



# MANUAL DE HERRAMIENTAS DE ACTIVISMO

Bienvenidos y bienvenidas a ser parte de una nueva forma de vivir nuestra ciudadanía. Este material pretende ser una ayuda para incidir en la agenda de los gobiernos locales o nacionales, mediante el posicionamiento de propuestas ciudadanas que resuelvan problemas públicos. En esta guía encontraremos un paso a paso para la difusión de propuestas, y consejos útiles para mejorar el trabajo de su organización y planificar actividades de difusión.



UN PROYECTO DE



ADAPTACIÓN POR



# ¡Pongámonos con soluciones!

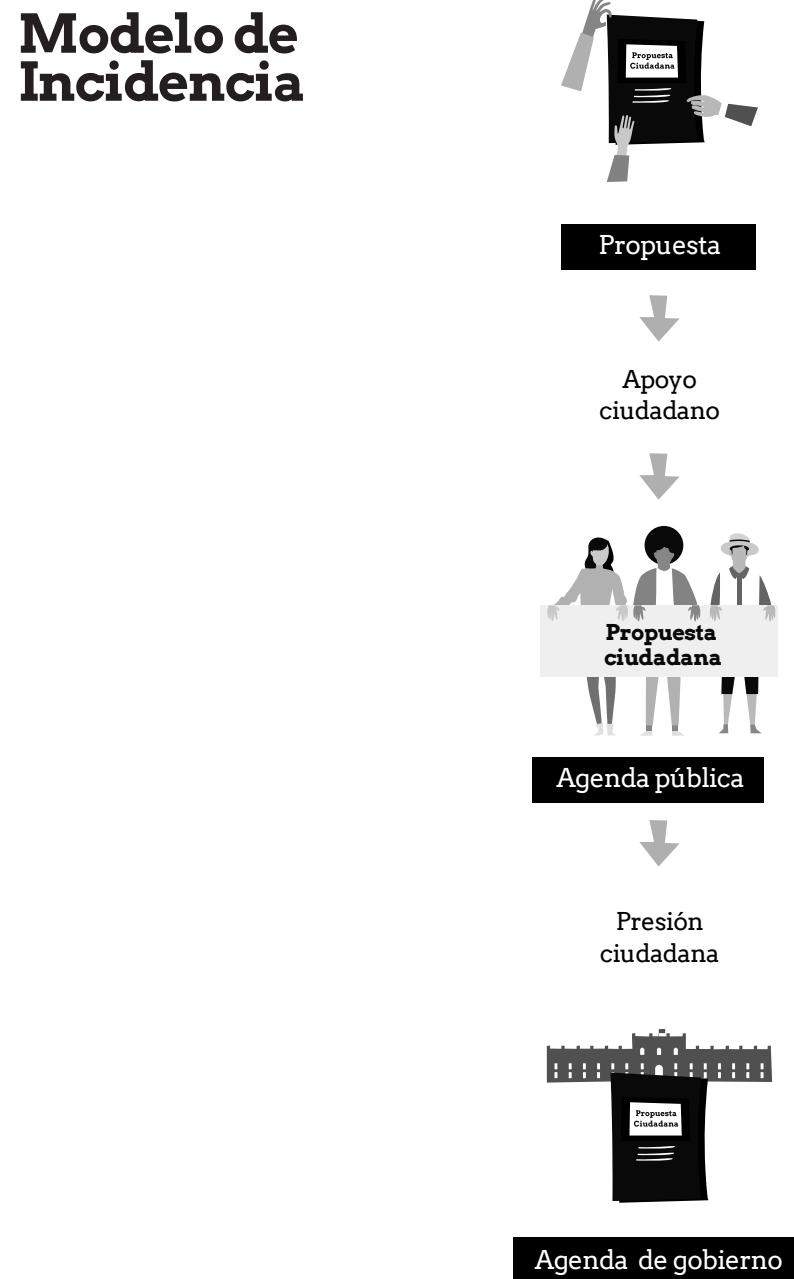
Bienvenidos y bienvenidas a ser parte de una nueva forma de vivir nuestra ciudadanía. Este material pretende ser una ayuda para incidir en la agenda de los gobiernos locales o nacionales, mediante el posicionamiento de propuestas ciudadanas que resuelvan problemas públicos. En esta guía encontraremos un paso a paso para la difusión de propuestas, y consejos útiles para mejorar el trabajo de su organización y planificar actividades de difusión.

## ¿Qué es lo que haremos?

La mayor parte del trabajo que realizan los gobiernos responde a un programa que elaboran durante el periodo de elecciones como forma de hacer campaña. Lo que haremos será lograr que nuestra propuesta sea incluida en la elaboración de estos programas.

Con ese objetivo en mente, buscamos que nuestra propuesta sea respaldada por la comunidad, para presionar a las autoridades a que se hagan cargo del problema, incorporando nuestra propuesta en su agenda. Para lograr esto subiremos nuestra propuesta a [nuestraelección.gt](#), donde la comunidad podrá ingresar y apoyarla. Mientras más apoyo tenga la propuesta, más fuerza tendremos para dirigirnos a las candidaturas, por lo que gran parte de nuestro trabajo se concentrará en lograr que nuestra propuesta sume apoyo en el sitio web.

## Modelo de Incidencia



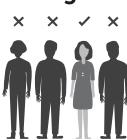
# Los pasos 5

PASO

1

Preparamos  
el terreno

¿Qué autoridad  
puede hacerse  
cargo?



PASO

2

Convoquemos  
a la comunidad

Empecemos  
por el barrio



PASO

3

Pasemos a  
la acción

¿Se puede captar  
la atención de  
los medios?



PASO

4

Fijemos  
compromisos

Acordemos  
plazos y puntos  
mínimos



PASO

5

Supervisemos  
los avances

No dormirnos  
en los laureles



¿El problema es  
importante para  
la comunidad?



Registremos  
nuestro apoyo



Realicemos  
intervenciones  
públicas



¿Existen otras  
personas con las  
que trabajar?



Busquemos  
espacios de  
diálogo



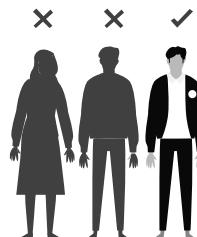
PASO

## 1 Preparemos el terreno

El primer paso es reunirnos a conversar y reflexionar sobre las condiciones en las que nos encontramos para iniciar nuestro trabajo. Debemos tener claro a quién nos dirigimos y por qué lo hacemos, además de saber por qué nuestra propuesta es importante y reconocer quiénes podrían querer aliarse a ella. Sabiendo esto nuestro trabajo podrá ser más organizado y eficiente.

### ¿Qué autoridad puede hacerse cargo del problema?

Debemos identificar claramente a nuestra contraparte. Es decir, la autoridad que dadas sus funciones y atribuciones puede hacerse cargo de nuestra propuesta y que, por tanto, es en quien centraremos nuestra atención. Esto ayudará a orientar nuestra campaña y posibles reuniones en el futuro.



Actividad completada

### ¿El problema es importante para la comunidad?

¿Hemos pensado por qué la ciudadanía debería sentirse llamada a apoyar la propuesta? Puede que nuestra propuesta sea muy buena y puedan compartirla muchas personas, pero si no sabemos comunicar su importancia, no lograremos mucho. Por eso, debemos discutir y reflexionar sobre cuál es el problema que soluciona, cómo lo soluciona y quiénes se verán beneficiados y beneficiadas. Así, podremos tener más claro cuáles son nuestros puntos fuertes y de esa forma podremos comunicarlos a los y las demás.



Actividad completada

### ¿Existen otras personas/organizaciones con los que se pueda trabajar?

El trabajo en conjunto es la clave para que nuestra propuesta pueda llegar a la mayor cantidad de personas posible y sea escuchada. Hagamos un listado de todas las organizaciones que creemos que puedan incidir de forma regional o nacional, organizaciones vecinales, autoridades y todos y todas quienes podrían apoyarnos y contactémoslas para tener su apoyo y trabajar en conjunto. Siempre será mejor tener un contacto presencial para poder conversar sobre el tema, pero si no, llamar por teléfono o escribir un mail personalizado a cada persona también es útil. Es importante tener un registro ordenado y actualizado de quienes sean posibles aliados y aliadas. Se puede consultar el material **ANEXO 1: Organicemos una campaña informativa**, ahí encontraremos consejos muy útiles para orientar la planificación de una campaña.

Revisemos el Anexo 1



Actividad completada

PASO

## 2 Convoquemos a la comunidad

Ahora, debemos empezar a difundir la propuesta con dos objetivos principales: sumar personas a nuestro equipo y lograr que más ciudadanos y ciudadanas adhieran a la propuesta. Por eso debemos establecer relaciones con las organizaciones afines que hemos contactado. Para que cualquier acción que realicemos sea efectiva, es necesario contar con un respaldo importante de la ciudadanía.

### Empecemos por el barrio

Si logramos identificar un problema que pueda ser representativo para la ciudadanía es muy probable que parte de nuestra comunidad también se vea afectada por este, por lo que nuestro barrio puede ser un buen punto de partida. Acerquémonos a las juntas vecinales o hagamos “puerta a puerta” para conversar directamente con cada persona. Podemos organizar recolecciones de firmas para que los y las adherentes dejen constancia de su apoyo y así contemos con un respaldo visible al momento de conversar con autoridades. Pensemos en alguna forma de mantenernos en contacto para ir armando nuestro equipo. Un grupo de *WhatsApp* y/o un grupo de *Facebook* pueden ser buenas opciones.

Actividad completada 

### Registremos nuestro apoyo

Debemos ser capaces de tener registro del apoyo que logremos. De lo contrario no nos servirá de mucho. De ahí la importancia de tener registro ordenado de posibles aliados y aliadas y la recolección de firmas, puesto que nos indica que nuestra propuesta va ganando mayor legitimidad. Es fundamental que invitemos a quienes firman a que también expresen su apoyo a la propuesta en [nuestraeleccion.gt](http://nuestraeleccion.gt)

Actividad completada

PASO

### 3 Pasemos a la acción

Antes de dar el siguiente paso, echemos un vistazo a los resultados que hemos obtenido con nuestra campaña. Si hemos reunido suficiente apoyo entre la ciudadanía, es momento de empezar a realizar actividades que permitan visibilizar este apoyo y buscar espacios de diálogo para instalar la propuesta en la agenda de las autoridades.

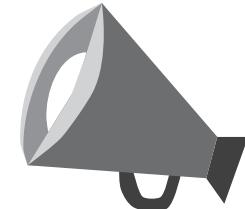
#### ¿Se puede captar la atención de los medios?

Los medios locales son fundamentales para posicionar temas entre la opinión pública. ¿Creemos que nuestra propuesta sea capaz de llamar su atención? Contactemos a los medios que están a nuestro alcance (radios locales y nacionales, periódicos, televisión, etc.) para contarles nuestro caso. Quizás al principio no se interesen, pero es bueno tener una lista de los contactos de cada quien para poder invitarlos a las actividades que realicemos más adelante.

Actividad completada 

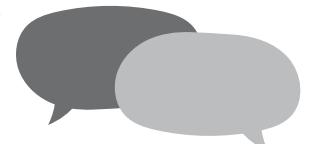
#### Realicemos intervenciones públicas

Una vez que hayamos iniciado la búsqueda de apoyo en nuestros barrios, es importante que demos a conocer todo el apoyo que logremos reunir, para que podamos llamar la atención de más ciudadanos y ciudadanas, medios y autoridades. Para eso, hay que buscar formas creativas de convocar a la ciudadanía en actividades públicas: marchas, concentraciones, debates entre candidatos y candidatas, foros con personas expertas y volanteos son algunas actividades que pueden realizar. Aprovechamos las calles, plazas y cualquier lugar en donde se reúna la sociedad.

Actividad completada 

#### Busquemos espacios de diálogo

A nivel comunal y regional siempre se cuenta con ciertos espacios abiertos a la comunidad. Aunque varían entre cada realidad, es útil que busquemos cuáles son los espacios disponibles para ocuparlos. Es importante explotar todas las alternativas que tengamos a mano para que mantengamos un diálogo fluido con las autoridades que se harán cargo de llevar a cabo la propuesta.

Actividad completada

PASO

## 4 Fijemos compromisos

Luego del trabajo que hemos realizado en los pasos anteriores, es posible que hayamos logrado ser escuchados y escuchadas por las candidaturas y que hayan acogido nuestra propuesta. Si eso ocurre, es necesario pensar en formas a través de las cuales podamos asegurar el cumplimiento de nuestra propuesta y darle fuerza al compromiso.

### Acordemos plazos y puntos mínimos

Discutamos cuáles son los aspectos más relevantes de la propuesta y que deben asegurarse para que podamos llegar a un acuerdo. Luego, fijemos plazos, para las distintas etapas del proceso de implementación de la propuesta. Los puntos mínimos nos ayudarán a ser más específicos con el acuerdo y los plazos nos permitirán monitorear el avance a futuro. Se puede consultar el **ANEXO 3: Consejos para mejorar su trabajo**, donde podremos ver cómo hacer seguimiento a una actividad y fijar indicadores.



Revisemos el Anexo 3

Actividad completada



Actividad completada

PASO

## 5 Supervisemos el avance

Una vez que hayamos logrado fijar un acuerdo, dependerá de nosotros y nosotras asegurar que se cumpla. Por ello, es fundamental que sigamos trabajando hasta que se logre la solución propuesta al problema y nos mantengamos pendientes de las medidas que se tomen para llevarla a cabo. Despues de habernos reunido y conformar un grupo de trabajo, es necesario mantener el apoyo entre el grupo. La idea es seguir en contacto, porque no debemos esperar sólo a que las candidaturas o las autoridades recojan nuestras propuestas, debemos y tenemos que seguir presionando para que se nos escuche.

### No dormirse en los laureles

La historia no se acaba cuando la propuesta es acogida e ingresa en la agenda de candidatos o candidatas. Muchos acuerdos se congelan por mucho tiempo o terminan por descartarse. Por eso, es importante seguir realizando actividades para mantener a la comunidad al tanto de los avances que se logren y mantener la presión sobre las autoridades. ¿Recuerdan los acuerdos y plazos que definimos con candidatos y candidatas? Ahora cobran gran importancia. En una línea de tiempo podemos medir el avance de la propuesta en el tiempo y compararlo con las expectativas que teníamos al momento de firmar el acuerdo. Para esto es necesario mantener reuniones con las autoridades. Así, podremos estar al tanto de los planes y cambios existentes que haya podido sufrir nuestra propuesta, además de transparentar y difundir la información que podamos obtener.



Actividad completada

## ¿Hemos logrado avances?

Ahora es cuando los acuerdos y plazos que definimos con los/as candidatos/as cobran mayor relevancia. En una línea de tiempo podemos medir el avance de la propuesta en el tiempo y compararlo con las expectativas que teníamos al momento de firmar el acuerdo. Para esto es necesario mantener reuniones con las autoridades. Así podremos estar al tanto de los planes y cambios existentes, y difundir la información que logremos recopilar.



Actividad completada

# ANEXOS

**A N E X O 1**

# Organicemos una campaña informativa

Para que la propuesta pueda ganar el respaldo de la comunidad será necesario darla a conocer a la mayor cantidad de personas posible y saber comunicarla de manera que la ciudadanía pueda entender su importancia.

En esta sección ofrecemos una guía para saber cómo planificar y llevar a cabo una campaña que permita difundir la propuesta y llamar a nuestra comunidad a apoyarla.

## 1 ANALICEMOS LA SITUACIÓN

### Definamos el mensaje

- ¿Cómo podemos describir las implicancias del problema que queremos atacar?
- ¿En qué consiste nuestra propuesta para solucionar este problema?
- ¿Por qué es importante que nuestra propuesta se realice?
- ¿Cuáles son los principales beneficios que entrega nuestra propuesta?
- ¿Quiénes serán los/as principales beneficiados y beneficiadas con nuestra propuesta?

### Definamos nuestro público

- ¿A quiénes queremos llegar con nuestra campaña?
- ¿Qué es lo que sabemos de nuestro público?
- ¿Qué queremos que nuestro público entienda?
- ¿Qué esperamos que nuestro público haga?

### Fijemos nuestras metas

- ¿Cuánto tiempo queremos que dure nuestra campaña?
- ¿Qué esperamos lograr en ese tiempo?
- ¿Cómo podemos saber si nuestra campaña está funcionando? Definir con qué dato vamos a medir el avance de nuestra campaña.

## 2

### ATERRICEMOS LA INFORMACIÓN

Una vez hecha la reflexión del paso anterior, debemos reunir toda esta información y orientarla pensando en la campaña.



### ¿Qué comunicaremos?

Mensaje central de la campaña. Debemos ser capaces de expresarlo en una frase corta y sencilla que explique la propuesta tomando sus puntos esenciales.

.....

### ¿A quién se lo comunicaremos?

Descripción del público objetivo (edad, género, ocupación, etc.)

.....

## ¿Cómo lo comunicaremos?

Definir los canales a utilizar. Debemos ser coherentes con el público objetivo ¿Nuestro público utiliza constantemente las redes sociales o no está conectado a internet? ¿Será mejor volantejar o usar *Facebook* para llegar a nuestro público? Preguntas de este tipo son útiles para saber cuál será el mejor medio para conectarnos.



## ¿Cómo medimos nuestro éxito?

Pensemos en indicadores que permitan saber qué tan efectiva está siendo la campaña y ordenémoslo en plazos de tiempo. Ejemplo: *Cuántas personas se han sumado a nuestro equipo en las dos primeras semanas de la campaña.*



3

## ALGUNAS ALTERNATIVAS PARA REALIZAR LA CAMPAÑA

### Redes Sociales

Las redes sociales son un gran espacio para la difusión de iniciativas de distinto tipo. Dentro de ellas, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* se encuentran entre las más populares. Las redes tienen distintas funciones y características. Debemos pensar muy bien qué queremos hacer para saber qué uso darle a cada una.



### **Facebook**

*Facebook* es una herramienta social que permite ser más directo y cercano. El rango de edad es amplio y se puede invitar a otras personas a eventos e iniciativas de todo tipo. Aquí podemos publicar contenido extenso y detallado de manera periódica:

- **Página (fan page):** Consiste en una página que usuarios y usuarias pueden seguir al seleccionar “Me gusta”. En ellas se puede publicar contenido periódicamente y compartirlo desde nuestros perfiles. La información que en ella publiquemos llegará a todas las personas que nos sigan y estas podrán compartir y comentar sus publicaciones.
- **Grupo:** Un grupo es creado por una o varias personas y puede ser público o privado. Puede ser muy útil para la organización del trabajo al interior del equipo, y para que las personas interesadas en adherir puedan sumarse a trabajar en nuestra causa.

### **Twitter**

En *Twitter* prima la información breve e inmediata. Las publicaciones no pueden exceder los 280 caracteres (letras, espacios y símbolos) y son visibles para cualquier persona. En *Twitter* las personas buscan referirse a temas contingentes y muchas veces son ellas mismas las que marcan la pauta de qué es lo importante, por lo que para sobrevivir en *Twitter* hay que mantenerse constantemente con actividad.

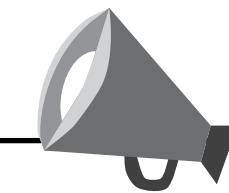
- **Hashtag (#):** El “*hashtag*” es la etiqueta que se usa en *Twitter* para clasificar el tema de las publicaciones que se realizan y permite ordenarlas según actualidad y popularidad. Una campaña puede crear un *hashtag* y así permitir que otras personas lo usen y lo compartan. Sumarse a hashtag existentes y que creamos que pueden ser afines también sirve para llegar a más personas con nuestras publicaciones.

### **Instagram**

En *Instagram* lo primordial son las imágenes, como red social permite capturar y compartir momentos en el tiempo. Como herramienta, sirve para reforzar nuestra iniciativa y compartir información para los y las demás, mediante la acumulación de fotografías o infografías, además de reforzar aún más las otras redes sociales y nuestra propuesta. Mientras más personas nos sigan, sabremos que la información llega a más público, por tanto se hace mucho más visible nuestro trabajo. Esta red suele tener un público de segmentos etarios más juveniles, por lo que si queremos contar con el apoyo de jóvenes este es un buen espacio para buscarlo. En *Instagram*, al igual que en *Twitter*, se pueden usar *hashtag* para clasificar publicaciones o para sumarse a otros que existan y llegar a más personas.

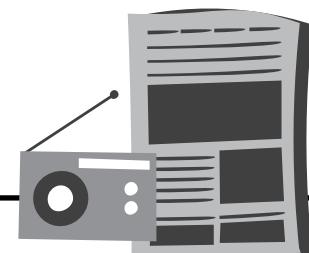
### **Difusión en terreno**

Las calles y espacios públicos siguen siendo lugares que no tenemos que dejar pasar. Podemos imprimir afiches para pegar en las calles o repartir volantes entre la comunidad para aprovechar de explicar de qué se trata nuestra propuesta. La creatividad es importante para que las actividades puedan ser llamativas y convocar a ciudadanas y ciudadanos y, quizás, también a los medios.



### **Medios locales y nacionales**

Los medios locales y nacionales también son un espacio importante de difusión. La situación no es igual en cada comuna o región y pueden variar el alcance y cobertura que ofrecen. Estudiemos cuáles son los medios que tienen mayor llegada entre la comunidad (radio, periódico, televisión, etc.) para ver a cuáles acudir. No olvidemos que también se puede llamar la atención de los medios organizando actividades llamativas y convocantes.



## ANEXO 2

# Consejos para mejorar su trabajo

A continuación encontraremos algunos consejos que nos ayudarán a planificar las actividades que buscamos llevar a cabo como organización en el marco de la campaña, o en cualquier otro ámbito de nuestro trabajo.

## 1 DEFINIR LA ACTIVIDAD

Definir claramente la actividad es la base de todo. Aunque pueda sonar muy obvio, saber qué es lo que vamos a hacer requiere que pensemos muy bien qué es lo que queremos lograr, imaginando la situación ideal que queremos alcanzar. Haciendo esto será más fácil ordenar el trabajo.

- ¿Qué queremos lograr?
- ¿Qué vamos a hacer para lograrlo?



## 2 DEFINIR OBJETIVOS

El objetivo general representa el resultado final de nuestro trabajo. Este debe ser alcanzable, lo que implica que nuestro objetivo no siempre conseguirá llegar a la situación ideal, pero puede representar un avance en esa dirección.



## 3 ESTABLECER INDICADORES

Debemos establecer indicadores que midan el nivel de éxito que tuvo una determinada acción. Para poder definirlos debemos preguntarnos: ¿cómo sabremos si estamos teniendo éxito? y considerar un periodo de tiempo específico para medir ese éxito.



## 4 DIVIDIR TAREAS

Dividir el trabajo es una buena forma de organizarse. Primero, generamos una línea de tiempo en la que se ordenen las etapas que tendrán que suceder antes de alcanzar el objetivo. Luego, anotemos las tareas que se requerirán en cada etapa y definamos el objetivo de la tarea, los plazos en que debe realizarse y la persona responsable de ella. Es útil que esta información quede disponible en un calendario o carta gantt a la que puedan acceder todas las personas del equipo.



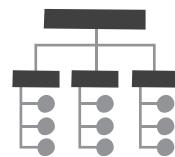
## 5 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Es importante comparar permanentemente los avances reales con las expectativas para identificar a tiempo los problemas que surjan e introducir las correcciones necesarias al proceso.



## 7 EVALUACIÓN

Finalmente, debemos evaluar todo el proceso. Los indicadores nos entregarán información sobre nuestro nivel de éxito, al contrastar sus resultados con nuestras expectativas. Además, la división de tareas que presentamos será útil para identificar rápidamente qué etapas fueron las más débiles.



nuestraelección.gt 



/RedxGuate



@RedxGuate



UN PROYECTO DE



ADAPTACIÓN POR

