

CARPETA DE MATERIALES PARA EL ACTIVISMO

EXIGE DIGNIDAD

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



DIGNIDAD EXIGE DIGNIDAD EXIGE DIGNIDAD EXIGE DIGNIDAD ((EXIGE DIGNIDAD)) EX



EXIGE DIGNIDAD. TU VOZ, TUS DERECHOS



Mujer y niño en la *favela* de Vidigal, Río de Janeiro, Brasil, agosto de 2006. El vehículo acorazado que aparece en segundo plano, conocido como *caveirão* ("calavera"), se utiliza para desempeñar una labor policial indiscriminada en estas comunidades.

© Silva Izquierdo AP/PA Photos

LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD DE AMNISTÍA INTERNACIONAL PRETENDE PONER FIN A LOS ABUSOS CONTRA LOS DERECHOS HUMANOS QUE IMPIDEN A LAS PERSONAS SALIR DE LA POBREZA

La pobreza no es una mera cuestión de economía. No tiene que ver solamente con el dinero o el crecimiento económico. La pobreza es la inseguridad generada por la amenaza de un desalojo forzoso o por la violencia. Es la exclusión en el acceso a servicios básicos. Es la discriminación y la negación de la justicia. Es la indiferencia de empresas y líderes mundiales que no quieren oír ciertas voces y su falta de rendición de cuentas por las violaciones de derechos humanos que mantienen a la población sumida en la pobreza.

Quienes sufren estos abusos carecen de una plataforma desde la que hacer oír su voz.

En la campaña Exige Dignidad usamos el símbolo de la amplificación del sonido porque queremos que el mundo oiga las voces silenciadas por la propia pobreza y por los abusos que conducen a ella. No tratamos de hablar en nombre de las personas que viven en la pobreza, sino de amplificar sus voces para que otros puedan oírlas y entender su situación.

Esta campaña forma parte del trabajo continuo que lleva a cabo Amnistía Internacional para llamar la atención sobre las violaciones de derechos humanos. Nuestros miembros y simpatizantes son la vela que arroja luz sobre los abusos contra los derechos humanos, pues creemos que si suficientes personas tienen constancia de ellos, serán capaces de ponerles fin. Este conjunto de materiales de campaña tiene por objeto ayudar a los activistas a suscitar el interés y la participación de la gente en la cuestión del vínculo que existe entre los derechos humanos y la pobreza. Contiene varias fichas para la acción, que ofrecen ideas sobre cómo emprender iniciativas y exigir dignidad para todas las personas.

LOGRAR EL OBJETIVO DESEADO

Antes de emprender las actividades de campaña, lean las fichas 1 a 6, ya que ofrecen consejos y orientación que les ayudarán a obtener la máxima eficacia posible de sus acciones.

HACER QUE LA GENTE HABLE

Las fichas 7 a 10 contienen ideas sobre cómo dar relevancia a la campaña Exige Dignidad mediante diversas actividades.

EXIGE DIGNIDAD

Las fichas 11 a 14 proponen modos de abordar cuestiones concretas de la campaña Exige Dignidad. Utilicen estas ideas generales en combinación con peticiones concretas que se harán en el transcurso de la campaña.

Visiten www.demanddignity.org para obtener actualizaciones periódicas de las próximas reivindicaciones de la campaña.

OTROS RECURSOS

Existen además varios recursos elaborados para respaldar las actividades de campaña, entre los que cabe mencionar una plantilla del símbolo de la campaña, postales y estudios de caso. Pónganse en contacto con su Sección de Amnistía Internacional para averiguar de qué recursos disponen o consulten el sitio www.demanddignity.org.

CONSEJOS PARA EL ÉXITO DE LAS ACCIONES DE CAMPAÑA

**AMNISTÍA
INTERNACIONAL**



ELABORAR UN PLAN DE ACCIÓN DE CAMPAÑA



Manifestación en diciembre de 2002 ante la sede de la empresa Dow en Mumbai (Bombay), India, para pedir la limpieza de Bhopal, en el aniversario de la fuga de gas que se produjo en 1984 y que acabó con la vida de 22.000 personas en los 25 años siguientes.

© Maude Dorr

CON UN PLAN DE ACCIÓN SE MINIMIZARÁN LOS PROBLEMAS Y SE GARANTIZARÁ QUE LAS ACCIONES LOGRAN EL OBJETIVO DESEADO

PASO 1: ¿QUÉ PRETENDEN CONSEGUIR?

Reflexionen sobre qué objetivo desean lograr con la acción de campaña. Por ejemplo, ¿quieren concienciar a la opinión pública sobre la campaña Exige Dignidad o sobre un aspecto concreto de ésta? ¿Quieren que los dirigentes políticos escuchen lo que tienen que decir las personas que viven en la pobreza? ¿O desean cambiar la percepción de la gente sobre los asentamientos precarios?

Deben considerar cómo se materializará el éxito de las acciones que emprendan. Por ejemplo, tal vez se manifieste en forma de cobertura mediática, de modo que haya más gente que oiga hablar sobre violaciones de derechos humanos y sobre la campaña Exige Dignidad. Piensen en cómo medirán el éxito logrado.

PASO 2: ¿QUÉ ACCIÓN DE CAMPAÑA LES CONVIENE MÁS?

Definir exactamente qué objetivos pretenden alcanzar y cómo medir el éxito logrado les ayudará a determinar cuál es la acción de campaña más apropiada. Por ejemplo, si desean sensibilizar a la opinión pública sobre la campaña Exige Dignidad, podrían ser adecuadas algunas de las ideas propuestas en las fichas 7 a 10. Si lo que desean es hacer campaña sobre aspectos concretos, tal vez sean más pertinentes las sugerencias de las fichas 11 a 14.

Quizás les convenga celebrar una reunión en la que se pongan en común diferentes ideas. Véase la ficha 2 sobre concepción de ideas de campaña creativas.

PASO 3: CUESTIONES PRÁCTICAS

Les presentamos algunos de los aspectos que deben tener en cuenta para poner en marcha su acción de campaña:

- ¿Existen entidades asociadas que les puedan ayudar a llevar a término su idea, por ejemplo, otros grupos de campaña u organizaciones sindicales? ¿Hay alguna persona u organización que simpatice con la causa y que disponga de un espacio que puedan usar ustedes? ¿Necesitan encontrar a un artista o a un experto técnico que les ayude a poner en práctica su idea? Piensen en cómo abordar a estas personas. Pónganse en contacto con posibles colaboradores a través de www.demanddignity.org (véase la ficha 3).



Eriberto Ayala, miembro de la comunidad indígena sawhoyamaya, habla sobre la lucha de su pueblo por recuperar sus tierras ancestrales en Paraguay, durante el seminario "Derechos humanos y lucha por la tierra y el hábitat" del Foro Social Mundial celebrado en Belém, Brasil, en enero de 2009.

- ¿Cuál es la secuencia temporal de sus actividades? ¿Cuánto tiempo les llevará organizar la acción? ¿Cuáles son las principales fases? Si están preparando un evento, trabajen hacia atrás desde la fecha fijada.
- ¿Cuáles son las expectativas de otros activistas que participan en la iniciativa emprendida por ustedes? ¿Hay un acuerdo unánime sobre qué se está haciendo y qué objetivo pretende lograrse? ¿Necesitan ustedes gestionar las expectativas de la gente sobre las metas que es realista alcanzar?
- ¿Debe tenerse en cuenta alguna implicación práctica, jurídica, de salud o de seguridad? ¿Cómo y cuándo la resolverán?
- ¿Hay algún aspecto de seguridad que deban abordar? Por ejemplo, ¿correrán peligro las personas que hablen en público sobre un asunto como el de la vivienda? Tomen todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad de activistas y de particulares.
- ¿Cómo van a conseguir que el mayor número posible de personas tenga noticia de sus actividades? Elaboren un plan que especifique cómo llegar a los medios de comunicación, a la opinión pública y a otras audiencias clave.
- ¿Cómo pueden usar el símbolo y los lemas de la campaña en sus actividades?
- ¿Cómo pueden lograr con su acción que la gente se sume a la campaña Exige Dignidad?
- ¿Cómo van a grabar y compartir sus actividades? ¿Pueden filmarlas o tomar fotografías? ¿Necesitan pedir permiso?

PASO 4: ¿TUVO ÉXITO SU ACCIÓN?

¿Lograron el objetivo que se proponían? Si no es así, ¿a qué se debe? Piensen qué funcionó bien y qué podrían mejorar la próxima vez.

¡NO DEJEN DE INFORMARNOS!

Cuando hayan elaborado su plan de acción, pónganse en contacto con los responsables de su Sección de Amnistía Internacional para informarles sobre las actividades que tienen previstas.

TRABAJO EN COLABORACIÓN

¿Existen otras organizaciones o grupos que hagan campaña sobre cuestiones similares? Trabajar con socios locales puede aumentar el impacto de sus acciones de campaña. Es posible que las organizaciones con base en la comunidad tengan contactos o recursos útiles y estén dispuestas a compartirlos. Averigüen si hay organizaciones interesadas en colaborar con ustedes.

CONSEJOS PARA EL ÉXITO
DE LAS ACCIONES DE CAMPAÑA

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



CONCEBIR IDEAS DE CAMPAÑA CREATIVAS



Marcha inaugural del Foro Social Mundial por las calles de Belém, Brasil, enero de 2009.

© Amnistía Internacional

PARA CONCEBIR ACCIONES DE CAMPAÑA CREATIVAS, CONVIENE REUNIR A LAS PERSONAS Y ANIMARLAS A PROPONER IDEAS NUEVAS

Les sugerimos algunas ideas para que saquen el mayor partido posible de estas reuniones:

¿A QUIÉN DEBEN INVITAR?

Contar con la participación de personas externas a su grupo de activistas habitual puede proporcionarles perspectivas y opiniones diferentes. Tal vez les ayude a entender qué piensa la opinión pública general sobre los temas de la campaña. Inviten a personas que normalmente no participarían en campañas y escuchen sus puntos de vista. También podrían invitar a niños y niñas y a jóvenes: a menudo tienen las mejores ideas. Otra opción es invitar a las personas más afectadas por los asuntos de la campaña: por ejemplo, personas que viven en asentamientos precarios o a quienes se les niegan otros derechos básicos.

BUSQUEN LA INSPIRACIÓN

Hagan todo lo posible por ayudar a las personas a dar rienda suelta a la imaginación y a ser creativas. A continuación proponemos algunas formas de lograrlo:

- Prueben a cambiar de entorno: podrían reunirse en un parque o en un espacio público.
- Confeccionen paneles con dibujos o recortes de revistas que sirvan para generar el estado de ánimo adecuado e inspirar a los participantes.

- Denles papel y lápiz e invítenlos a dibujar el aspecto que tiene para ellos la dignidad. A partir de esta actividad pueden surgir nuevas ideas.

PRIMEROS PASOS

La mejor forma de comenzar es conseguir que a las personas se les ocurran ideas para acciones de campaña y que las anoten sin debatirlas. No rechacen por principio ninguna idea, por muy alocada, costosa o poco práctica que sea. Hasta la idea más descabellada puede convertirse en una iniciativa factible.

Conviene que establezcan un margen de tiempo: puede ser de tan sólo 30 minutos. De este modo, a todos los participantes les resultará más fácil concentrarse. Reúnan el mayor número posible de ideas y luego podrán volver sobre ellas y debatir cuáles funcionarán mejor.

ESCOJAN LA MEJOR IDEA

Una vez que hayan recopilado las ideas, examínenlas y decidan si funcionarían o no. Animen a personas distintas a explorar cada idea desde una de las siguientes perspectivas:

- Impacto: ¿Qué quieren lograr con la acción? ¿Con qué ideas es más probable alcanzar el objetivo deseado?

- Riesgo: ¿Podría salir mal alguna de las ideas? ¿Cuáles son los peligros?
- Creatividad: ¿Cómo pueden aprovechar al máximo cada idea? ¿Pueden hacer algo inesperado que tenga un gran impacto?
- Trabajo conjunto: ¿Cómo pueden colaborar con terceros para hacer realidad esta idea? ¿Pueden aunar esfuerzos y recursos para aumentar el impacto general?
- Máximo alcance: ¿Cómo pueden desarrollar la idea para que la campaña y los asuntos que aborda lleguen al mayor número posible de personas? ¿Cómo pueden captar el interés de los medios de comunicación?
- Organización: ¿Qué necesitan hacer para planear y poner en práctica la idea?

PÓNGANLA EN MARCHA

Cuando hayan decidido cuál es la idea que funcionará mejor, tendrán que elaborar un plan de acción (véase la ficha 1).

¡RECICLEN LAS IDEAS!

Posiblemente se les hayan ocurrido muchas ideas buenas, pero no podrán usarlas todas. Dejen constancia de ellas: tal vez les sean útiles en otra ocasión.

CONSEJOS PARA EL ÉXITO
DE LAS ACCIONES DE CAMPAÑA

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



UTILIZAR WWW.DEMANDDIGNITY.ORG



Joven activista dirigiéndose al público en el Foro Social Mundial, Belém, Brasil, enero de 2009.

© Amnistía Internacional

¿QUÉ ES DIGNIDAD? ¿PARA USTEDES QUÉ SIGNIFICA? ¿QUÉ VALOR TIENE? HAGAN QUE SE ESCUCHE SU VOZ EN INTERNET

El sitio www.demanddignity.org es una comunidad virtual para personas que quieren justicia e igualdad. Da a gente de todo el mundo la oportunidad de sumar su voz a una petición mundial por la dignidad.

CONÉCTENSE CON OTRAS PERSONAS

Utilicen www.demanddignity.org para hablar sobre los derechos humanos y escuchar otras opiniones. También pueden responder a los argumentos de otras personas y ponerse en contacto con ellas. Tal vez prefieran intervenir de forma anónima para no sentir ataduras a la hora de relatar sus experiencias personales con total franqueza y honestidad.

Este sitio web puede ayudarles a entrar en contacto con gente con la que quizás quieran hacer campaña, emprender actividades voluntarias o colaborar. Utilícenlo para establecer lazos con personas de su propia comunidad o del otro extremo del mundo. Posiblemente encuentren a gente que desea hacer campaña sobre los mismos temas que ustedes, o descubran qué cosas son importantes para otras personas.

Empleen este sitio web para compartir las cuestiones que consideran importantes en su comunidad y los mejores momentos de las acciones de campaña. Tal vez sus fotos, videos y dibujos inspiren a terceros. A su

vez, pueden descubrir nuevas ideas observando las iniciativas de otras personas, o encontrar otras actividades de la campaña Exige Dignidad y participar en llamamientos a la acción de ámbito local, nacional o internacional.

COMPARTAN SU VOZ

El sitio web www.demanddignity.org permite añadir voces mediante mensajes de teléfono móvil (SMS), correo electrónico, redes sociales o espacios de comunicación como YouTube o Twitter. También se pueden compartir voces en blogs independientes o conectarse a www.demanddignity.org a través de marcadores sociales como StumbleUpon o Delicious.

Hablen con sus amigos, con defensores y defensoras de los derechos humanos y con activistas para que sumen su voz a www.demanddignity.org.

CUESTIONES PRÁCTICAS

Quien participe en www.demanddignity.org deberá respetar las ideas y opiniones ajenas. Este sitio confía en que aportarán reflexiones que otras personas deberían conocer, pero les pedimos que estén alerta ante los mensajes ofensivos y señalen aquellos que vulneren el espíritu y la finalidad del sitio web.

ENVÍO DE SMS

Si se comunican con el sitio web mediante SMS, pueden crear una cuenta usando su número de teléfono como identificador, de modo que el sitio web sepa quién accede a él.



Únase a la campaña y compartan sus opiniones sobre la dignidad enviando un mensaje de texto al +447786 200220 (se podrán aplicar las tarifas internacionales). Sus mensajes se añadirán a la lista que figura en www.demanddignity.org.



CONSEJOS PARA EL ÉXITO
DE LAS ACCIONES DE CAMPAÑA

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



CÓMO USAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Participantes en el Foro Social Mundial, Belém, Brasil, enero de 2009.

© Amnistía Internacional

CUANTA MÁS PUBLICIDAD SE DÉ A LAS ACTIVIDADES, MÁS GENTE TENDRÁ NOTICIA DE ELLAS Y PARTICIPARÁ EN LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD

A continuación les presentamos 10 “reglas de oro” para que sus actividades de campaña puedan llegar a ser noticia:

10 “REGLAS DE ORO”

1. Las actividades deben captar el interés de los medios

- La acción de campaña tiene el potencial de convertirse en noticia siempre que se proporcione a los periodistas el tipo de información que les interesa. A continuación les proponemos algunas formas de conseguir que las actividades de campaña sean de interés para los medios de comunicación:
 - asegurarse de que las acciones tienen relevancia en el ámbito local;
 - comunicar las iniciativas con sencillez;
 - usar historias personales;
 - recurrir al impacto visual;
 - emplear humor e ironía.

2. Encontrar la audiencia adecuada para la noticia

- Reflexionen sobre quién tendrá interés en sus actividades de campaña y pónganse en contacto con medios de comunicación cuyo público presente unas características

demográficas similares. Por ejemplo, una revista de mujeres podría estar interesada en incluir noticias sobre el derecho a la salud materna.

3. Hacer llegar la noticia a los periodistas

- Averigüen las preferencias de contacto de periodistas concretos, por ejemplo, el teléfono o el correo electrónico. Si entablan relación con ellos, es posible que se pongan en contacto con ustedes para saber su opinión sobre otros asuntos.
- Escriban y practiquen lo que van a decir a un periodista antes de llamarlo. Tengan a mano material escrito, de modo que puedan enviárselo por fax o por correo electrónico después de la llamada.
- Avisen con antelación a los medios de comunicación sobre cualquier acción de campaña que tengan prevista.
- Si acaba de ocurrir algo que merece una reacción, pónganse en contacto con periodistas o directores de programas lo antes posible.
- Tal vez sea adecuado celebrar una conferencia de prensa cuando tengan algo muy interesante que comunicar o cuando cuenten con invitados importantes que puedan conceder entrevistas.

4. Con buenos materiales de prensa se conseguirá cobertura mediática

- Un comunicado de prensa consiste en una única página de información redactada de tal modo que resulte útil a los medios de comunicación. Empleen frases cortas, párrafos claros y citas de personas pertinentes. Recuerden dar el nombre completo de las siglas, por ejemplo, “Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH)”.
- Si el titular y el primer párrafo no hacen atractiva la noticia, es posible que el periodista no siga leyendo. En el comunicado de prensa, traten de responder a las siguientes preguntas: qué, cuándo, dónde, quién, cómo y por qué. Los comunicados de prensa deben estar estructurados como una pirámide invertida: con la información más interesante al principio y organizada de más a menos importancia, para terminar con los datos más generales.
- Utilicen casos reales para dar más colorido a la noticia y hacerla más humana.
- Incluyan siempre el nombre de su organización y los datos de contacto de la persona que corresponda.



Oradores del evento “Levántate y haz algo contra la pobreza” organizado por Amnistía Internacional India en Nueva Delhi, 17 de octubre de 2008.

5. Un evento adecuado en el momento propicio es siempre una noticia

- Los actos públicos –por ejemplo, una manifestación, un concierto o una gala al aire libre– suelen atraer la atención de los medios audiovisuales. Las cadenas de televisión siempre buscan imágenes y noticias con colorido para sus programas y ustedes podrán servirse de un evento de ese tipo para difundir su mensaje.
- En el acto que organicen convendrá que cuenten con personas dispuestas a conceder entrevistas, sobre todo para la televisión. También es buena idea tener copias de los comunicados de prensa o de otro material escrito que contenga datos y cifras y que a los periodistas les resulte fácil consultar.

6. Las noticias se generan con entrevistas

- La mayoría de las noticias que aparecen en los periódicos y en los boletines de radio y televisión surgen a partir de entrevistas.
- En una entrevista, la conversación deberá ser sencilla y mantener el interés. Transmitan uno o dos mensajes principales e ilústrenlos con algún ejemplo concreto. Repitan estos mensajes clave a lo largo de la entrevista para hacer más hincapié en ellos.
- Intenten emplear frases cortas o citas (“frases gancho”) que expliquen un asunto con sencillez y concisión, por ejemplo: “Cada 60 segundos muere una mujer por complicaciones derivadas del embarazo o el parto”.

7. Utilizar los conocimientos propios

- Uno de los puntos fuertes de una organización como Amnistía Internacional es la información y el conocimiento que puede transmitir a través de su membresía.
- Muchos de los periodistas con los que entablen relación se acordarán de ustedes (y se pondrán en contacto con ustedes) debido a los datos y conocimientos especializados que ustedes pueden proporcionarles.

8. Elaborar una estrategia de trabajo con los medios de comunicación

- Piensen en los objetivos de su campaña. ¿Contribuirá la cobertura mediática a alcanzar esos objetivos?
- Si la respuesta es afirmativa, deberán pensar en el público al que deben llegar para lograr el cambio deseado y de qué forma pueden hacerlo con eficacia.
- Reflexionen sobre cómo convencer a los principales medios de comunicación de que publiquen la información que ustedes les proporcionan en un momento que sea estratégicamente importante para ustedes.

9. Elaborar una lista adecuada de contactos

- Actualmente, muchos medios de comunicación tienen sitios web que contienen una dirección o un número de teléfono de contacto. Pónganse en contacto con medios locales o nacionales y averigüen el nombre de periodistas concretos. Preséntense a ellos y ofrézcanse como fuente potencial de información.

- Algunos de los medios más importantes con los que conviene ponerse en contacto son: diarios (noticias, artículos, cartas al director, columnas de opinión), boletines de noticias de radio y televisión, semanarios, revistas, programas de televisión de interés general, agencias de noticias y programas de radio en general.

10. Perseverar

- Que su noticia no haya tenido cobertura mediática un día en concreto no significa que no pueda atraer la atención de los medios al día siguiente. En una jornada sin grandes titulares, cualquier cosa puede ser noticia. Si los periodistas no cubren el evento que ustedes organizan, tomen fotos y envíen un comunicado de prensa que dé cuenta de él: tal vez aún consigan que la noticia aparezca reflejada en los medios.

MIDAN EL GRADO DE ÉXITO

Hagan un seguimiento de la atención mediática que han captado sus actividades. Dejen constancia de:

- cuánta cobertura logran;
- si la cobertura es positiva o negativa;
- dónde logran captar la atención (por ejemplo, en televisión, radio, periódicos locales o nacionales, revistas) y a qué tipo de personas llegan;
- qué podrían hacer mejor la próxima vez.

CONSEJOS PARA EL ÉXITO
DE LAS ACCIONES DE CAMPAÑA

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



CÓMO COMPARTIR LAS ACTIVIDADES DE CAMPAÑA



© Amnistía Internacional

Eriberto Ayala (derecha), miembro de la comunidad indígena sawhoyamaya, habla sobre la lucha de su pueblo por recuperar sus tierras ancestrales en Paraguay, durante el seminario "Derechos humanos y lucha por la tierra y el hábitat" del Foro Social Mundial celebrado en Belém, Brasil, en enero de 2009.

LAS ACCIONES DE CAMPAÑA DEBEN LLEGAR A OÍDOS DE OTROS ACTIVISTAS

ACCIONES

Sea cual sea la actividad de campaña que lleven a cabo, intenten tomar fotos, reunir testimonios o filmar los actos. Compartan estos materiales con otros activistas y con la membresía de Amnistía Internacional enviándolos a su Sección:

SU SECCIÓN DE AMNISTÍA INTERNACIONAL ES:

También pueden difundir sus fotos, testimonios o grabaciones en el sitio web www.demanddignity.org.

EXIGE DIGNIDAD EXIGE DIGNIDAD EXIGE DIGNIDAD





HACER PARTICIPAR A LA GENTE JOVEN



Participante en el Foro Social Mundial, Belém, Brasil, enero de 2009.

© Amnistía Internacional

LAS INICIATIVAS DE LOS JÓVENES EN LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD PUEDEN SER UNA HERRAMIENTA PODEROSA Y EFICAZ PARA ATRAER A UN PÚBLICO NUEVO

ACCIONES

Las personas jóvenes deben determinar qué aspectos de la campaña son importantes para ellas y qué acciones desean emprender.

PRIMEROS PASOS

Pónganse en contacto con jóvenes a través de escuelas, organizaciones y movimientos juveniles, grupos artísticos y asociaciones comunales.

Los principios de participación activa son pertinentes para el trabajo con jóvenes. Aunque es importante mantener una estrategia en la preparación de acciones de campaña, no conviene regirse por una actitud prescriptiva: cuando se empodera a las personas jóvenes para que tomen sus propias decisiones y elijan sus opciones sobre cómo emprender una acción, los resultados tienen un impacto mucho mayor. Ofrezcan a los jóvenes oportunidades y flexibilidad para que se impliquen en actividades de campaña, así como opciones diversas que prevean niveles altos y bajos de participación.

IDEAS

- Recurran a las artes y la cultura: empoderen a las personas jóvenes para que sensibilicen sobre la campaña Exige Dignidad y exploren y transmitan los asuntos pertinentes creando sus propios contenidos y compartiéndolos entre sus compañeros y compañeras. Podría tratarse de arte visual, música, teatro, danza, literatura o cine. Tal vez haya en su localidad o región artistas, actores, escritores, *disc-jockeys* o músicos que estén dispuestos a ayudarles a poner en marcha talleres creativos.
- Asegúrense de que estos esfuerzos creativos se destinan a atraer a una audiencia más amplia mediante actos públicos.
- Aprovechen al máximo estas oportunidades ayudando a la gente joven a difundir sus iniciativas creativas en medios de comunicación locales (véase la ficha 4).
- Animen a las personas jóvenes a recopilar y compartir sus opiniones sobre cuestiones primordiales de la campaña Exige Dignidad a través de herramientas multimedia, tanto dentro como fuera de Internet, y en actividades participativas de comunicación, por ejemplo, una herramienta en línea para compartir fotos o un taller local de teatro. Aprovechen las habilidades de los jóvenes en las tecnologías de Internet para fomentar y aumentar la participación en las actividades.
- ¿Se presentan oportunidades para que las personas jóvenes afiancen o aprendan nuevas habilidades mediante la acción de campaña? Por ejemplo, aprender capacidades comunicativas tales como hacer una entrevista, aptitudes técnicas de coordinación por Internet o destrezas para hablar en público e intervenir en espacios públicos.
- Organicen charlas o talleres de debate en escuelas, centros de enseñanza secundaria, universidades, centros comunales o asociaciones juveniles.
- Organicen clases o reuniones en las que los jóvenes se dirijan a sus iguales sobre asuntos de la campaña Exige Dignidad valiéndose de medios de comunicación populares.



Activistas durante el evento “Levántate y haz algo contra la pobreza” celebrado en Ciudad de México, 17 de octubre de 2008.

- Ayuden a la juventud a hablar con colegas procedentes de diversos entornos para animarlos a debatir sobre cuestiones de la campaña Exige Dignidad desde diferentes puntos de vista. Por ejemplo, animen a los jóvenes a compartir e intercambiar experiencias con otros jóvenes activistas en diálogos y espacios de debate abiertos. Estas personas podrían emprender conjuntamente acciones o actividades de interés común, como colaborar para recoger testimonios de diversos grupos de gente joven.
 - Ayuden a las personas jóvenes a organizar un evento o actividad de sensibilización sobre las cuestiones de la campaña en espacios públicos de interés para la juventud, como festivales culturales y musicales, fiestas, carnavales, eventos de arte o concentraciones.
 - Estas iniciativas podrían darse en forma de debate, música, arte callejero, teatro, danza, exposiciones itinerantes, *performances*, concursos o recopilación de testimonios de forma creativa.
- CUESTIONES PRÁCTICAS**
- Involucren a los jóvenes en todas las fases de la campaña, desde la planificación hasta la puesta en práctica y la evaluación. De este modo, las actividades con jóvenes serán más eficaces y tendrán más relevancia.
 - Consideren qué opciones tienen los jóvenes de participar en actividades ya planificadas. Puede que no siempre sea necesario o eficaz llevar a cabo actividades específicas para los jóvenes: lo importante es darles la oportunidad de participar. Pregúntenles qué prefieren.
 - Tengan en cuenta y consulten a los jóvenes sobre qué apoyo, formación o aptitudes necesitan para desempeñar eficazmente labores de activismo en el marco de la campaña Exige Dignidad –por ejemplo, destrezas comunicativas, organizativas, para hacer presentaciones o de trabajo con los medios de comunicación– y cómo se les pueden proporcionar.
 - Plantéense qué apoyo pueden precisar los jóvenes para interactuar con diferentes grupos juveniles. Debatan y planifiquen estos aspectos con ellos.
 - Es posible que su Sección de Amnistía Internacional tenga materiales sobre educación en derechos humanos que ayuden a las personas jóvenes a aprender a debatir, construir un argumento, negociar o influir en la gente. Si su Sección no dispone de esta información, el Equipo de Educación en Derechos Humanos del Secretariado Internacional podrá orientarlos convenientemente.
 - Hagan participar a los medios de comunicación. Es más probable que cubran la acción de campaña si son los jóvenes quienes se ponen en contacto con ellos (véase la ficha 4).
 - En las actividades de campaña deberá protegerse la integridad física de todos los jóvenes participantes y no deberán existir problemas de seguridad.
 - Asegúrense de cumplir los requisitos jurídicos pertinentes para trabajar con jóvenes (como permisos de publicación y difusión). En caso necesario, pidan orientación al Equipo de Educación en Derechos Humanos sobre la enseñanza de cuestiones polémicas.
 - Tal vez sea preciso ayudar a los jóvenes a obtener permisos o licencias para algún evento.

ASUNTOS DE ESPECIAL INTERÉS

Animen a la gente joven a reflexionar sobre las cuestiones que les afectan y sobre su futuro en el marco de la campaña Exige Dignidad. Por ejemplo:

- **Cómo se puede crear oportunidades para la juventud y, a largo plazo, lograr la regeneración de la comunidad mejorando la vivienda y las condiciones de vida de las personas que habitan en asentamientos precarios.**
- **Derechos sexuales de la juventud en el contexto de la mortalidad materna y derecho a la salud materna.**

HACER QUE LA GENTE HABLE
SOBRE LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



CREAR UNA IMAGEN

¿QUÉ ASPECTO TIENE LA DIGNIDAD? CREAR UNA COMPOSICIÓN VISUAL QUE REFLEJE EL ESPÍRITU DE LA CAMPAÑA EN LA INAUGURACIÓN DE ACTIVIDADES

Crear una imagen es una excelente manera de suscitar el interés de los medios de comunicación y de mostrar a las personas de qué trata la campaña Exige Dignidad y por qué deberían respaldarla.

ACCIONES

Sírvanse del símbolo o de los principales mensajes de la campaña para crear una imagen llamativa que haga que la gente hable sobre la campaña Exige Dignidad.

Pueden crear su imagen de forma modesta y sencilla –por ejemplo, pegando carteles en tantos lugares como sea posible– o hacer algo espectacular y a gran escala, como proyectar de noche el símbolo de la campaña en la fachada del Parlamento. Sea cual sea la iniciativa, ayudará a poner en marcha el debate y se añadirá al impacto general de la campaña.

PRIMEROS PASOS

Reúnan a un grupo de activistas para que propongan ideas (véase la ficha 2). Busquen ideas sencillas: el objetivo es sensibilizar a la gente sobre la campaña, por lo que no será necesario contarle todo. Una buena forma de centrarse es hacer un bosquejo de lo que les gustaría que viesen la opinión pública y los medios de comunicación.

¿Pueden servirse de la cultura, historia o geografía de su país o comunidad para ilustrar qué significa la dignidad para ustedes? ¿Existen lugares inusuales, simbólicos o destacados donde poder crear su imagen? Por ejemplo, en Perú hay una tradición que consiste en “escribir” mensajes en la tierra o en la vegetación de las laderas de las montañas. Reflexionen

sobre cómo dejar una impronta que llame la atención de su comunidad.

IDEAS

Probablemente quieran concebir sus propias ideas, pero les proponemos algunas para que puedan empezar a trabajar. Tal vez deseen usar o adaptar alguna de ellas.

- Utilicen la naturaleza: dibujen el símbolo en la arena o en la nieve, o recórtelo en el césped, en setos o en otro tipo de vegetación.
- Recurran a simbolismos: desplieguen el símbolo de la campaña Exige Dignidad en lugares significativos, por ejemplo, cerca de las sedes del Parlamento o del gobierno.
- Borden o pinten el símbolo utilizando técnicas locales tradicionales. Tal vez les convenga pedir ayuda a grupos comunales o locales. Éstos podrían crear cuadros o secciones del símbolo, que luego ustedes podrían juntar formando un gran cartel.
- Proyecten el símbolo en la fachada de un edificio por la noche.
- Impriman el símbolo en muros, espacios públicos, galerías, puentes, carreteras o senderos. Pueden usar técnicas de “graffiti limpio” como chorros de mangueras a presión sobre una superficie sucia. No se olviden de pedir permiso.
- Envuelvan o cubran con el símbolo un edificio o monumento emblemático de su pueblo o ciudad. ¿Hay algún edificio cubierto de andamios? Pregunten a los propietarios si pueden colgar un banner desde un andamio.
- Colaboren con otras organizaciones, como sindicatos, organizaciones religiosas u otros grupos que apoyen el trabajo que

desempeñan ustedes. Quizás les dejen usar sus edificios para colgar banners.

- Pidan a la gente que coloque carteles, sellos o adhesivos en universidades, centros comunales, cafés, tiendas, tabloneros de anuncios comunales y las ventanas del coche o de casa.
- ¡Llévenla puesta! La gente puede mostrar su apoyo a la campaña a través de la ropa y otros artículos, por ejemplo:
 - Camisetas, brazaletes, chapas o botones y tatuajes de mentira con el símbolo de la campaña.
 - Artículos de *merchandising*, como estuches, bolígrafos, gomas de borrar, fundas para los billetes de autobús o tren –éstas pueden tener mucho éxito entre la gente joven–.
 - Adhesivos con el símbolo y una versión *ad hoc* del eslógan. Por ejemplo, pueden repartir a músicos adhesivos que digan (((¡SUBE EL VOLUMEN!))) para que los peguen en la funda de sus instrumentos.



Cientos de personas participan en un acto de “Levántate y haz algo contra la pobreza” celebrado en Nueva Delhi, India, el 17 de octubre de 2008.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

Queremos compartir las diversas formas en que los activistas de Amnistía Internacional crean su “imagen”, así que los invitamos a que tomen fotos y hagan grabaciones (véase la ficha 5 sobre cómo compartir las acciones con otros activistas y simpatizantes).

CUESTIONES PRÁCTICAS

- Si van a generar una imagen en un espacio público, posiblemente necesiten obtener autorización.
- Piensen en cuánto tiempo durará su “imagen”. Por ejemplo, si dibujan un símbolo en la arena de una playa, deberán asegurarse de que los medios de comunicación lleguen allí antes de que la marea borre el dibujo.
- Si van a celebrar un acto para presentar su “imagen”, intenten montar un puesto en el que los activistas puedan captar a personas para la campaña Exige Dignidad y Amnistía Internacional.
- Asegúrense de que los medios de comunicación están al corriente de su iniciativa (véase la ficha 4).

Antes de empezar a planificar cómo crear su “imagen”, lean la ficha 8 sobre formas de hacer mucho ruido. Podrían maximizar el impacto de su campaña planeando y llevando a cabo estas actividades en conjunto.

HACER QUE LA GENTE HABLE
SOBRE LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



HACER RUIDO

HACER RUIDO EN LA PRESENTACIÓN DE UNA ACTIVIDAD PARA QUE LA CAMPAÑA TENGA EL MAYOR ECO POSIBLE ENTRE LA GENTE

ACCIONES

Organicen una manifestación u otro tipo de evento en el que se use el ruido para atraer la atención de la gente y amplificar el llamamiento en pro del cambio. El ruido puede ser de diversa índole, por ejemplo, entonación de canciones o consignas, música en directo, cuentacuentos, discursos o lectura de datos sobre cuestiones de la campaña.

PRIMEROS PASOS

Reúnan a un grupo de activistas para buscar ideas (véase la ficha 2).

Piensen en cuál es el lugar idóneo de su comunidad para hacer ruido, por ejemplo, delante de la sede del Parlamento nacional, del ministerio pertinente del gobierno, de un edificio de la cámara municipal o en un espacio público como una plaza, un mercado al aire libre o un parque.

IDEAS

- Hagan algo simbólico, por ejemplo, convertir en “instrumentos” musicales objetos relacionados con exigir dignidad: tocar tuberías de agua simbolizaría el derecho a un medio ambiente saludable con acceso a agua no contaminada y además podría tener un fuerte impacto visual.
- Animen a participar a músicos de comunidades locales afectadas por las cuestiones planteadas en la campaña, por ejemplo, pueblos indígenas o comunidades que viven en zonas marginadas.
- Usen instrumentos tradicionales de la zona para hacer ruido.

- Fomenten la participación de jóvenes o de escuelas. Podrían pedirles que compusieran canciones o poemas sobre algunos de los temas de la campaña.
- Utilicen canciones de otros países o culturas para mostrar que exigir dignidad es una cuestión de ámbito internacional. Podrían recurrir a canciones de protesta o canciones sobre alguno de los temas de la campaña, por ejemplo la maternidad. Asimismo, podrían pedir a músicos de diferentes procedencias que interpretaran esas canciones en directo o, en su lugar, hacer sonar música grabada. Otra idea es organizar un concurso en el que se pregunte a la gente de qué país proviene cada una de las canciones de protesta que está sonando.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

Queremos compartir todas las formas en que los activistas de Amnistía Internacional son capaces de hacer ruido, por lo que rogamos que tomen fotos o filmen sus eventos (véase la ficha 5 sobre cómo compartir las actividades de campaña con otros activistas y simpatizantes).

CUESTIONES PRÁCTICAS

- Anuncien el evento con antelación para que asista el mayor número posible de personas.
- Asegúrense de que el símbolo y los lemas de la campaña ocupan un lugar destacado en la actividad que organizan. Podrían imprimir la plantilla del símbolo en pancartas, letreros, carteles y camisetas.
- Monten un puesto o cuenten con activistas que puedan captar a personas para la campaña Exige Dignidad y Amnistía Internacional.
- Es posible que necesiten autorización para celebrar el evento en un lugar público. En

- algunos países o regiones, quizá necesiten una licencia adicional para conciertos de música en directo.
- Asegúrense de que los medios de comunicación están al corriente de su iniciativa (véase la ficha 4). Los eventos en los que el sonido es protagonista deberían interesar sobre todos a las emisoras de radio, ya que siempre están a la búsqueda de sonidos diferentes e interesantes para usarlos en sus emisiones.

Antes de empezar a planificar cómo hacer ruido, lean la ficha 7 sobre formas de crear su “imagen”. Podrían maximizar el impacto de su campaña planeando y llevando a cabo estas actividades en conjunto.

HACER QUE LA GENTE HABLE
SOBRE LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



PONER MÚSICA A LA DIGNIDAD

ORGANIZAR UN EVENTO MUSICAL PARA PROMOVER LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD ES UNA FORMA MUY EFICAZ DE LLEVAR EL MENSAJE A UN PÚBLICO NUEVO Y AMPLIFICAR EL LLAMAMIENTO EN PRO DEL CAMBIO

ACCIONES

Pueden organizar su propio festival o evento musical o servirse de uno ya existente para promocionar la campaña. Probablemente el mejor enfoque sea trabajar con productoras o salas de música, ya que ellas tendrán los conocimientos técnicos y los contactos para organizar el acto, y ustedes podrán concentrarse en promocionar la campaña Exige Dignidad.

PRIMEROS PASOS

Entablen conversaciones con productoras o salas de música que, en su opinión, sean receptivas a la campaña Exige Dignidad. Expliquen las metas y el alcance mundial de la campaña. Tal vez estos interlocutores sugieran ideas concretas de apoyo a la campaña, pero ustedes también deben aportar ideas propias (véase *infra*).

IDEAS

- Empleen el símbolo de la campaña en el evento (a la entrada, en el interior y sobre el escenario) y en todos los materiales promocionales del acto, como carteles, folletos y sitios web. Pueden adaptar el símbolo a un concierto o festival determinado.
- Escojan música o músicos que guarden relación con los temas de la campaña.
- Intercalen las canciones con lecturas y testimonios personales sobre dignidad y derechos humanos.
- Preparen un evento en el que se interprete música de las comunidades afectadas por los asuntos planteados en la campaña, o consideren si esa música puede incluirse en un evento más amplio.
- Gestionen un puesto en el que reclutar simpatizantes y animar a la gente a sumarse a la campaña.

- Averigüen si existe la posibilidad de recaudar fondos.
- Promocionen el evento en los medios de comunicación locales. Traten de buscar colaboraciones de comunicación con algún periódico que tenga una conexión con la campaña, o con alguna emisora de radio que emita música similar a la del evento que organizan ustedes. También podrían vincular el acto a un aspecto concreto de la campaña Exige Dignidad. Por ejemplo, si relacionasen el evento con la salud materna, tal vez fuera de interés para una revista o programa de radio de mujeres (véase la ficha 4).

¿CÓMO SE BENEFICIAN LOS COLABORADORES?

- Puede que algunos socios ya estén comprometidos con la causa de Amnistía Internacional, pero quizás convenga demostrar a otros cómo la campaña Exige Dignidad puede beneficiar a su evento, festival o sala. Tal vez tengan que persuadirlos de que apoyen la campaña, y no de que patrocinen la actividad. Éstos son algunos de los beneficios:
- El evento y la sala se promocionan a través de la red de simpatizantes de Amnistía Internacional y de otras organizaciones con las que ustedes colaboran.
 - Al participar en la campaña Exige Dignidad, el evento y la sala se promocionan ante los medios de comunicación. Gracias a la ayuda de ustedes, los organizadores pueden conseguir acuerdos de difusión con los medios (véase *supra*).

- Al vincularse a la campaña, los organizadores del evento obtienen apoyo, buena disposición y lealtad del público, que siente aprecio por el respaldo de éstos a la campaña de Amnistía Internacional.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

Queremos compartir su evento con otros activistas de Amnistía Internacional. Tal vez necesiten pedir permiso a los organizadores para filmar o tomar fotos (véase la ficha 5 sobre cómo compartir las grabaciones y fotografías con otros activistas y simpatizantes).

CUESTIONES PRÁCTICAS

- Si son ustedes quienes organizan el evento, es posible que necesiten obtener un permiso o una licencia.
- Asegúrense de que el símbolo y los lemas de la campaña son visibles.
- Monten un puesto o cuenten con activistas que puedan captar a personas para la campaña Exige Dignidad y Amnistía Internacional.
- Asegúrense de que los medios de comunicación están al corriente del evento (véase *supra* y la ficha 4).

HACER QUE LA GENTE HABLE
SOBRE LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



HABLAR ALTO Y CLARO EN FAVOR DE LA DIGNIDAD



Eriberito Ayala, representante de la comunidad indígena sawhoymaxa de Paraguay, habla con otro participante en el Foro Social Mundial, Belém, Brasil, enero de 2009.

© Amnistía Internacional

“HABLAR ALTO Y CLARO EN FAVOR DE LA DIGNIDAD” ES UN ACTO QUE BRINDA LA OCASIÓN DE DEBATIR POR QUÉ LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS ES CRUCIAL PARA ERRADICAR LA POBREZA

Esta iniciativa es una buena forma de escuchar las opiniones de la gente y de atraer el interés de la opinión pública y de los medios de comunicación.

ACCIONES

Organicen un acto en el que las personas puedan debatir sobre la relación entre dignidad, derechos humanos y pobreza. Además, podrían escoger algunos de los asuntos y temas clave de la campaña Exige Dignidad, como el derecho a la salud materna, a la vivienda y a un medio ambiente saludable.

El evento puede durar un día, media jornada o una velada. Otra posibilidad es celebrar una serie de actos, por ejemplo, durante varias semanas o en diferentes pueblos y ciudades. En este caso, podrían promover los eventos en conjunto como una iniciativa más amplia.

PRIMEROS PASOS

Piensen en cómo pueden animar a la gente a participar en el debate sin dejar de circunscribirlo a la campaña y a las cuestiones planteadas en ella.

IDEAS

- Decidan qué temas o asuntos desean discutir. ¿Prefieren que el debate se centre

en el tema principal de la campaña o en determinados aspectos de ella?

- ¿Desean invitar a oradores? ¿Pueden conseguir que intervengan personas directamente afectadas por los asuntos planteados?
- Consideren en dónde podrían celebrar el acto. ¿Les sería posible convertir un lugar público en un “espacio de dignidad” colocando pancartas y desplegando el símbolo de la campaña? Tal vez haya lugares que tengan un significado especial o que estén relacionados con el acto de debatir, por ejemplo, debajo de un árbol, un espacio abierto, el ayuntamiento de la localidad, la casa del jefe local, la plaza de una ciudad o un café. Podría ser cualquier sitio donde la gente asocie el lugar con hablar en público y debatir.
- Sería buena idea invitar a responsables clave de la adopción de decisiones y políticas y pedirles que respondan a los asuntos que se plantean en el debate. Otra posibilidad, si organizan diversos actos, es recoger algunos de los testimonios y mostrárselos a estos responsables en eventos de ámbito regional o nacional.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

Conseguir que las personas hablen sobre lo que significa para ellas la dignidad es una parte importante de la campaña. Recojan por escrito, graben y filmen el debate, los discursos individuales y los testimonios.

CUESTIONES PRÁCTICAS

- ¿De qué manera pueden crear un espacio que anime a la gente a hablar? Asegúrense de que no resulta intimidante.
- Cerciórense de que se oye bien a los oradores, sobre todo en un espacio abierto. Tal vez deban montar un escenario o usar micrófonos.
- Necesitarán a alguien que lleve el hilo conductor y presente a los oradores.
- Piensen en cuánto tiempo quieren conceder a las intervenciones de los participantes y en cómo conseguir que el debate avance para que se traten todos los puntos que tienen previstos.
- Reflexionen sobre cómo animar a los asistentes a participar en el debate. ¿Tendrán la oportunidad de hacer preguntas o expresar su opinión sobre la dignidad? ¿Les parecería buena idea reunir a la gente en grupos para que discutiesen sobre cuestiones concretas?
- Asegúrense de que el símbolo y los lemas de la campaña son visibles.
- Monten un puesto o cuenten con activistas que puedan captar a personas para la campaña Exige Dignidad y Amnistía Internacional.
- Tal vez necesiten obtener un permiso para celebrar el debate en un lugar público.
- Asegúrense de que los medios de comunicación están al corriente de su iniciativa (véase la ficha 4)

LA SALUD MATERNA
ES UN DERECHO HUMANO

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



CADA 60 SEGUNDOS



Adama Kamara, de 16 años, sostiene en brazos a uno de sus gemelos de tres días en la sala de recuperación del hospital de maternidad Princess Christian de Freetown, Sierra Leona, febrero de 2009. El riesgo de muerte en el parto de las mujeres de Sierra Leona está entre los más altos del mundo.

© Kevin Hill

CADA 60 SEGUNDOS MUERE UNA MUJER POR COMPLICACIONES DERIVADAS DEL EMBARAZO Y EL PARTO

En casi todos los casos, las muertes son evitables y el 95 por ciento de ellas ocurren en países en desarrollo. Toda mujer tiene derecho a la salud materna.

ACCIONES

Organicen un reclamo publicitario en la calle para sensibilizar sobre el número de mujeres que mueren en el parto o por complicaciones derivadas del embarazo.

IDEAS

- Reúnan a un grupo de activistas (hombres y mujeres) para que se pongan en fila en un espacio público. Cada minuto, uno de ellos se tumbará en el suelo para simbolizar la muerte de una mujer. Los participantes podrían llevar máscaras blancas para mostrar que están representando a otras personas.
- Coloquen en el lugar del acto un cartel que muestre el símbolo de la campaña y que explique los motivos de su iniciativa. Todos los participantes deberán llevar camisetas con el símbolo de la campaña impreso. También pueden añadir mensajes de campaña, por ejemplo, “la salud materna es un derecho humano” en las camisetas o en los carteles y pancartas.
- Podrían organizar el evento cerca de un gran reloj, por ejemplo el reloj de una torre, o usar un gran reloj figurado cuya marca sea el símbolo de la campaña. Esta idea les ayudará a reforzar el mensaje de que cada minuto muere una mujer. Pueden insistir en este vínculo mediante letreros, carteles y pancartas que contengan mensajes tales como:
 - “Detén el reloj de las muertes innecesarias durante el parto. Exige ya el derecho a la salud materna.”
 - “Es hora de impedir la muerte de más mujeres. Exige ya el derecho a la salud materna.”
 - Convoquen un “flash mob”: un grupo numeroso de personas se movilizan por Internet, mensaje de texto o correo electrónico y se concentran en un lugar especialmente céntrico, destacado o simbólico, por ejemplo, delante del Ministerio de Salud o de un hospital, en un

día y hora fijados previamente. En este caso podría consistir en una manifestación en la que los participantes se tumbaran y “murieran” durante un minuto.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

No se olviden de tomar fotos o de filmar el reclamo (véase la ficha 5 sobre cómo compartir su acción de campaña con otros activistas y simpatizantes).

CUESTIONES PRÁCTICAS

- El evento deberá ser seguro y no causar mucho trastorno a los transeúntes.
- Tal vez necesiten obtener un permiso para llevar a cabo este tipo de reclamos en un lugar público.
- Monten un puesto o cuenten con activistas que puedan captar a personas para la campaña Exige Dignidad y Amnistía Internacional.
- Asegúrense de que los medios de comunicación están al corriente de su iniciativa (véase la ficha 4).

HACER QUE LA GENTE HABLE
SOBRE LA CAMPAÑA EXIGE DIGNIDAD

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



HISTORIAS DE MATERNIDAD... Y DE MATERNIDAD TRUNCADA



Mujeres embarazadas sudanesas de etnia uduk esperan atención prenatal en una clínica del campo de refugiados de Bonga en la frontera entre Etiopía y Sudán, 2003.

© Natalie Behring/Panos Pictures

EL ACCESO A UNA BUENA ATENCIÓN A LA SALUD MATERNA DEPENDE DE SER O NO SER POBRE

El 95 por ciento de las mujeres que mueren durante el embarazo o el parto viven en países en desarrollo. Toda mujer tiene derecho a la salud materna.

ACCIONES

Humanicen el tema del derecho a la salud materna recopilando historias y reflexiones de madres, hijos e hijas sobre qué significa la maternidad.

PRIMEROS PASOS

Además de presentar el proyecto en el sitio web de su Sección de Amnistía Internacional, podrían trabajar con periódicos o emisoras de radio locales para difundir noticias relacionadas. Estos medios de comunicación también podrían ayudarles a filmar o grabar las historias. Otra posibilidad es entrar en contacto con una organización comunal de la zona, por ejemplo, una guardería. También pueden organizar un evento en el que mujeres, niños y niñas hablen de sus experiencias.

IDEAS

- Contrasten las experiencias de madres procedentes de diferentes zonas y comunidades para subrayar hasta qué punto el derecho a la salud materna es desigual entre mujeres ricas y pobres. Señalen que nuestras necesidades humanas fundamentales son las mismas, pero que nuestras vivencias dependen del lugar del que venimos.
- Comparen las distintas experiencias de tres generaciones de madres para mostrar cómo ha cambiado la forma de dar a luz con los años. Utilicen las historias para poner de relieve que, en sólo tres generaciones, los partos se han vuelto más seguros para muchas mujeres en todo el mundo, pero que numerosas mujeres pobres siguen sufriendo un riesgo elevado de morir durante el embarazo y el parto.
- Pueden ampliar esta iniciativa y hacer un llamamiento para que madres, hijas y nietas se sumen a la campaña Exige Dignidad a través del sitio web. Anímenlas

a que escriban mensajes de apoyo o a que cuenten también sus experiencias. Tal vez puedan convencer a mujeres famosas a que contribuyan con alguna vivencia o historia sobre su madre o su abuela.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

Lean la ficha 5 sobre cómo compartir la acción de campaña con otros activistas y simpatizantes.

CUESTIONES PRÁCTICAS

- Asegúrense de obtener permiso para utilizar las historias de las mujeres. Éstas deben saber cómo van ustedes a difundirlas. Tal vez algunas mujeres prefieran permanecer en el anonimato.
- Informen a los medios de comunicación sobre sus iniciativas. Las revistas y los programas de mujeres podrían tener especial interés.

LA VIVIENDA
ES UN DERECHO HUMANO

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



ÉSTE ES MI HOGAR



Una pareja con un bebé huye de su casa durante una operación policial de 1.200 efectivos en la favela de Rocinha, Río de Janeiro, Brasil, en 2005. Estas operaciones a gran escala a menudo conllevan un gran sufrimiento para las comunidades, pero no solucionan los problemas subyacentes de exclusión y delincuencia.

© Gemma Naccache

MÁS DE MIL MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO VIVEN EN ASENTAMIENTOS PRECARIOS

Cuestionen lo que la gente piensa y dice de ustedes y de sus vecinos y exijan su derecho a una vivienda.

ACCIONES

¿Viven bajo la amenaza de desalojo forzoso?
¿Tienen acceso a agua potable no contaminada, energía para cocinar, calefacción y electricidad, instalaciones higiénicas y servicios de emergencia?

Utilicen fotografías, dibujos de niños y objetos del hogar para preparar una exposición sobre el lugar en el que viven y los problemas a los que se enfrentan. Pueden trabajar con grupos comunales, amistades, familia y vecinos.

IDEAS

- Pónganse en contacto con el departamento de fotografía de algún

centro de enseñanza secundaria local y pregunten a los responsables si estarían dispuestos a formar a jóvenes de la comunidad sobre cómo hacer y exponer buenas fotos. Tal vez también les presten equipos fotográficos. Animen a los jóvenes a tomar fotos de su casa, su día a día y su barrio, y a que muestren los aspectos positivos y los negativos del lugar en el que viven.

- Pidan a niños y niñas de la comunidad que hagan dibujos de su casa, su día a día y su barrio. ¿Qué cosas les gustan? ¿Qué cambiarían? Las organizaciones comunales, las escuelas de arte y los departamentos de arte de las universidades locales podrán proporcionarles papel y lápices de colores.
- Pidan a sus amistades, familiares y vecinos que les presten objetos cotidianos que simbolizen el lugar en el que viven o lo que les gustaría cambiar de ese lugar.

COMPARTAN LAS INICIATIVAS

- Expongan su trabajo y muestren a la gente cómo es vivir en esa comunidad. Tal vez exista un espacio comunal en el que sea posible realizar la exposición, o pueden preguntar en una galería de arte o en un centro de enseñanza secundaria.
- Celebren un acto inaugural e inviten a las personas a debatir sobre vivienda y las necesidades de su comunidad. Podrían convertirlo en un acto de “Hablar alto y claro en favor de la dignidad” (véase la ficha 10).
- Inviten a los medios de comunicación y permítanles utilizar fotos y dibujos para ilustrar sus reportajes.

LA VIVIENDA
ES UN DERECHO HUMANO

AMNISTÍA
INTERNACIONAL



LLAMAR LA ATENCIÓN SOBRE LOS PROBLEMAS DE VIVIENDA



Unos niños observan a un cerdo rebuscar en un arroyo lleno de basura en Moa Wharf, pueblo pesquero situado justo detrás del hospital de maternidad Princess Christian en Freetown, Sierra Leona, febrero de 2009.

© Kevin Hill

MÁS DE MIL MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO VIVEN EN ASENTAMIENTOS PRECARIOS

ACCIONES

Busquen formas creativas de elevar una petición a los responsables de la toma de decisiones haciendo hincapié en algunos de los problemas que afectan a los residentes de asentamientos precarios. Entre los problemas cabe mencionar los desalojos forzosos, la amenaza de violencia de la policía y de las bandas de delincuentes y la falta de servicios básicos, como agua no contaminada, instalaciones higiénicas, atención médica y educación.

PRIMEROS PASOS

Piensen en los problemas que afectan a los residentes de asentamientos precarios de su ciudad o país. ¿Qué cosas deben cambiarse y quién tiene poder para efectuar esos cambios?

IDEAS

- En un acto o concentración, monten un puesto en el que las personas puedan crear su propio “ladrillo” personalizado con cartulina, papel o cajas. Pídanles que escriban su nombre y un mensaje en el ladrillo, tal vez sobre los problemas de los asentamientos precarios o unas frases de apoyo. No se olviden de utilizar el símbolo de la campaña. También pueden pedir a escuelas locales que colaboren donando ladrillos hechos por el alumnado.
- Construyan con los ladrillos una “casa para exigir dignidad” que se pueda exhibir en un lugar público, por ejemplo, en un espacio comunal o en un lugar simbólico, como edificios del gobierno, tribunales o las oficinas de promotores inmobiliarios.
- Elaboren una petición sobre un problema que afecte a los residentes de asentamientos precarios de su ciudad o país. La petición puede adoptar la forma básica de una casa hecha de ladrillos

- (reales o figurados). Pidan a los participantes que firmen con su nombre en un ladrillo; tal vez deseen añadir un mensaje, mostrar su apoyo a los residentes de asentamientos precarios o pedir que se tomen medidas para proteger los derechos humanos de estas personas.
- Antes de entregar la petición, averigüen si pueden exponerla en un lugar público para lograr más atención de los medios de comunicación y más firmas.
 - Estas actividades pueden llevarse a cabo en un acto más amplio de la campaña Exige Dignidad, por ejemplo, en un concierto de música (véase la ficha 9).

CUESTIONES PRÁCTICAS

- Asegúrense de que los medios de comunicación están al corriente de su iniciativa (véase la ficha 4).
- Cuenten con activistas que puedan captar a personas para la campaña Exige Dignidad y Amnistía Internacional.

