil justificar un problema de medio ambiente en una propuesta si todas las entrevistas de los medios publicitarios tienen un enfoque individual. Además, un tema social es noticia, un problema individual no lo es. Transferir un problema individual ayuda a otros a ver por que es importante y merece ser noticia.

Asignar la responsabilidad principal. De nuevo, la consistencia es la clave. Si el problema son las ventas de tabaco a menores, es muy difícil justificar un nuevo reglamento si el vocero asigna la responsabilidad principal del problema a los padres. Enmarque el contenido de su mensaje de tal manera que esté apoyado por el objetivo de su iniciativa y que a su vez explique a otros por que el propósito que escogió es correcto para plantear el problema.

Presentar soluciones El mensaje deberá claramente expresar la iniciativa que se está proponiendo Usando el ejemplo del uso del tabaco a menores, la solución que se ofrece es que sea más difícil para los comerciantes obtener ganancias por la venta de tabaco a menores.

Hacer que su política sea práctica. Aquí es donde entra la iniciativa. Deberá ser comunicada como: práctica, justa, legal, permisible y la acción correcta a tomar.

Ilustrar con imágenes. Si una fotografía vale más que mil palabras y el tiempo promedio del espacio en el medio publicitario es de siete segundos, el desarrollo de imágenes visuales precisas que ilustren su perspectiva es crítico.

Hacer el mensaje a la medida de su audiencia. Recuerde con quien se está comunicando en cada instancia. Las comunidades están fragmentadas y tienen diferentes intereses y preocupaciones. Diseñe su mensaje al gusto de la audiencia, quien es usualmente su objetivo.

Diseño para conseguir acceso a los medios publicitarios

Para conseguir la atención de los medios de publicidad significa conseguir los medios noticiosos, ese tren en movimiento, para que pare y nos preste atención en nuestro problema. Enmarcar una historia para los medios y obtener su atención se llama enmarcar para el acceso. Hay varias técnicas para enmarcar y así conseguir la atención de los medios publicitarios. Destacar celebridades es por supuesto, una forma de atraer los medios publicitarios. En seguida presentaremos otros elementos valiosos para ser noticia a considerar:

Controversia, conflicto, injusticia. Los medios noticiosos pertenecen al negocio de contar historias. Esto hace a las historias más interesantes.

Ironía u originalidad. Algo que haga que los espectadores abran los ojos y pongan atención; eso es lo que llama la atención.

Población de interés. Las agencias de los medios publicitarios son negocios que deben de tener consumidores para poder ser lucrativos. Frecuentemente algunos grupos demográficos (y por consecuencia, las historias que les llaman la atención) despiertan mayor atención que otras. Llame al departamento de publicidad de su agencia local y solicite su paquete de prospectos de anuncios. Estos materiales son gratis y frecuentemente describen el objetivo de mercadeo de la agencia.

Significativa o de seriedad. Aunque esto es a menudo subjetivo, cualquier historia que afecta a un gran número de personas es regularmente considerada significativa.

Descubrimientos, aniversarios, acontecimientos importantes. Algo nuevo y sorprendente – como un descubrimiento o una nueva droga; o la conmemoración de algo importante.

Historias locales que son noticia. Aprovechar las historias que ya son noticia en los medios publicitarios puede ser efectivo. Los abogados han usado astutamente el caso de O. J. Simpson para incrementar la conciencia del público con respecto a la violencia familiar.

Buenas fotografías. Todos los medios publicitarios, incluyendo los medios impresos, necesitan de elementos visuales para sus historias. Algunos grupos proyectan globos o preciosos trasfondos. Otros optan por visuales más dramáticos como vigilias con velas o vecindarios deteriorados para así proveer a los medios de una experiencia directa acerca de los problemas que los que trabajan en abogacía quieren presentar.

Ratas

Ratas muerden a un niño

Mientras estaba durmiendo en su cuna, un niño fue repetidamente por mordido por ratas, mientras que su madre de 16 años de edad estaba canjeando en efectivo su cheque del gobierno. Un vecina respondió a los llantos del chiquito y lo llevo al Hospital Central donde fue tratado y entregado a la custodia de su madre. La madre, Angie Burns del sur de la ciudad, explica suavemente, "Solo salí por 5 minutos. Deje la puerta abierta para que mi vecina pudiera oír a mi niño si se despertaba. Nunca me imaginé que esto pudiera pasar a plena luz del día."

Fuente: *Prime Time Activism: Estrategias para usar los medios por activistas de base.* (Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing, by Charlotte Ryan, South End Press, 1991

Ratas muerden a un niño: Dueño, inquilinos disputan la responsabilidad.

Un niño de ocho meses de edad del sur de la ciudad fue tratado y dado de alta por un Hospital del Sur de la ciudad ayer, después de haber sido mordido por ratas mientras que dormía en su cuna. Los inquilinos declaran que varias veces han solicitado el exterminio de las ratas al dueño, Henry Brown y este lo ha ignorado. Brown declara que el problema es porque los inquilinos no ponen la basura en los basureros. "Me paso la mitad del día limpiando lo que ellos tiran. Ellos tiran la basura por las ventanas hacia el callejón y sus niños toman las latas de la basura para resbalarse en la nieve."

Fuente: *Prime Time Activism: Estrategias para usar los medios por activistas de base.* (Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing, by Charlotte Ryan, South End Press, 1991

Mordeduras de ratas en la “Zona de la Muerte” de la ciudad.

Ratas mordieron a Michael Burns de ocho meses de edad cinco veces ayer, mientras el dormía en su cuna. Burns es la más reciente víctima de la plaga epidémica del vecindario de la ciudad conocido como “Zona de la Muerte”.
Oficiales de Salubridad dicen que las tasas de mortalidad en este vecindario se acercan a las de los países del tercer mundo. Un vocero del Departamento de Salud Pública explicó que los recortes federales y estatales han reducido el personal de los programas de inspección de casas y del control de ratas. El resultado, dice Joaquín Núñez, M.D., un pediatra del Hospital Central, se ha incrementado cinco veces más en el caso de mordedura de ratas. El añade, “Lo irónico es que Michael vive tan cerca como para llegar caminando a uno de los mejores Centros Médicos del mundo.”

Fuente: *Prime Time Activism: Estrategias para usar los medios por activistas de base.*
(*Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing*, by Charlotte Ryan, South End Press, 1991)

Principios para hablar de RACISMO en los Medios

Documentación del racismo

Algunas personas en los medios les cuesta trabajo verlo

Prepárese para oír conjeturas sobre racismo

Pregúntese a Ud. mismo: ¿Cuál es la explicación racista de lo que está pasando?

Desafíe los términos del debate

Rechace la interrogante – Proponga una nueva interrogante

Identifique al enemigo

De lo contrario se puede culpar a personas de color

Defina la responsabilidad institucional

No permita que una sola persona racista sea señalado como el problema

Desmienta las mentiras

Las mentiras basadas en estereotipos cobran vida propia

Eleve su esfuerzo a un pedestal

Nadie quiere estar moralmente equivocado

Recursos para abogar eficazmente

- Opciones para instituir políticas
- Opciones que van más allá de la legislatura
- Enunciado sobre el impacto de la equidad

Opciones para instituir políticas

Acuerdos voluntarios

- Identifique a los actores institucionales que pueden impactar el tema de interés.
- Haga investigaciones sobre el papel que desempeñan y la posible intervención de estos actores para mitigar el daño en la comunidad
- Desarrolle una lista de “deseos” sobre las acciones que le gustaría que la institución (o instituciones) llevara a cabo.
- Identifique tanto los beneficios como las repercusiones que resultarían con la participación de estas instituciones y el poder que tendría usted para hacerlas cumplir un acuerdo.
- Negocie, pero nunca solo, por lo menos dos miembros de su coalición deben estar presentes todo el tiempo.

Legislación

- Identifique las leyes que existen sobre el tema y como estas son observadas.
- Trate hacer presión para que haya cumplimiento de ellas.
- Haga investigaciones sorpresa para obtener información.
- Identifique ideas sobre políticas que le ayuden a enfrentar o a avanzar la visión de la comunidad; trate de asegurarse que la iniciativa fortalece el poder y la presencia de la comunidad al mismo tiempo que se aborda el tema de interés.
-
- Identifique los niveles de poder e influencia en los cuerpos de toma de decisiones y lleve a cabo un análisis sobre el poder de éstos para que le ayude a identificar quienes son sus aliados, la oposición, y quienes entre los legisladores son los campeones de su causa
- Desarrolle un plan organizativo para avanzar las iniciativas de políticas que usted ha identificado.

Demandas y otras opciones legales

- Las demandas son a veces diligencias gravosas que jalan a la organización y le roban mucha energía que se pudiera utilizar de otra manera. Se debe considerar esto antes de meterse en algo así. Las demandas son útiles cuando existen los recursos suficientes para llevarlas a

cabo sin que se interrumpan otros esfuerzos de movilización. Las demandas y otros procedimientos legales son efectivos cuando se trata de aplazar una acción que requiere más estudios e información.

- Si el uso negativo de parcelas de terreno parece estar relacionado con la presencia de poblaciones marginadas, puede explorar los remedios que se publican en el Título VI y otros remedios legales que tienen que ver con la discriminación
- Si hubiera alguna jurisdicción local que esta siendo demandada por una industria como resultado de un reglamento de salud pública, su organización pudiera intervenir por medio de un abogado para asegurarse que los intereses de la comunidad están siendo tomados en cuenta.
- Ponga quejas sobre practicas ilegales con las agencias reguladoras, por ejemplo el hacer publicidad sobre productos alcohólicos dirigidos a los niños y jóvenes son violaciones a la ley en muchos estados. Averigüe que agencia es responsable del cumplimiento de las regulaciones sobre salud pública y trabaje con ellas para que se cumplan los reglamentos.

Moratorios

- Suspender una política hasta que se haya sido mejor estudiado su impacto y que posibles alternativas existen
- Suspender una práctica administrativa o procedimiento al nivel institucional.
- Use un moratorio para prevenir que un cuerpo promulgador de políticas tome una decisión o suspenda una política por medio de un paro de toda acción hasta que se estudie mejor la cuestión.
- Determine quien es la entidad más apropiada y que métodos de recabar información de la comunidad se pueden utilizar para evaluar el tema en cuestión.

Desarrollando los objetivos de la política

Toda iniciativa sobre políticas debe desarrollarse dentro del marco de las metas y objetivos a largo plazo de la organización. Es importante comparar los objetivos de la organización con el objetivo del tema de interés. Al considerar el tema se debe preguntar que constituye una victoria y de que manera esa política enfoca el problema y el impacto que tiene en la calidad de vida de sus constituyentes/membresía y/o la comunidad.

Cuando se desarrollen iniciativas sobre políticas es bueno incorporar elementos que ayuden a realizar la visión a largo plazo de la coalición. Una buena política puede:

Fortalecer la capacidad de la comunidad. Políticas efectivas mejoran la comunidad y resultan en el involucramiento de más miembros que antes de que existiera. La experiencia de abogar por una política expande la base de liderazgo.

Se paga por sí misma. Las personas que hacen trabajo de abogacía deben desarrollar maneras creativas de financiar nuevas políticas. Una manera de hacerlo es instituyendo cuotas, tal como cobrar a los dueños de tiendas o los que usan licencias por el privilegio de vender el producto o usar el servicio. Por ejemplo, cobrar cuotas por expedir los permisos locales para vender alcohol o productos de tabaco, cuotas para llevar a cabo eventos, cuotas para otorgar permisos para vender productos alcohólicos en fiestas particulares, etc. Una manera fácil de calcular las cuotas es dividiendo el importe de lo que cuesta reglamentar una actividad por el número de posibles “usuarios”.

Otra manera es pedir que se canalicen fondos para apoyar el programa ya sea que hayan sido confiscados en redadas de narcotráfico, o un impuesto especial, u de alguna otra manera. Algunas agencias desarrollan planes económicos para sus políticas de prevención con el anhelo de ser autosuficientes a largo plazo.

Soluciona problemas reales. Cuando se desarrolla una política, se debe preguntar cómo ésta resuelve el problema, su respuesta debe ser clara y concisa y articulada en 25 palabras o menos.

Contribuye a instituir un sentimiento de comunidad. ¿Cómo se regulan las licorerías? ¿Se llevan a cabo en audiencias administrativas cerradas con dueños de establecimientos donde se comunican claramente los estándares y reglamentos?, o ¿se llevan a cabo en audiencias abiertas a la comunidad para que esos mismos reglamentos y estándares sean administrados por personas que viven en la comunidad? ¿Cuál procedimiento es más fácil? ¿Pero, cual atraerá a más personas y les impartirá un sentido de su propio poder y resultará en un nuevo grupo de líderes adiestrados?

¿Qué podemos hacer para desarrollar políticas que beneficien a los adultos mayores?
¿Tendremos que desarrollar un proyecto para darles alimentos gratis, o creamos un banco donde los adultos mayores contribuyan con sus conocimientos y habilidades a cambio de algún servicio. Uno de estos adultos mayores podría llevar a otro de compras a la tienda mientras que otro pudiera hacer un trabajo de carpintería. ¿Cuál de los dos sistemas crea una burocracia?
¿Cuál crea capacidad?

Provee el fundamento para formular otras buenas políticas. Ve al futuro, una política debe ser incremental y le debe llevar a alguna parte. Las políticas que usted desarrolle ahora deben abrir puertas y preparar el escenario para conseguir mayores logros en el mañana. ¿Qué ganará usted de esta iniciativa? ¿Cómo lo lleva ésta a su propósito final?

Nos lleva más cerca de un mundo ideal. Tenemos que reflexionar y volver a ese lugar ideal, ese lugar donde soñamos y vemos lo mejor en todo. Tenemos que asegurarnos que todo lo que hacemos contribuirá a lograr que ese sueño se convierta en realidad.

Otras cosas en que pensar

El desarrollo de políticas puede ser complejo. Para llevarlo a cabo, conviene conseguir los servicios gratuitos de un abogado para que ayude a la organización a navegar el proceso. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las leyes son flexibles y que no están cinceladas en

piedra. Ellas reflejan las relaciones de poder y los acuerdos que existen en un momento dado. El abogado que preste sus servicios debe apoyarlo para que con su esfuerzo pueda tornar esas relaciones en beneficio público. Las cuestiones legales son importantes pero no deben ser las dominen sus esfuerzos. Tenga cuidado de mantener firmes en su lugar, sus objetivos y los intereses de la comunidad

Las organizaciones sin fines lucrativos deben tener cuidado cuando se aventuran al campo de la creación de políticas. Hay que contactar a la oficina de impuestos (IRS), la oficina estatal que certifica las exenciones y los reglamentos de los financiadores para determinar si en su agencia se están cumpliendo con todos los reglamentos relevantes a la organización.

Etapas comunes en el desarrollo de una iniciativa de políticas

La mayoría de las iniciativas se caracterizan por un proceso de desarrollo de siete etapas. Estas etapas no siguen una secuencia por decirlo así sino que tienden a empalmarse, más como un proceso gradual que un procedimiento de línea recta. Es común que algunos grupos estén trabajando en más de una etapa a la vez una vez que la iniciativa comienza. Por ejemplo, los grupos van a “probar la temperatura del agua” constantemente y usarán esa retroalimentación para refinar o mejorar el trabajo. Las iniciativas efectivas raramente omiten alguna etapa de desarrollo. Las iniciativas que no resultan efectivas si lo han hecho. Muchas veces he escuchado decir en algunos grupos que procedieron sin mucha preparación porque había una oportunidad única que no podía esperar. Es verdad que el saber capturar el momento oportuno puede proveer palancas importantes para el éxito de la iniciativa pero por lo general los miembros del grupo opinan que hubiera sido mejor haberse esperado y haberse preparado mejor. No hay nada mejor que una buena preparación y el estar organizado solidamente para ayudar al grupo a tomar mejor ventaja de las oportunidades que se presentan y de crear otras nuevas oportunidades

Es también importante reconocer que la formulación de políticas es un proceso de negociación y compromiso. Cuando se trabaja en formular una política, para la cual hay pocos precedentes, hay que recordar que los gobiernos locales temen ser los primeros en una jurisdicción en adoptar una nueva ordenanza que no ha sido probada. Las ordenanzas que se pasan por primera vez son normalmente descritas de manera conservativa y abarcan menos de las que les siguen. Siempre es bueno tener conocimiento sobre algunas iniciativas de políticas similares que hayan sido promulgadas sin haberse enfrentado a oposición legal o por lo menos que hayan sido defendidas en la corte. Sin que exista un precedente, el argumentar por una nueva política puede ser difícil – pero no imposible. De cualquier manera, es buena idea decidir pronto cuales son las cosas que se pueden ceder y cuales otras no son negociables. Recuerde que siempre se puede retornar el tema y hacer cambios después pero es mejor y más fácil hacer las cosas bien desde un principio.

Etapas 1: Probando la temperatura del agua

La mayoría de los grupos se enfocan en el problema en esta etapa y comienzan apenas a desarrollar ideas para resolverlo. Esta es la instancia en que por primera vez se determina que algo concreto se puede hacer sobre un tema de interés pero no se sabe exactamente que. Con frecuencia se hacen un número de intentos que son “puestos a prueba” y son pasados por un

escrutinio para determinar si los apoya la comunidad, su legalidad y si pudieran tener éxito. En una ocasión un grupo comunitario en San Diego se organizó por causa la muerte a balazos de un joven local. Su primer objetivo fue de tratar de controlar la posesión de armas de fuego. Después de hacer investigaciones sobre los remedios legislativos que existían para esa problemática, cambiaron su enfoque para mejor concentrarse en prohibir armas chatarra – y encontrar maneras de regular las ventas de balas a nivel local. La lección clave que aprendieron fue que la coalición fue flexible y accedió a dirigirse a donde los residentes querían llegar.

Etapa 2: Definiendo la iniciativa

Una vez que el tema primario de interés se ha definido, debe refinarse y convertirlo en una clara y práctica iniciativa de políticas. Las mejores iniciativas surgen cuando los residentes articulan lo que es su política “ideal” y luego buscan los mejores mecanismos para convertir su visión en una realidad. El tema de la Coalición contra Expendios de Venta de Alcohol quería que hubiera menos licorerías en Oakland y quería que hubiera mejor regulación para las licorerías que ya existían. En su política ideal, ellos querían que los dueños de las tiendas, y no los fondos públicos, pagaran para hacer cumplir la ley. Ellos llevaron esta idea a los concejales de la ciudad quienes ordenaron a su personal que encontrarán la manera de que esto se llevará a cabo y así lo hicieron. La ordenanza requiere que los comerciantes paguen cuotas más altas por sus permisos condicionales para que eso se use en apoyar el incremento de la estructura reguladora.

Etapa 3: Estrategia y análisis

Una vez que la iniciativa se ha identificado, los grupos llevarán a cabo lo que se conoce como un análisis de poder para identificar las personas claves a quien se van a dirigir, los aliados, los oponentes y otros elementos importantes en la campaña. Es común que se refine la iniciativa una vez que se consigue esta información. Un ejemplo de esta consideración política y estratégica es la omisión del trabajo de construcción de las iniciativas de las coaliciones sobre salarios equitativos.

Etapa 4: Organizándose de manera directa

Una vez que se llevan a cabo la planificación estratégica y el análisis de poder, empieza los grupos a organizarse. En las campañas que se hacen en la ciudad o en el campo y que no tienen un enfoque de barrio, la organización se lleva a cabo apelando a otras organizaciones. Por ejemplo mucha de la organización sobre salarios equitativos se enfocó en los sindicatos, las organizaciones de abogacía y trabajadores afectados (que no estaban organizados). Las campañas que se centran en los barrios tienden a llevar a cabo más operaciones de puerta en puerta. En Los Angeles, la Coalición Comunitaria para la Prevención y Tratamiento del Abuso de Sustancias pidió a sus adherentes que fueran de puerta en puerta y que sirvieran de anfitriones para organizar fiestas que sirvieran de reuniones comunitarias. Ellos se enfocaron en los barrios donde el problema era que había muchas licorerías y de esa manera construyeron una base sólida de apoyo entre los más afectados por el problema. En esta etapa el trabajo con los medios de publicidad también comienza a cobrar fuerza.

Etapa 5: En la panza de la ballena

En algún punto de cada iniciativa, los que hacen trabajo de abogacía deben reunirse con las personas que tienen el poder de tomar decisiones para comenzar el largo proceso de conseguir que la política por la que se está abogando sea promulgada. Esta etapa se caracteriza por el trabajo que se hace con personal de la ciudad o el condado y para negociar y establecer responsabilidades. Durante esta fase, es muy importante mantener el enfoque en el objetivo inicial del grupo ya que es muy fácil ser atrapado por las trampas de la burocracia. El trabajar con los políticos es un trabajo “interno” pero eso no significa que hay que desconectarse de los grupos de base. El veterano organizado Greg Akili seguido expresa que, "No hay que adoptar la manera en “ellos” hablan ni como hacen las cosas porque si uno lo hace, los simpatizantes se confunden y pierden la confianza”. Es importante estar conectado todo el tiempo. Cuando asistan a un lugar, siempre vayan en grupo tomen turnos asistiendo a las reuniones; de esta manera se forma liderazgo y confianza.

Etapa 6: Triunfo y defensa

Si una iniciativa tiene la fortuna de ser promulgada, definitivamente hay que celebrar y hacer una evaluación. Sin embargo, tan pronto como se acaba la fiesta, la mayoría de las ordenanzas empiezan con la litigación. Hay que estar preparado para encarar la posibilidad de una litigación desde el principio de la iniciativa y a estar listo a tomar un papel activo en cualquier acción legal aun en el caso que sean el gobierno local y no el grupo quien sea el acusado. Algunas organizaciones como la Coalición Comunitaria y la Coalición contra Expendios de Venta de Alcohol obtuvo estatus de intermediario en litigación contra el gobierno de la ciudad. La Coalición contra el Licor de la Ciudad de Baltimore se aseguró que su abogado trabajara estrechamente con el abogado de la ciudad durante todo el proceso para asegurarse que se formulara un sólido testimonio público que los prepararía para la inevitable litigación.

Etapa 7: Cumplimiento

Después de que la política ha sido promulgada y libre de las barreras que se enfrentan en los tribunales, comienza el trabajo para que se cumpla la nueva ley. Las iniciativas que enfrentan poderosos oponentes continúan la negociación sobre aspectos tales como el tiempo en que la nueva política será implementada, la interpretación de algunas cláusulas y haciendo ajustes para encajar a la nueva política con otras prioridades del personal. Es importante que los grupos de base se mantengan involucrados durante todo este proceso.

Todas las fases son importantes

Un error común que se hace antes de empezar el trabajo directo de abogacía es impulsar una iniciativa de políticas sin ninguna preparación previa o un análisis que requieren las primeras tres etapas de desarrollo. Un sinnúmero de iniciativas de políticas omiten la etapa cuatro y como consecuencia carecen del apoyo de la base porque no han prestado la suficiente atención a organizar a la comunidad. Los que hacen trabajo de abogacía brincan directamente a la etapa cinco, a trabajar con los que hacen decisiones sobre políticas sin el apoyo de la base y sin el

conocimiento público de sus esfuerzos. Piensan que los que toman decisiones van a inclinarse a su favor por lo “sensible” que es la iniciativa. En realidad, las políticas tienen que ver menos con sensibilidad y más con intereses. Los que abogan por políticas nunca deben asumir que van a lograr apoyo basado en la lógica de sus argumentos o lo fuertes que son los lazos de sus relaciones personales.

Una coalición de una pequeña ciudad del Medio Oeste hizo eso. Tomaron la iniciativa de ir directamente a un político local sin haber creado el apoyo de la base, sin identificar a sus aliados y ni tan siquiera teniendo todos los detalles de su iniciativa. Su idea parecía simple y directa: querían que el hospital local llevara un registro de las instancias de trauma causadas por armas de fuego y el uso del alcohol. Fueron tomados por sorpresa cuando el administrador del hospital rehusó cumplir con su petición. Cometieron un simple error. El grupo tenía una buena relación con el administrador pero no tomaron en cuenta las implicaciones de tal política y el efecto que tendría en los recursos de personal del hospital. Cuestiones como esta se pueden manejar apropiadamente si se planea y se lleva a cabo la preparación necesaria.

Los roles de la investigación y la información

Toda política debe tener una fuerte base de investigación que respalde la estrategia o propuesta de la iniciativa en torno a un problema. Esto es de particular importancia en el caso de políticas progresivas de regulación. Este tipo de política pasa por mayor escrutinio que las políticas que dan la percepción de ser más favorables a los negocios. Este extra escrutinio puede ser favorable puesto que fuerza a los proponentes a asegurarse que sus políticas tienen efecto en cuestiones de la vida real que conciernen a la comunidad

Las iniciativas deben tener una extensa base de datos y los grupos no tienen que empezar desde el comienzo o llevar a cabo sus propios estudios. Existe una increíble cantidad de estudios que nunca han sido ampliamente diseminados y que pueden servir para respaldar iniciativas progresistas. En el departamento de servicios a familias y niños hay cientos de estudios que detallan el impacto de la pobreza en los niños y cientos más sobre políticas en torno al uso de drogas, el empleo, las relaciones raciales y otros temas. Una búsqueda en los índices de ciencias sociales o una búsqueda en el Internet pueden ser de mucha ayuda en el tema que concierne.

La información puede servir como guía para el desarrollo de una iniciativa en no menos de tres maneras. Puede dirigir el enfoque de al proveer detallada información sobre el problema. Los datos pueden indicar el impacto y la severidad del problema y su justificación para tomar acción y finalmente, demostrando como algunos grupos son desproporcionalmente afectados por el problema. La información demuestra que el problema no es una casualidad sino que está conectado concretamente a factores sociales y ambientales.

Hablando prácticamente, la investigación debe proveer un análisis claro de los temas de interés a los que el grupo se quiere dirigir. Una cosa es decir, "Tenemos un problema con los jóvenes que toman" a decir contundentemente: "Tenemos problemas relacionados con el alcohol porque los comerciantes les están vendiendo alcohol a los jóvenes locales en estos expendios en particular." Lo que marca la diferencia es la investigación basada en la comunidad. Obtengan cuantos

reportes, encuestas, observaciones personales y cualquier otra información que de manera precisa describa el problema para poder identificar las opciones de políticas eficaces. Usando como ejemplo los jóvenes que toman, es buena idea saber entre otras cosas el número de arrestos a jóvenes, los que han sido lesionados y heridos y cualquier otro tipo de incidentes así como donde compran las bebidas alcohólicas, cual es su marca preferida y en donde van a consumir el alcohol.

La investigación puede ilustrar que iniciativas políticas existen y puede servir para iniciar otras nuevas. Cuando un grupo de la comunidad en Oakland, California formó una coalición para combatir el acceso al alcohol de los jóvenes. Lo que ellos querían era proponer iniciativas de políticas concernientes a la regulación de cartelones de anuncios. Sin embargo los estudios que se hicieron para explorar posibles opciones de políticas y la efectividad de estas en otras comunidades, se les indicó que sus esfuerzos serían mejor recompensados si se enfocaban en temas que tuvieran que ver con las licencias para expendios de alcohol. El grupo ajustó las estrategias en acorde y se dirigieron al consejo de la ciudad poco tiempo después. En menos de un año, pudieron convencer al consejo a pasar una ordenanza que se considera una de las más fuertes en la regulación de expendios de alcohol en California – una que incluía un moratorio de nuevos expendios en áreas de alta densidad.

Otra buena razón para tener detallada información para sustanciar recomendaciones de política es que toda legislación debe estar basada en hallazgos o una serie de hechos que proveen el argumento para promulgar la ley. Estos hallazgos son importantes porque ellos constituyen mucho de la carga legal en caso de que la ley fuera cuestionada en los tribunales. Sobre todo, hay que tener información que claramente describe el problema de tal modo que ayude a que la comunidad, la coalición y los medios de comunicación se den cuenta de la seriedad del problema

Esto requiere que se hagan algunos estudios y se recabe información al *principio* de una iniciativa – la cual no se debe limitar a los confines de una biblioteca. Los activistas pueden con más frecuencia identificar estas cuestiones hablando con sus vecinos, caminando por la calle y observando los barrios con una nueva perspectiva y observar las cosas valiosas o factores de protección así como los factores que ponen a los vecinos en riesgo.

Factores del ambiente

Cualquier comportamiento o actividad se desarrolla dentro de un contexto o medio ambiente que lo moldea. El evaluar los factores ambientales de una comunidad significa cambiar el enfoque de los problemas individuales al *contexto* en el cual estos problemas se presentan. Este cambio es importante porque los factores ambientales pueden jugar un papel mayor en la proliferación y *prevención* de problemas en una comunidad. Esto sirve para cambiar la perspectiva del individuo al ambiente, tal como una cámara que abre el lente para que cambie el enfoque de un simple retrato a capturar el trasfondo que lo rodea. Hay diferentes niveles y dimensiones dentro del panorama de una comunidad.

El identificar los factores de riesgo y los de protección requiere prestar atención al medio ambiente de una comunidad o al contexto en que estas cosas valiosas y estos riesgos existen.

Los factores de riesgos son esas políticas, cuestiones, normas, problemas, necesidades, deficiencias, etc. que se levantan como barreras para comunidades. Los factores protectivos son aquellas normas, instituciones, o políticas, etc. que dan apoyo y realzan el desarrollo y la salud de una comunidad. Todas las comunidades tienen ambos factores y entran en una u otra categoría

Un plan para llevar a cabo una iniciativa tiene tres partes principales:

Objetivo o lo que queremos lograr. El objetivo debe ser fácil de entender y debe reflejar el criterio del grupo lo más que sea posible. Un buen objetivo requiere que el tema de interés se forje o se convierta en acción efectiva y alcanzable y que tenga el apoyo e involucramiento de la comunidad.

Persona clave u organismo legislativo que tiene el poder de promulgar las acciones propuestas. La diferencia entre educación y abogacía es que la abogacía busca que se hagan cambios concretos a nivel institucional. El tener un amplio segmento de la población como objetivo está bien cuando se trata de hacer trabajo de alcance o educación sobre salud pero esto simplemente no trabaja cuando se trata de llevar a cabo iniciativas de abogacía. Cada iniciativa debe indentificar una persona clave o cuerpo legislativo que pueda promulgar el cambio institucional requerido para lograr una meta. Por ejemplo, cuando se desarrolla una iniciativa para prohibir el uso de anuncios de alcohol y tabaco cerca de las escuelas, el grupo debe identificar quien es la persona o institución que puede hacerlo, pudiera ser una ordenanza de la ciudad, una política de la compañía que pone los anuncios, una ley estatal, etc. Cada cuerpo legislativo o persona clave puede servir en el desarrollo de estrategias. Identificando las personas o entidades clave es indispensable en el desarrollo de un plan porque señala el enfoque de los esfuerzos para lograr que la persona tome acción.

Nota: No confunda a las personas claves a quien se tiene que dirigir con los aliados que necesita para poder ganar. Las personas claves siempre son las personas dentro del organismo que tiene el poder de tomar decisiones y que son ellos en últimas instancias los que tienen el poder de otorgar al grupo sus objetivos. Hay muchas personas que trabajan con ellos y que hacen labor de convencimiento pero no son ellos las personas clave. (Ver los materiales que se refieren a este tema al final de esta sección para mayor información).

Objetivos necesarios para logra el propósito. Una vez que el grupo ha identificado el propósito, estará listo para desarrollar un plan de acción y una serie de objetivos con un cronograma para ponerlo en marcha y que se lleve a cabo.

Opciones políticas más allá de la legislación

(Adaptado de *Formulando Políticas Haciendo Cambios: Cómo Las Comunidades Están Tomando Las Leyes En Sus Propias Manos* por Makani Themba)

Antes de comenzar cualquier iniciativa, es importante decidir de qué manera se va a abordar el tema en cuestión. La formulación de políticas no siempre significa que hay que convertirlas en legislación. Algunas veces no es práctico promulgar leyes porque puede ser que sea demasiado prematuro tratar de resolver el problema directamente. Tal vez otras cosas tengan que hacerse antes para establecer las bases que culminaran en regulación en el futuro. Los que hacen trabajo de abogacía deben tener una cantidad de herramientas que puedan usar en lugar de la legislación, o como complemento de de las estrategias legislativas. Las cuatro acciones políticas más comunes (además de la legislación) son los acuerdos voluntarios, las demandas, los moratorios y los estudios por mandato.

Acuerdos voluntarios

Los acuerdos voluntarios son pactos entre la comunidad y las instituciones que perfilan las condiciones, expectativas y obligaciones sin que tengan el peso de la ley. Esta es una buena opción en instancias donde no existe el apoyo para formular regulaciones más formales. Los acuerdos voluntarios no tienen que estar limitados a palabras cordiales y un apretón de manos ya que las comunidades pueden negociar por medio de acuerdos escritos que claramente estipulen las condiciones del acuerdo.

El conseguir un sólido acuerdo también requiere llevar a cabo estudios y organizarse. Lo que puede ser de ayuda es identificar todos los actores institucionales que puedan impactar el tema en cuestión. Una vez que estos actores hayan sido identificados, se tiene que determinar cual es su papel y que acciones pueden ellos llevar a cabo para mitigar las condiciones dañinas en la comunidad. Una vez se haga esto, se puede desarrollar una "lista de deseos" de lo que a uno le gustaría que la institución(es) hiciera. Es muy importante identificar tanto las cosas atractivas como las no atractivas que la institución llevará a cabo y también identificar como la comunidad puede lograr respaldar el acuerdo. Todo esto tendrá que ser negociado y la comunidad tendrá que poner presión para lograr el acuerdo. Hay que asegurarse que ninguna persona sola se pone a negociar sobre el acuerdo. Es necesario que *or lo menos dos personas estén presentes en toda ocasión.

Demandas y otras disputas

Las demandas y otras acciones en los tribunales pueden ser tediosas y caras. Los grupos deben considerar todas las otras opciones que tienen antes de decidir hacer una demanda. Si acaso una organización tuviera los recursos necesarios (en personal, dinero, y servicios sin costo) una bien enmarcada intervención legal podría resultar beneficiosa a corto y largo plazo, aun en el caso que lo único que consiguiera fuera que los oponentes se acercaran a la mesa de discusión. El marco de cualquier acción es importante, se debe tener cuidado que las personas o entidades a quienes se está demandando incluyan a las compañías sede y a cualquiera otra entidad o persona que se beneficie de la acción que el grupo demandante quiere.

Los activistas pueden aprender mucho de la manera tan diestra que usan los interrogadores –haciendo peticiones para conseguir información y documentos de los oponentes. En algunos casos, los grupos consultan con otros activistas para conseguir cualquier información que pueda ser útil para usarla en otros temas distintos al que se está tratando en el momento. Por ejemplo, un grupo hizo una demanda contra una compañía de productos de alcohol por violar derechos de autor y para sustanciar su caso pidieron información a los activistas de políticas de toda la nación. Los documentos de esa demanda les dieron los fundamentos para formular políticas por muchos años, aunque el caso original fuera dictaminado fuera de los tribunales.

Otras acciones legales que comúnmente persiguen los grupo de base incluyen acciones para suspender la implementación de leyes antes que éstas sean puestas en efecto. Algunas veces una organización no le queda mas remedio que meterse en un procedimiento legal como el unico camino de defender sus derechos. Crecientemente, algunas compañías estan demandando a los gobiernos locales, grupo y activistas por sus esfuerzos de hacerlos responsables.

Las demandas pueden causar temor y distraer a un grupo si no se integran apropiadamente en la estrategia general de una organización. La primera y más importante regla es nunca guardar una demanda, o la amenaza de ser demandado, en secreto. Hay que asegurarse que las acciones de la organización se hacen públicas. Si el blanco de la demanda es una jurisdicción local que promulgó la política, su organización puede usar un abogado para que intervenga y se asegure que los intereses de la comunidad son tomados en cuenta. El estatus de Interventor habilita a un grupo comunitario a participar en una demanda y presentar argumentos como si fuera el acusado. Este tipo de participación puede significar una diferencia cuando la jurisdicción local no se siente muy comprometida a defender una ordenanza en los tribunales.

Moratorios

Algunas veces solo es necesario suspender las actividades de una politica hasta que se puedan hacer estudios subsecuentes sobre su impacto y posibles alternativas. Algunos moratorios comunes incluyen la prohibición de nuevos expendios de alcohol, anuncios, tiraderos, o construccion de oficinas. No es suficiente implementar la prohibición por un tiempo, durante un moratorio de politico se debe de usar el tiempo para recabar más información y evaluar las opciones de las políticas.

Estudio por mandato

Los estudios pueden ser costosos y tomar tiempo. Si el tiempo lo permite, ¿Por qué no esperar a que los gobiernos locales hagan las investigaciones? Los recursos que se necesitarian se pueden utilizar para hacer un buen trabajo de recopilación de datos. Los parámetros pueden ser dictados por la política sobre la clase de grupo o institución que pueda conducir el estudio; las preguntas claves para enmarcar el estudio, el involucramiento de los residentes y el monitoreo del estudio; y el plan de diseminación y uso de los resultados. Una coalición de Los Angeles, California consiguió que la ciudad llevara a cabo un estudio sobre salarios justos, el estudio era el propio de la ciudad.

Declaración sobre el impacto de la equidad una herramienta para formular políticas



Proyecto Praxis
www.thepraxisproject.org

Desarrollado como parte del Programa sobre Políticas del Centro de Investigación
Aplicada a la Innovación de los Esfuerzos de Base

Declaración del impacto de la equidad en la formulación de políticas locales

¿Por qué hay que medir el impacto de la equidad?

La equidad y la imparcialidad como componentes de una política no son un accidente. Los cuerpos legislativos deben poner atención al impacto de sus políticas y asumir un papel activo en asegurarse que tanto el intento como el impacto son consistentes con los valores expresados en una jurisdicción. Al medir el impacto de la equidad en algunas áreas representativas, un cuerpo legislativo puede evaluar si las leyes y los mandatos sirven para adelantar una agenda imparcial, si se reparten las tareas reguladoras de manera justa y si ayudan a remediar los patrones históricos de discriminación y prejuicios.

Existe otra razón crítica para desarrollar medidas de equidad en la formulación de políticas. Las jurisdicciones están bajo “estricto escrutinio” por los tribunales cuando imponen remedios basados en consideraciones raciales mientras que si se trata de remediar cuestiones de género, el escrutinio no es tan estricto. El escrutinio estricto tiene que tener estos dos requisitos:

- un apremiante interés del gobierno
- una intervención estrechamente diseñada para dirigirse a los efectos de manifiesta discriminación

A una jurisdicción le será difícil cumplir con estos requisitos sin identificar el apremiante interés y obteniendo una cantidad de evidencia sobre decisiones que se hayan hecho y el impacto que éstas hayan tenido entre varios constituyentes.

En la implementación de este proceso, se recomienda altamente que la jurisdicción considere otorgar un contrato a una organización que lleve a cabo investigaciones para que haga una evaluación de la misma manera en que una jurisdicción identificaría a una agencia a que hiciera un estudio de impacto al medio ambiente. Los proyectos grandes y complejos se pueden beneficiar con la retroalimentación que puede ser provista por una organización que tiene experiencia con este tipo de evaluación.

Definiendo a quien concierne y que alcance tiene el proceso

Es importante identificar claramente las comunidades (grupos) a quienes les concierne este proceso (cuestiones de raza, etnicidad, género, discapacidades, bajos recursos, etc.) y establecer definiciones para estas comunidades. En la mayoría de las jurisdicciones estas comunidades ya han sido definidas usando alguna versión de pautas regionales o gubernamentales. Hay que asegurarse que se incluyen las definiciones relevantes para usarlas en la política apropiada

Efectos adversos. Una jurisdicción también debe definir claramente que constituye un efecto adverso sobre las comunidades que le conciernen. La Orden Ejecutiva de EU 12898 contiene lenguaje que ofrece un punto de partida sobre este tema:

Efectos adversos se refieren a la totalidad de un significativo efecto individual o acumulativo a la salud o al medio ambiente incluyendo los efectos sociales y económicos que pudieran incluir pero no están limitados a: incapacidad corporal, enfermedad, debilidad, muerte; destrucción o interrupción de recursos naturales o los creados por el hombre, destrucción o interrupción a la cohesión de una comunidad o a su vitalidad económica contaminación del agua, el aire, o el suelo; destrucción o disminución de valores; destrucción o interrupción de la disponibilidad de edificios y servicios públicos y privados; vibración; efectos adversos en el trabajo; desplazamiento de personas, negocios, granjas u organizaciones sin fines de lucro; incrementos en congestión de tráfico, aislamiento, exclusión o separación de minorías y personas de bajos recursos en cierta comunidad o de la comunidad en general; y la negación, reducción o tardanza en recepción de beneficios de la jurisdicción, programas, políticas, o actividades.

Desarrollo de mecanismos para evaluar el impacto de equidad

Lo que sigue es un proceso que los gobiernos locales pueden promulgar para *institucionalizar* un mecanismo que evalúe el impacto de sus políticas sobre equidad e imparcialidad. La promulgación de este procedimiento requeriría que una jurisdicción enmiende y amplíe el proceso de crear leyes:

Enmiende o revise la declaración de valores de la jurisdicción (o defina algunas conclusiones y valores) para que sirva como guía de este proceso.

Una jurisdicción debe articular declaraciones claras o conclusiones que sirvan para avalar la formulación de políticas que tomen en cuenta la equidad, la integridad y los prejuicios institucionales históricos. Una declaración de valores pudiera incluir lo siguiente:

- La jurisdicción se compromete a asegurar que cada una de las políticas que se promulguen reflejarán los principios de equidad e integridad
- La jurisdicción da por consabido que el desempeño del trabajo se hará de manera equitativa y justa tomando en consideración los que los prejuicios y la discriminación requieren una actuación decidida y concertada.
- La jurisdicción reconoce que las instituciones pueden jugar un papel negativo en cuestiones de equidad racial. Por tal razón actuará de manera proactiva y encarará

los esquemas de discriminación y prejuicios presentes y pasados de tal manera que verdaderamente se generan oportunidades equitativas para todos sus residentes.

Las conclusiones pudieran incluir lo siguiente:

- La formulación de políticas locales es un factor de importancia crítica para promover oportunidades para los residentes. Las políticas locales ayudan a crear trabajos, actividades comerciales, viviendas, a determinar el uso y valor de la tierra así como el desarrollo de códigos y reglamentos para la administración de funciones públicas tales como el cumplimiento de las leyes, instalaciones de salud y sanitarias y acceso a lugares de recreación.
- Las comunidades de residentes de color de bajos recursos han sido tradicionalmente víctimas de discriminación y prejuicios institucionales. Estudios conducidos por el centro federal de Investigación Aplicada de la Oficina de Derechos Civiles de la Universidad de Michigan y otros estudios han demostrado que las políticas de los gobiernos locales juegan un papel significativo en esta victimización al promulgar políticas que agravan y/o perpetúan la inequidad.
- Las asignaciones de presupuestos locales y recursos tienden por tradición a favorecer a los residentes blancos y a los más afluentes en jurisdicciones locales. Estudios del Centro de Investigación Aplicada y el Instituto sobre Raza y Pobreza han encontrado que los gobiernos locales ponen atención a estos prejuicios tradicionales y toman medidas concientes para encararlas y desarrollar políticas más justas y más equitativas que den como resultado un desarrollo más equitativo y justo.
- Una jurisdicción que se compromete al justo y equitativo tratamiento de todos sus residentes promulgará políticas que reflejen esos valores en todos los niveles del proceso. Por esta razón, será la política de la jurisdicción administrar y monitorear activamente las operaciones y la toma de decisiones para asegurar que la no discriminación es una parte integral de todos sus programas, políticas y actividades.
- Existe una relación de los usos positivos y negativos de lugares y la calidad de vida de las personas que viven cerca de estos lugares. El compromiso de la jurisdicción para asegurarse que todos sus residentes gozan de una calidad de vida decente requiere que sus residentes compartan tanto las cargas de los necesarios usos negativos y el beneficio de los usos positivos de manera justa y equitativa.
- Estas políticas son promulgadas de acuerdo a varias convenciones de las Naciones Unidas incluyendo la Convención Internacional sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Racial adoptadas por las Naciones Unidas y ratificadas por muchos gobiernos del mundo para permitir que una jurisdicción se convierta en

una ciudadana del mundo responsable por desempeñar los más altos estándares de imparcialidad.

- El dar cuenta a los constituyentes de una jurisdicción es importante para el Consejo. El Consejo reitera la importancia de evaluar el impacto que sus políticas significan para sus residentes al correr del tiempo y a utilizar esta evaluación para desarrollar nuevas iniciativas sobre políticas.
- Como parte del compromiso de la jurisdicción a dar cuentas, incrementará sus esfuerzos para que las políticas contra la discriminación y prejuicios sean instituidas ya que por principio de cuentas, el cumplimiento es tan importante como la promulgación de las políticas. La jurisdicción se compromete a proveer recursos para apoyar, implementar, y evaluar las políticas en esta área.

Establecer sistemas de documentación, evaluación y mecanismos para hacer informes: cuerpo de evidencia

El desarrollo de un sistema de informes en estas áreas requiere que se expandan las funciones de los abogados de la jurisdicción y de las oficinas de planeación de la jurisdicción para que lleven a cabo evaluaciones previas en preparación para las discusiones sobre ordenanzas propuestas. Hay que evaluar como se usan los procedimientos que ya están establecidos para minimizar la carga de trabajo adicional. Por ejemplo, algunos datos o análisis pueden ya estar disponibles como parte de un plan de sostenibilidad o alguna ordenanza de planificación. La jurisdicción local que se ha comprometido a darle cuenta a los constituyentes tiene que tener un sistema de documentación ya establecido. En estos casos, algunos apartados extras a una base de datos que ya existe puede marcar una significativa diferencia para hacer el trabajo requerido.

Adapte una serie de preguntas normativas que puedan ser incorporadas en el proceso legislativo. Una jurisdicción puede optar por excluir ciertas acciones (ej., resoluciones, revisiones menores a códigos, etc.) de esta revisión adicional. También debe ordenar otras acciones para revisión por ejemplo, desarrollo económico, presupuestación, designación de lugares, planificación, y demarcación.

Este proceso de formular por lo menos tres preguntas principales:

1. ¿Afectará la política propuesta el cumplimiento de las políticas regionales, nacionales, e internacionales contra la discriminación y los prejuicios? ¿De qué manera? Si surgen problemas o conflictos, como se pudieran resolver?
2. ¿Afectará la política propuesta el acceso al sustento (vivienda asequible, trabajos para los residentes, transportación, acceso a alimentos, servicios de emergencia y cuidado de la salud, acceso a escuelas de calidad)?

3. ¿Comprometerá o mejorará la política propuesta la calidad de vida? (ej., reducirá acceso a lugares de recreación, servicios, incrementará el crimen, etc.)
4. ¿Qué comunidades geográficas y/o culturales tendrán que llevar una carga más pesada si se implementa la política propuesta? ¿Cuáles obtendrán el mayor beneficio?

Desarrollo de mecanismos para identificar, evaluar y enfrentar los efectos adversos en la salud pública y el ambiente.

En caso que el impacto y alcance de una política sea bastante considerable, la jurisdicción debería convocar a las personas claves y desarrollar otras herramientas para medir el impacto adicional. Por ejemplo, la propuesta de construir un centro comercial pudiera requerir que se hicieran otros estudios en torno al desplazamiento de los negocios allí establecidos, los valores de las propiedades inmuebles y los acuerdos de negociación para emplear a personas de la localidad.

Cuando se identifican los efectos adversos, los mecanismos para hacer frente a estos impactos deberían incluir como mínimo los siguientes componentes delineados en las políticas del gobierno federal en torno al avance de la justicia ambiental:

Identificar el riesgo de discriminación en las primeras fases del desarrollo del programa, política o actividad para asegurarse que se puedan tomar medidas correctoras positivas.

En la implementación de este proceso, la siguiente información se debe obtener cuando se considere relevante y apropiado:

- La población a quien se va a servir y a las personas afectadas por cuestiones raciales, niveles económicos u origen nacional;
- Pasos que se proponen para evitar los desproporcionalmente adversos efectos en las personas por cuestiones de raza, color de la piel, u origen nacional;
- Presente y propuesta membresía por raza, color, u origen nacional, en cualquier tipo de planificación o cuerpo asesor que sea parte de la política, programa o actividad.

Las políticas, programas y actividades serán administradas de tal manera que se evite la discriminación y evitarán los desproporcinadamente altos efectos adversos en las poblaciones minoritarias al:

- (1) Identificar y evaluar los efectos de programas, políticas y actividades en el ambiente, la salud pública, y sobre factores socio-culturales:

- (2) proponer medidas que eviten, minimicen o mitiguen los desproporcionalmente adversos efectos en la salud pública y el ambiente con sus interrelacionados efectos sociales y económicos dando oportunidades de mejorar las comunidades, los barrios y las persons afectadas por medio de programas políticas y actividades permitidas por la ley y consistentes con este dictamen;
- (3) considerar alternativas a programas propuestos, políticas y actividades de tal manera que las actividades resulten en minimizar o eliminar los impactos adversos consistentes con este dictamen; y
- (4) solicitar información de la comunidad cuando se consideren las alternativas dando oportunidad para que el público se involucre y considerando sus aportaciones las cuales incluyen información de comunidades minoritarias y poblaciones de bajos recursos que son afectadas.

Este proceso, aunque difícil, puede dar satisfacción, puede lograr mayor colaboración en la formulación de políticas y fortalecer el apoyo del público y los aportes de información para desarrollar mecanismos que avancen el trabajo en equidad y justicia. En seguida hay una lista abreviada de organizaciones que pueden prestar asistencia técnica con este fin. Existen muchos otros grupos que tienen muchos recursos y algunas de las organizaciones que se mencionan cuentan con expertos en una amplia gama de temas pero solo se describen dos o tres categorías de lo que pueden hacer. Si tienen otras preguntas por favor llámenos al Proyecto Praxis Project para ver como les podemos servir.

RECURSOS (una lista muy abreviada)

Land Use and Planning Equity

American Planning Association
Joanne Garnett, President
1776 Massachusetts Ave., NW
Washington, DC 20036-1904
Phone: (202) 872-0611
Fax: (202) 872-0643
Email: lulzd@planning.org
Website: <http://www.planning.org/switchbd/apadirec.html>

Land Use Law Center
John R. Nolon, Director
Pace University School of Law
78 Broadway, White Plains, NY 10603
Phone: (914) 422-4262
Email: landuse@law.pace.edu
Website: <http://www.law.pace.edu/landuse/>
Useful Gateway for planning issues
Website: <http://www.cyberbia.org/>

Housing Policy Equity

National Low Income Housing Coalición (NLIHC)
Sheila Crowley, President
1012 Fourteenth Street NW, Suite 610
Washington, D.C. 20005
Phone: (202) 662-1530
Fax: (202) 393-1973
Website: <http://www.nlihc.org/>

National Housing Institute
Harold Simon, Executive Director
439 Main Street Suite 311
Orange, NJ 07050
Phone: (973) 678-9060
Fax: (973) 678-8437
Website: <http://www.nhi.org/>

Equity in Economic Development

Economic Policy Institute
Jeff Faux, President
1660 L Street NW
Suite 1200
Washington, DC 20036
Phone: (202) 775-8810
Fax: (202) 775-0819
Website: <http://www.epinet.org/>

Center for Community Change
Andrew Mott - Executive Director
1000 Wisconsin Avenue, NW
Washington, DC 20007
Phone: (202) 342-0519
Fax: (202) 333-5462
Website: <http://www.communitychange.org/>

Corporation for Enterprise Development (CFED)
Brian Dabson - President
777 North Capitol Street,
NE, Suite 410
Washington, DC 20002
Phone: (202) 408-9788
Fax: (202) 408-9793
Website: <http://www.cfed.org/>

Poverty & Race Research Action Council
Chester Hartman, Director
3000 Connecticut Ave, NW
Suite 200
Washington, DC 20008
Phone: (202) 387-9887
Fax: (202) 387-0764
Website: <http://www.prrac.org/topics/resources/hungerresources.htm>

United for a Fair Economy
Chuck Collins
37 Temple Place 2nd Floor
Boston, MA 02111
Phone: (617) 423-2148
Website: <http://www.ufenet.org/>

Food Access

America's Second Harvest
Deborah Leff, President
116 S. Michigan Ave., #4
Chicago, IL 60603
Phone: (312) 263-2303
Website: <http://www.americanharvest.org/>
Poverty & Race Research Action Council
Chester Hartman, Director
3000 Connecticut Ave., NW, Suite 200, Washington, DC 20008
Phone: (202) 387-9887
Fax: (202) 387-0764
<http://www.prrac.org/topics/resources/hungerresources.htm>

Equity and Fairness in Crime Policy/Law Enforcement

The Sentencing Project

Marc Mauer, Director
514 - 10th Street, NW
Suite 1000
Washington, DC 20004
Phone: (202) 628-0871
Fax: (202) 628-1091
Website: www.sentencingproject.org

Assessing Racial and Gender Impact

Applied Research Center
Gary Delgado, Director
3781 Broadway
Oakland, CA 94611
Phone: (510) 653-3414
Fax: (510) 653-3427
Website: <http://www.arc.org/>

Center for Women Policy Studies
Leslie R. Wolfe, President
2000 P St., NW, Suite 508
Washington, DC 20036
Phone: (202) 872-1770
Fax: (202) 296-8962

American Association of University Women (AAUW)
Sandy Bernard, President
1111 16th Street, NW
Washington, DC 20036-4873
Type: advocacy
Phone: (202) 785-7793
Fax: (202) 466-7618
Website: <http://www.aauw.org>

Ms. Foundation for Women
Marie C. Wilson
120 Wall Street, 33rd Floor
New York, NY 10005
Phone: (212) 742-2300
Fax: (212) 742-1653
Website: <http://www.ms.foundation.org/>

Institute on Race and Poverty
Gavin Kearney
415 Law Center
229 19th Avenue
Minneapolis, MN 55455
Phone: (612) 625-8071
Fax: (612) 624-8890
Website: www.umn.edu/irp
Disability Equidad and Access Issues

National Council on Disability
Ethel D. Briggs, Executive Director

1331 F St., NW, Suite 1050
Washington, DC 20004-1107
Phone: (202) 272-2004
Fax: (202) 272-2022
TTY: (202) 272-2074
Website: <http://www.ncd.gov/>

National Association of Developmental Disabilities Councils
Charlotte Duncan, President
1234 Massachusetts Ave, NW, Suite 103
Washington, DC 20005
Phone: (202) 347-1234
Fax: (202) 347-4023
Website: <http://www.igc.apc.org/NADDC/>

Age Discrimination and Ageism
AARP

Joseph S. Perkins, President
601 E. St. NW
Washington, DC 20049
Phone: (800) 424-3410
Website: <http://www.aarp.org/>

Public School Equidad
ERASE

Terry Keleher
3781 Broadway
Oakland, CA 94611
Phone: (510) 653-3414
Fax: (510) 653-3427
Website: <http://www.arc.org/>

Rethinking Schools

Bob Peterson
1001 E. Keefe Avenue, Milwaukee, WI 53212
Phone (800) 669-4192
Fax: (414) 964-7220
Website: <http://www.rethinkingschools.org>

National Coalición of Education Activists
PO Box 679
Rhinebeck, NY 12572
Phone: (914) 876-4580
Fax: (914) 876-4461
Website: <http://members.aol.com/nceaweb/>
Employment

Good Jobs First
Greg LeRoy
1311 L Street NW
Washington, D.C. 20005
Tel: (202) 737.4315
Fax: (202) 638.3486
Website: <http://www.ctj.org /itep/gfj.htm>

Labor/Community Strategy Center

3780 Wilshire Blvd, Suite 1200
Los Angeles, CA 90010
Phone: (213) 387-2000
Website: <http://www.igc.org/lctr/>

Center for Budget and Policy Priorities
Robert Greenstein, Executive Director
820 First Street, NE, Suite 510
Washington, DC 20002
Phone: (202) 408-1080
Fax: (202) 4088-1056
Website: <http://www.cbpp.org>

Jobs With Justice
501 Third Street NW
Washington DC 20001-2797
Phone: (202) 434-1106
Fax: (202) 434-1477
<http://www.jwj.org/corepage.htm>

Environmental Quality

Earth Island Institute
Robert Wilkinson, President
300 Broadway, Suite 28
San Francisco, CA 94133
Phone: (415) 788-3666
Fax: (415) 788-7324
Website: <http://www.earthisland.org/>
Greenpeace USA
Damu Smith
1436 U Street, NW
Washington, DC 20009
Phone: (202) 462-1177
Fax: (202) 462-4507
Website: <http://www.greenpeace.org>

The Preamble Center
Kim Freeman
2040 S Street, NW
Washington, D.C. 20009
Phone: (202) 265-3263.
Website: <http://www.preamble.org/>
Fair Budgeting

Center for Budget and Policy Priorities
Robert Greenstein, Executive Director
820 First Street, NE
Suite 510
Washington, DC 20002
Phone: (202) 408-1080
Fax: (202) 4088-1056

Website: <http://www.cbpp.org>

OMB Watch

Gary D. Bass, Executive Director
1742 Connecticut Avenue, NW
Washington, D.C. 20009
Phone: (202) 234-8494
Fax: (202) 234-8584 fax
Website: <http://www.ombwatch.org/>

Local Application of International Human Rights Policy

International Human Rights Law Group

Gay McDougall, Director
1200 18th Street, NW
Suite 602
Washington, DC 20036
Telephone: (202) 822-4600
Fax: (202) 822-4606
Website: <http://www.hrlawgroup.org/>

International Possibilities Unlimited

Dr. Deborah Robinson, Executive Director
5113 Georgia Ave., NW
Washington, DC 20011
Phone: (202) 723- 5622
Fax: (202) 723-5637
Website: www.ipunlimited.org

Transportation

Labor/Community Strategy Center

3780 Wilshire Blvd, Suite 1200
Los Angeles, CA 90010
Phone: (213) 387-2000
Website: <http://www.igc.org/lctr/>

Surface Transportation Policy Project

1100 17th Street, NW 10th Floor
Washington, DC 20036
(202) 466-2636
www.transact.org

About The Praxis Project

- About the Organization
- Praxis Staff
- Upcoming Training Events
- This Session's Trainers and Presenters



1750 Columbia Road
Washington, DC 20009

phone: 202/234-5921
fax: 202/234-2889

info@thepraxisproject.org
www.thepraxisproject.org

About The Praxis Project

"Who suffer the effects of oppression more than the oppressed? Who can better understand the necessity of liberation? They will not gain this liberation by chance but through the praxis of their quest for it, through their recognition of the necessity to fight for it."

- Paulo Freire

Mission

Praxis' mission is to support and partner with communities to achieve health justice by leveraging resources and capacity for policy development, advocacy and leadership. Praxis uses innovative participatory approaches that bridge theory, research and action.

What is health justice?

A community's health is as much the result of institutional politics and practice as it is personal choice. Which communities have fresh, nutritious food? Where do governments allow dumping? Who is more often targeted by advertisers with unhealthy products? Which communities have state-of-the-art medical facilities? Which ones don't?

All of these factors are symptoms of the bias and privilege that shape virtually every aspect of our lives. It is no secret that across nearly every indicator of health status, poor people and people of color are more likely to be sick, injured, or die prematurely. Great brochures and good advice are not enough. It will take organizing from the ground up; social change that transforms the current systems of neglect, bias, and privilege into systems -- politics, practices, institutions -- that truly support health for all. That's health justice.

Why Policy?

Politics determine our quality of life. They are the agreements, the codes that shape every aspect of our lives. That is why all around the country, people are turning to advocacy and policymaking as tools to improve their communities.

Training: Building Skills and Community

Community groups are often trained in service provision, education or public health. They need new and different skills to enact policy changes -- media advocacy, community organizing, legislative advocacy, etc. However, building skills is not enough. These advocates also need a supportive community in which they can explore new models, forge new alliances and learn from each other's experiences. Praxis is dedicated to the principles of popular education. Staff is experienced in training and education approaches that value participation and experiential learning. Guiding principles of the training component are closely tied to Praxis' overall commitment to capacity building.

Technical Assistance

Even with the best training, advocates need support in implementing their advocacy and policy initiatives. The best technical assistance is the right help at the right time, a sort of policy triage

that flexibly and effectively anticipates the fluid, changing needs of advocates. This means the development of mechanisms via mail, phone and on-line to respond to requests quickly and efficiently.

Evaluation that Matters

To truly evaluate policy approaches, process measures must reflect an understanding of where the "transcript" of the policymaking process is "written" (i.e., in meetings, in phone conversations and press conferences) and how to make explicit this transcript of events (or body of evidence) so that the process can be explained to readers, so they can replicate it and that process can be credibly linked to the outcomes. This requires a fair amount of ethnography and attention to the process as one resembling political science more than medical science. Strong interviewing skills, extensive experience with the policymaking process, the ability to write clearly and effectively for people outside of academia, and the ability to effectively translate those skills into the development of an appropriate evaluative framework are critical elements of Praxis' approach.

Research for a New Climate

This is the Information Age and research is the new currency in policymaking. Praxis is committed to developing information to help shape policy and strategy in this shifting social climate. Focus group testing, polling, media content and data analysis are a critical part of our research component. We examine the context as well as the content of policy initiatives to provide credible information that advocates can use.

Who We Serve

Praxis is committed to serving community groups and institutions (both public and private) that want to address social issues through environmentally-focused politics. Why an environmental focus? Most policymaking focuses on the punishment and surveillance of individuals -- often individuals who are poor, disfranchised and/or are people of color. Whether at the national, state or local level, we will work with groups to shift the balance toward approaches that address root causes and increase corporate and institutional accountability. Serving those disproportionately affected by social problems is a priority.

The Praxis Project
1750 Columbia Road, NW, 2nd Floor
Washington, DC 20009
202-234-5921
202-234-2689
www.thepraxisproject.org
info@thepraxisproject.org

Praxis Staff Members

Makani Themba-Nixon, Executive Director

E-mail: mthemba@thepraxisproject.org

Makani Themba-Nixon is director of The Praxis Project. An internationally renowned trainer and organizer, Makani was previously director of the Transnational Racial Justice Initiative (TRJI), an international project of the Applied Research Center to build capacity among advocates to more effectively address structural racism and leverage tools and best practices from around the world. Prior to that, she served as director of the Applied Research Center's Grass Roots Innovative Policy Program (GRIPP) and directed the Center for Media and Policy Analysis at the Marin Institute for the Prevention of Alcohol and Other Drug Problems.

Makani has published numerous articles and case studies on race, media, policy advocacy and public health. She is co-author of *Media Advocacy and Public Health: Power for Prevention*, a contributor to the volume *State of the Race: Creating Our 21st Century* as well as many other edited book projects. Her latest book is *Making Policy, Making Change* available from Jossey-Bass Publishers.

Elva Yañez, Deputy Director/Policy Director

E-mail: eyanez@thepraxisproject.org

Elva Yañez comes to the Praxis Project with a professional background that integrates health policy and advocacy, community activism and information systems. Most recently, Elva was a Grants Liaison Officer with the Robert Wood Johnson Foundation-funded SmokeLess States National Tobacco Policy Initiative. At SmokeLess States she provided grantee coalitions technical assistance in the areas of strategic planning, community organizing and policy campaigns. Previously, Ms. Yañez was Associate Director at Americans for Nonsmokers' Rights (ANR), a national tobacco control advocacy organization. During her five-year tenure at ANR, she provided technical assistance and training to advocates throughout the U.S. working on local clean indoor air ordinances as well as statewide campaigns to prevent preemption. Prior to her involvement in tobacco control, Elva worked on environmental approaches to the prevention of alcohol-related problems. From 1989 through 1992, Elva was Associate Director/Resource Center at the Marin Institute for the Prevention of Alcohol and Other Drug Problems. In 1993, she was the media coordinator for a community-based policy initiative in Oakland, CA, that resulted in the enactment of a ground-breaking zoning ordinance that holds local alcohol retailers accountable for the crime and nuisance problems taking place on their property. The California Supreme Court upheld this ordinance after a series of legal challenges by the alcohol industry.

Elva's community activism dates back to her involvement with the Chicano movement and campus politics as a high school and college student. Her activism led to her involvement in the early development of one of the first academic Chicano Studies libraries in the U.S. at the University of California, Berkeley as well as the creation of a prototype bilingual education library at the Bay Area Bilingual Education League. These activities resulted in a master's degree in library and information management and a 10 year professional career in numerous research libraries including, UCLA's Spanish Speaking Mental Health Research Center, the Los Angeles Times Editorial Library and the University of Southern California's Norris Medical Library. Linking

policy advocacy with information technology, Elva established the library systems at the Marin Institute and ANR.

Elva attended the University of California, Berkeley. She received her Bachelor's Degree from Mills College in Oakland, CA and her Master's Degree from the University of Southern California.

Marta Vizueta, Training Director

E-mail: mvizueta@thepraxisproject.org

Marta de los Ángeles Vizueta is a popular educator who has worked with grassroots and national projects around the U.S. and Latin America. Marta's experience includes community organizing and movement building, capacity building and leadership development in low-income communities of color, anti-racist curriculum development and organizational development. She has worked on projects that include participatory action research, parent organizing, professional development for teachers and school administrators, youth organizing, labor organizing and the rights of immigrants and the working poor.

Marta is also very active in creating networks for other young progressive activists of color that provide support and mentorship in the development of the rising generation of movement building educator-organizers. In her spare time, she is an amateur potter, folk guitarist and flamenco dancer who hopes to continue her midwifery studies in the future.

Salimah Salaam, Finance Director

E-mail: ssalaam@thepraxisproject.org

Salimah Salaam has extensive experience in non-profit and corporate management. Hailing from a varied business background that spans nearly two decades, her experience includes managing a holistic health clinic to a management stint at Citibank. Salimah brings a strong sense of administrative and fiscal management to Praxis. She is a Washington, DC native with a love of mathematics and numbers.

Juan Carlos Vega, Information Specialist

E-mail: jcvega@thepraxisproject.org

Juan Carlos Vega was born in San Juan, Puerto Rico and attended Michigan State University in East Lansing, Michigan where in December 1994 he graduated with a Bachelor of Science in Marketing and a Minor in Latin American and Caribbean Studies. He completed his Master of Information Sciences from the University of Maryland, College Park in December 2001. From 1995 to 2001, Juan Carlos was a Digital Conversion Specialist with the American Memory Project at the Library of Congress where he gained valuable experience in the areas of research, technical support, and library and information management. Prior to this, he worked for the Michigan State University Libraries where he was Team Coordinator for the César E. Chávez Collection on Chicano and Puerto Rican Studies and Library Assistant at the Map Library.

Juan Carlos' involvement in alcohol and tobacco control began with the National Latino Council on Alcohol and Tobacco Prevention (LCAT) in 2001. As the Information Resources Manager, he organized, disseminated, and managed all aspects of LCAT's Information Center and its publications. By providing reference assistance to LCAT staff, the media, other non-profit organizations, as well as federal, state, and local government agencies, Juan Carlos successfully disseminated the importance of a healthier Latino community.

Currently, Juan Carlos is a member of SALIS, Substance Abuse Librarians and Information Specialists Association and REFORMA, the National Association to Promote Library and Information Services to Latinos and the Spanish-Speaking, where he performs outreach activities. From 1998 to the beginning of 2001 he was a Volunteer Tutor for Latino kids at the Latino Student Fund program.

Jenny Chung, Administrative Manager

E-mail: jchung@thepraxisproject.org

Jenny lends her organizational skills, attention to detail, and capacity for multi-tasking to the behind-the-scenes coordination of many efforts. She has experience as a school office manager and has organized various efforts in social justice education.

Jenny has demonstrated her commitment to social justice work primarily in the field of K-12 education. She has worked with educational programs that address issues of access and equity for students of color. Her experiences both inside and outside the classroom include designing and implementing anti-racist curricula, creating safe spaces for students and teachers to come together for sincere dialogue, and organizing area conferences on leadership, diversity and community. She has worked closely with school communities in Southern California and the Washington, DC region.

Jenny received her Bachelor's Degree in Cultural Psychology from Pomona College in Claremont, CA and her Master's Degree in Race & Ethnic Studies in Education from the University of California, Los Angeles.

