

ACTIVISMO EN SALUD

Una guía para
cambiar el mundo



ACTIVISMO EN SALUD

Una guía para cambiar el mundo

Asociación Ciclo Positivo

Febrero 2021

Investigación y redacción:

Franco Bova, Camila Capriglioni, Pablo Dip, Florencia Martínez y Matías Muñoz.

Edición y revisión:

Franco Bova, Jesica Farías y Matías Muñoz

Diseño gráfico:

Agustín Merlo

Fotografía:

Tomás Ramírez Labrousse

Esta guía fue revisada, comentada y mejorada con los aportes de les activistas participantes del Curso de Activismo en Salud 2.0 dictado por la Asociación Ciclo Positivo en septiembre y octubre de 2020.



Fue realizado con el apoyo técnico y financiero del Programa Conjunto de las Naciones Unidas para el VIH y el Sida (ONUSIDA). Los puntos de vista en el documento son los de los autores y no necesariamente representan la postura oficial de dicho Programa.

PRÓLOGO

Las realidades que vive la sociedad en su dinámica cotidiana de construcción pueden y deben ser cuestionadas cuando éstas no responden a las necesidades de la ciudadanía o cuando sus mecanismos intrínsecos, tal vez basados en leyes o regulaciones obsoletas permiten, o incluso legitiman, la injusticia.

La respuesta colectiva en este debate político que cuestiona realidades controvertibles ya instauradas es el activismo, entendido como un movimiento social y político que se plantea como propósito fundamental provocar un cambio, generar una transformación de la realidad concreta en una sociedad cuando esta no se fundamenta en los derechos humanos, universales, inalienables e indivisibles por definición. El activista es, entonces, la persona que se involucra en estos movimientos para alcanzar objetivos que resulten en beneficios para la ciudadanía.

Estas acciones transformadoras empoderan a las comunidades y generan espacios de militancia por la justicia social. Ahora bien, esta perspectiva de construcción colectiva requiere necesariamente de la emancipación del individuo, cuya dimensión ciudadana, según Kant, está definida por tres principios: libertad, igualdad y autonomía. Tres principios determinantes en la percepción de sí mismo como sujeto de derecho y en el reconocimiento del otro para la construcción de relaciones saludables que aumentan el capital social. La ciudadanía empoderada reivindica sus derechos y exige reparación cuando los derechos son vulnerados.

En esta perspectiva, la salud, en el sentido más amplio de "bienestar biológico, psicológico y social", según la definición de la Organización Mundial de la Salud, es el beneficio colectivo más urgente y ambicioso que puede plantearse el activismo, conditio sine cuanon non para la construcción de sociedades resilientes, autónomas y sostenibles, donde sus ciudadanos tienen acceso equitativo a oportunidades de desarrollo y a los servicios integrales que necesitan en las diferentes etapas de la vida.

En dinámicas sociales tan complejas, es evidente que también la disidencia es parte del activismo. Frente a la injusticia social, la disidencia es un imperativo ético, negarse abiertamente a secundar la injusticia es un rodeo necesario para instaurar la justicia y luchar por la paz, la democracia y el desarrollo sostenible. Este saludable ejercicio de desobediencia es parte natural del activismo, cuya finalidad es, precisamente, generar cambios en realidades sociales éticamente cuestionables.

El presente trabajo, que con lenguaje motivador aclara estos conceptos e invita a una reflexión individual y colectiva, tiene todas las condiciones, sin ser una pretensión desmedida, para ser una guía para cambiar el mundo. Porque es factible cambiar el mundo cuando el activismo se plantea como ámbito de trabajo, como ideal de cambio el pretendido estado de bienestar bio-psico-social de ciudadanos y comunidades protagonistas de su propia historia. Es una guía para una acción política coherente y consecuente que proponga una distribución más justa del poder, de los recursos y las oportunidades, para que las comunidades y las instituciones dialoguen de manera constructiva y las personas participen en las decisiones que afectan sus vidas.

"Activismo en salud, una guía para cambiar al mundo" se constituye así en una invitación a recorrer este camino, largo y tortuoso, pero también inspirador y necesario para que la paz, la justicia social y el desarrollo sostenible sean una realidad.

Alberto A Stella

Director de ONUSIDA,
Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay

ÍNDICE

■	Para empezar.....	1
■	Capítulo 1	
	Activismo y Organizaciones de la Sociedad Civil	2
	<i>Resumen</i>	6
■	Capítulo 2	
	Salud y Derecho a la salud	7
	<i>Resumen</i>	17
■	Capítulo 3	
	Comunicación y Visibilidad	19
	<i>Resumen</i>	33
■	Capítulo 4	
	Incidencia Política	35
	<i>Resumen</i>	44
■	Capítulo 5	
	Proyectos sociales y financiamiento	46
	<i>Modelo de proyecto social</i>	55
■	Capítulo 6	
	Nuestra organización y palabras finales	57
■	Bibliografía y Glosario en Fuga	60

PARA EMPEZAR...

Acá estamos para cambiarlo todo.

Es posible hacer del mundo que nos rodea un lugar mejor si conocemos las herramientas para lograrlo. Ser parte de la discusión por más y mejores derechos. En la organización de nuestra comunidad se esconde lo necesario para lograrlo. Cuando hablamos de comunidad no nos referimos -solamente- al lugar donde nacimos o vivimos. Nuestra comunidad son aquellas personas que elegimos para compartir lo cotidiano, quienes forman parte importante de nuestras vidas y con quienes, también, podemos compartir las luchas. Solo nos hace falta el coraje de empezar a hacer algo distinto.

En estas páginas proponemos un activismo del esfuerzo y de formación permanente. Una juventud efervescente dispuesta a estar a la altura de las contiendas de alto nivel. Reemplazamos las ideas del crecimiento individual por la superadora realidad de la construcción colectiva, un desarrollo social y solidario con las personas vulneradas en sus derechos cualquiera sea la causa. Después de todo, frente a las injusticias jamás se tiembla.

Cambiar, todo cambia. Que lo haga en la dirección hacia un mundo donde el acceso a la salud sea más equitativo es nuestra tarea. Hacela también tuya.

Empecemos.

Capítulo 1

Activismo y Organizaciones de La Sociedad Civil

*“El progreso de la
condición humana requiere
inapelablemente que
exista gente que se sienta
en el fondo feliz en gastar
su vida al servicio del
progreso humano”.*

Pepe Mujica

Si queremos activar e instalar nuestras demandas, entonces debemos saber cómo hacerlo. **Creemos que la organización colectiva es la respuesta, siempre.** Y que debe planificarse cada paso que demos hacia el cumplimiento de nuestros derechos. Y vos, ¿por qué activás? ¿esa causa es visible? ¿cómo la instalarías en la agenda?

¿QUÉ ES SER ACTIVISTA?

Desde nuestra perspectiva, los activistas somos integrantes de la comunidad que destinamos parte de nuestro **tiempo** a llevar adelante causas sociales a las cuales nos dedicamos con convicción. Aportamos nuestras distintas **habilidades y conocimientos** en pos del cambio social y la ampliación de derechos.

Ser activista es tomar una **postura política y existencial**, hacerse cargo y defenderla. El activismo se propone **cuestionar y transformar realidades** de distinta índole pero siendo conscientes de las necesidades de nuestra comunidad y, también, de nuestros privilegios.

Activar implica una **participación activa** y un **compromiso** con problemáticas relevantes para la comunidad a fin de favorecer el desarrollo de las personas. Ser activista conlleva amor, empatía y responsabilidad.

¿POR QUÉ ORGANIZARSE?

No hay una única manera de transformar realidades pero, indudablemente, **la salida es colectiva**. A través de una **multiplicidad de voces** que refleje distintas identidades, experiencias y saberes es posible una **construcción verdaderamente diversa y colaborativa que interpele e involucre** a la mayor cantidad de personas posibles. Cuando nos organizamos podemos contar con distintas respuestas para un mismo problema, probar estrategias diferentes, analizarlas en conjunto mediante críticas constructivas, generar una memoria colectiva y lograr un aprendizaje conjunto y duradero. **Una manera de organizarse es conformar una Organización de la Sociedad Civil.**

¿QUÉ SON LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL?

Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) son entidades autónomas, creadas por fuera de las esferas estatales y comerciales, sin fines de lucro, cuyo propósito es el bien común. Se diferencian de las organizaciones de partidos políticos y de instituciones confesionales aunque algunas pueden tener identidades ligadas tanto a la política partidaria como a la religión. **Su construcción está basada en redes de relaciones sociales cuya visibilidad pública está asociada a una demanda colectiva.** Estas redes pueden ser informales o estar instituidas bajo una figura jurídica, como las Asociaciones o las Fundaciones.

¿CÓMO SE PUEDE HACER ACTIVISMO A TRAVÉS DE UNA ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL?

Existen distintas estrategias para alcanzar los objetivos planteados por una organización. Entre ellas podemos señalar algunas:

- ▶ Estrategias de participación social: que involucren a las personas en acciones de sensibilización y educación de la comunidad, y en el desarrollo de actividades y productos para cambiar su realidad.
- ▶ Estrategias comunicacionales: que visibilicen, informen, generen conciencia, llamen la atención

y/o eduquen sobre alguna temática en particular.

- ▶ Incidencia política como estrategia de participación ciudadana: que involucre a las personas en la toma de decisiones en materia de política pública.
- ▶ Investigaciones: que orienten y generen datos que fundamenten las acciones

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y PLANIFICACIÓN OPERATIVA DE LAS ORGANIZACIONES

Planificar es una acción que realizamos en nuestra vida cotidiana, a veces incluso sin darnos cuenta. Decidir lo que vamos a hacer, cómo hacerlo, cuánto tiempo dedicarle, con quién o quiénes compartir ese momento y cuánto vamos a gastar en ello, son aspectos de la planificación y son válidos para las personas como para las organizaciones. Las planificaciones pueden ser acotadas y específicas para ciertas situaciones o más extensas y sistemáticas. **El primer paso para el logro de los objetivos propuestos es una adecuada planificación.**

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

El proceso de formular las estrategias de la organización y sus distintas líneas de acción conlleva creatividad, esfuerzo y mucho compromiso. **Planificar estratégicamente significa también ver todos los recursos disponibles en la comunidad, ver cómo se hace un acuerdo que sinérgicamente potencie esos recursos.** Los objetivos estratégicos y el marco general de las acciones que realicemos como organización estarán basados en las respuestas a los siguientes interrogantes:

¿Hacia dónde vamos? ▶

Visión: es la declaración del futuro que deseamos, difícil de alcanzar pero no imposible, que a través de la organización tratamos de contribuir a crear.

**¿Para qué nos organizamos?
¿qué hace nuestra organización?** ▶

Misión: es el motivo de la existencia de la organización, su aporte al alcance de la visión y lo que la distingue de otras organizaciones.

¿De qué manera lo hacemos? ▶

Valores: son los principios fundantes a los que la organización adhiere y según los cuales se rige para actuar e incidir en la sociedad.

¿De dónde arrancamos? ▶

Análisis del contexto: es el diagnóstico inicial que realicemos de la situación interna y externa de la organización.

PLANIFICACIÓN OPERATIVA

El plan de acción que la organización elabore para desarrollar a lo largo de un plazo establecido estará basado en las pautas y criterios que hayan surgido de la planificación estratégica. En ese sentido, la planificación operativa es específica y concreta. Una vez definidos los objetivos de la planificación, se requiere de tiempo y recursos necesarios para generar un espacio de escucha y participación dentro de la organización. Estas reuniones deben ser coordinadas por personas flexibles que no condicionen la opinión de los compañeros, mantengan al equipo motivado y tengan presentes los lineamientos de la organización.

MONITOREO Y EVALUACIÓN

Luego de construir la planificación operativa, desarrollaremos un sistema de monitoreo y evaluación que permita conocer los resultados del proceso de implementación de los proyectos en curso. De esta manera, podremos verificar si estamos cumpliendo los objetivos propuestos y tendremos la posibilidad de reformular las actividades que sean necesarias.

CARPETA INSTITUCIONAL

La carpeta institucional es una herramienta de presentación de la organización y su misión. Debe incluir el nombre de la organización, la fecha de su fundación, su domicilio y campo geográfico de acción, sus temas de interés, cantidad de integrantes, algunas características de los activistas, los proyectos en curso, los resultados obtenidos, su participación en coaliciones y redes, sus fuentes de financiamiento así como algunos datos acerca del presupuesto institucional y de su situación legal y contable.

La carpeta institucional también debe incluir los datos de contacto de la organización y de un integrante a quien recurrir para mayor información.

EN ACCIÓN

Estrategias, acciones y resultados del activismo en salud

El Activismo en VIH en Argentina surge a mediados de 1980 y responde no sólo a la necesidad de políticas sanitarias sino también a la discriminación social hacia las personas que viven con VIH. Las organizaciones que trabajan la temática se mantienen vigentes porque al día de hoy todavía queda mucho por hacer en ambos aspectos. **A continuación presentamos, a modo de ejemplo, distintas acciones y resultados en clave de los capítulos de este manual...** Pero te recomendamos que vuelvas acá una vez que hayas llegado a la **última página**:

Estrategias	Comunicación y Visibilidad	Incidencia Política	Proyectos Sociales
Acciones	Abrazo de Roberto Jáuregui y Mariano Grondona en Hora Clave (1994)	Reclamos de Fundación Huésped al Estado por discriminación laboral (2015)	Jornadas de testeo de VIH, ITS y Hepatitis abierto a la comunidad en AMMAR (2018)
Resultados	Visibilización de personas con VIH y sus familiares en televisión para reducir el estigma y la discriminación.	Se establece que la realización de la prueba de VIH en exámenes preocupacionales es un acto de discriminación (Resolución 270/15 del Ministerio de Trabajo de la Nación).	Mayor accesibilidad a pruebas diagnósticas en espacios amigables en lugar de esperar que las personas vayan al sistema de salud.

ACTIVISTA

PERSONA QUE TOMA UNA POSTURA POLÍTICA Y EXISTENCIAL Y LA DEFIENDE

Activar colectivamente organizándose

- ✓ PARTICIPACIÓN ACTIVA
- ✓ COMPROMISO
- ✓ RESPONSABILIDAD
- ✓ EMPATÍA

OSC

SU VISIBILIDAD PÚBLICA LIGADO A DEMANDA COLECTIVA

PARA TENER MEJORES RESULTADOS

- ✓ PLANIFICAR
 - ESTRATÉGICAMENTE (LÍNEA DE ACCIÓN)
 - OPERATIVAMENTE (CÓMO EJECUTARLA)
- ✓ MONITOREAR Y EVALUAR

Carpeta institucional
Su presentación

Capítulo 2

Salud y Derecho a la salud

“De nada sirven las conquistas de la técnica médica si ésta no puede llegar al pueblo por los medios adecuados”.

Ramón Carrillo

Hay muchas definiciones de lo que es la salud. Estas pueden cambiar según la cultura, el lugar y el momento en que nos encontremos. Por ejemplo, la salud puede ser entendida como un gasto, un deseo, un derecho o un ministerio. **El concepto de salud que tengamos va a determinar la manera en que nos vinculemos con nuestro propio cuerpo y la forma en que activemos para cuidarlo y/o hacer cumplir nuestro derecho a acceder a ella.** ¿Ya pensaste qué es la salud para vos?

Porque **la salud también es política**, te proponemos repasar ese concepto -para repensar y armar una definición colectiva-, diferentes definiciones, alcances, normativas.

SALUD INTEGRAL

Salud no es ausencia de enfermedad, porque como activistas sociales no simplificamos realidades complejas con conceptos binarios. Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud integral significa un completo bienestar físico, mental y social. Si bien podemos tensionar varios aspectos de esta definición, rescatemos lo positivo: que una persona acceda a salud integral implica que pueda estar bien desde lo orgánico, desde lo psico-emocional-afectivo, pero además que existan políticas apuntadas a la protección social en el lugar donde vive. Es decir: demandar salud integral es, también, exigir que las condiciones de vida de las personas sean mejores.

Las circunstancias en que las personas nacen, crecen, trabajan, y envejecen, y cómo estas son afectadas por la desigual distribución de recursos hacen que nuestro objetivo tenga que ver con ser actores que disputen poder. **La salud, entonces, está indudablemente atravesada por cuestiones políticas.**

SALUD MENTAL

La salud mental entendida en un sentido integral está compuesta por **tres pilares fundamentales**: el **físico** (en la medida en que un padecimiento corporal puede tener repercusión psíquica), el **intelectual** (cómo conocemos el mundo, cómo razonamos y la ubicación tiempo-espacio que tenemos) y el **afectivo** (teniendo en cuenta los aspectos relacionales y sentimentales). Muchas veces, para sostener un tratamiento o terapia, las personas necesitan redes o sistemas de contención. Las construcciones y concepciones sociales que patologizan/estigmatizan las cuestiones de salud mental obstaculizan la formación de estas redes.

La vulneración de los derechos humanos repercute en la salud mental afectando no sólo al individuo sino también a su entorno. El sufrimiento psíquico puede aparecer en momentos de crisis puntuales o formar parte de situaciones más prolongadas en el marco de trastornos, problemas de salud mental y/o injusticias sociales. El acceso a información sobre estas situaciones favorece la comunicación de sentimientos, miedos e inquietudes, reduciendo así nuestros prejuicios y el estigma.

Ver anexo para más información.

SALUD SEXUAL

La **salud sexual es un estado de bienestar físico, mental y social en relación con la sexualidad**, de acuerdo a la OMS. Un enfoque integral implica, en primera instancia, pensar la sexualidad como una parte intrínseca e incuestionable de las personas, que se **construye a lo largo de toda la vida y que puede mutar y tomar tantas formas como personas hay en el mundo.**

En este sentido, la salud sexual contempla aspectos que van más allá de las infecciones de transmisión

sexual (ITS), la reproducción y la anticoncepción, porque incluye **también la posibilidad de tener experiencias sexuales consentidas, seguras y libres**. El acceso a la información acerca de métodos de cuidado, deseo, placer y prevención de la violencia y la discriminación también forman parte de la salud sexual, en la medida que nos permite tomar decisiones de manera autónoma. En resumen, tampoco puede haber salud sin salud sexual.

SALUD COMUNITARIA Y SALUD PÚBLICA

La **salud** es considerada **una de las más importantes necesidades por todas las culturas** y engloba una multiplicidad de aspectos que van más allá de las individualidades. Los conceptos de **salud comunitaria** y **salud pública** hacen de la salud un asunto y un bien colectivo desplazando la perspectiva de consumo de la atención médica. ¿Conocías estas palabras? Para ahondar en ellas, te compartimos más información:

SALUD COMUNITARIA

La salud comunitaria **incluye la participación directa de las personas en las cuestiones relacionadas con su salud**. Esta perspectiva contempla todos aquellos aspectos de la construcción cultural de las diferentes comunidades, que son, a su vez, determinantes sociales de la salud.

Las comunidades se constituyen por personas que se identifican entre sí por sus afinidades o por un sentido de pertenencia generacional y/o cultural. Cada comunidad cuenta con saberes y prácticas propias, construidas a partir de valores e ideas, hábitos y costumbres, mitos, creencias y prejuicios, los cuales son transmitidos de generación en generación. Las personas que integran una comunidad comparten historias y afectos incluso viviendo en lugares distintos.

El rol de los promotores de salud es esencial para favorecer el **involucramiento de la comunidad en su cuidado**. De esta forma se pueden aplicar distintas estrategias de promoción y prevención que se adecúen a cada contexto de una manera consensuada.

Los procesos de **empoderamiento comunitarios** son los que desembocan en el desarrollo de esta forma de **construir salud**.

SALUD PÚBLICA

La salud pública **no es asunto exclusivo de la medicina o la biología, sino que es una materia en la que tienen injerencia, además, múltiples disciplinas, entre ellas la economía, la sociología, la estadística y la demografía**. Su construcción está dada a través de políticas públicas en distintos niveles del Estado, orientadas a la promoción de la salud, prevención, asistencia, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación.

Las políticas de salud se llevan a cabo mediante programas implementados por el Ministerio de Salud de la Nación y por los ministerios de Salud de las distintas jurisdicciones. Para que sean efectivos, los programas de salud deben ser abordados con perspectiva comunitaria y cumplir con los elementos que componen el derecho a la salud que veremos en las siguientes páginas. La política sanitaria que se piensa en una oficina aislada de la diversidad de realidades que confluyen en un territorio está destinada a no tener el impacto deseado o, en muchos casos, a fracasar.

SISTEMA DE SALUD EN ARGENTINA

El sistema de salud en Argentina está dividido principalmente en tres subsectores: público, obras sociales y privado.

- a) El **subsector público** está a su vez dividido en tres niveles según la complejidad de la atención:
1. el primer nivel de atención (centros de salud, salitas de barrio y promoción comunitaria de la salud),
 2. el segundo nivel (los hospitales donde se atienden las distintas especialidades médicas), y
 3. el tercer nivel de atención o de alta complejidad.
- b) El **subsector de obras sociales** está dividido en dos grandes grupos:
1. obras sociales nacionales o sindicales y
 2. obras sociales provinciales, que nuclean a trabajadores estatales de cada jurisdicción. También forman parte de este subsector las obras sociales de las universidades nacionales, del poder legislativo, del poder judicial y de las fuerzas armadas y de seguridad.
- c) El **subsector privado** está formado por las distintas entidades de medicina prepaga que son empresas privadas que cobran a las personas una cuota mensual a cambio de determinadas prestaciones listadas en una cartilla.

2 DATOS SOBRE EL SUBSECTOR PÚBLICO:

- ▶ Toda persona, argentina o extranjera que se encuentre en el territorio argentino, debe tener garantizado el acceso gratuito a la salud a través del sistema público.
- ▶ Incluso si una persona tiene obra social o prepaga no se le puede negar la atención en un centro de salud público. Puede ocurrir que el efector de salud solicite los datos de la obra social o prepaga para luego cobrarle la atención al organismo correspondiente.

2 DATOS SOBRE EL SUBSECTOR DE OBRAS SOCIALES:

- ▶ Las obras sociales tienen la obligación de afiliar a las personas que están trabajando en el rubro que corresponda, incluso si tienen alguna patología preexistente.
- ▶ <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/62/texact.htm>
La cobertura de salud de una persona en la obra social se mantiene por tres meses luego de su desvinculación laboral.

2 DATOS SOBRE EL SUBSECTOR PRIVADO:

- ▶ Las entidades de medicina prepaga cobran una cuota mensual cuyo monto está determinado en función de la edad y las patologías preexistentes de la persona.
- ▶ <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/180000-184999/182180/norma.htm>
La cuota mensual puede aumentar únicamente bajo autorización de la Superintendencia de Servicios de Salud.

BARRERAS PARA EL ACCESO A LA SALUD

Las barreras que obstaculizan o impiden el acceso a la salud **pueden ser de orden económico, social, político o cultural, y condicionadas por los determinantes sociales de la salud ya existentes.** A modo de ejemplo: A pesar de la gratuidad de la atención en el sistema público, los gastos de transporte para llegar a un efector de salud son una barrera económica. La falta de formación del personal de salud en cuestiones de género es una barrera social que puede empezar a mitigarse a través de la incidencia de las organizaciones en las universidades. El incumplimiento de las normas al interior del sistema de salud es una barrera política. Mitos, tabúes y desinformación son una barrera cultural para el acceso a la salud que requiere de políticas públicas (Ejemplo: Educación Sexual Integral) y campañas de comunicación por parte del Estado y las organizaciones.



PARA ACERCARNOS A LAS NOCIONES DE SALUD COMO DERECHO Y, SOBRE TODO, PARA PENSAR EN LAS BARRERAS DE ACCESO, ES NECESARIO TENER PRESENTE UN CONCEPTO QUE QUIZÁS YA HAYAS ESCUCHADO: LA INTERSECCIONALIDAD, QUE NOS PERMITE VER COMO A DIVERSAS IDENTIDADES SE LES IMPONEN DIFERENTES OPRESIONES, QUE SE SUMAN –Y RESTAN DERECHOS–.

RELACIÓN DE LAS PERSONAS CON EL SISTEMA DE SALUD

Hay diferentes maneras de vincularnos con el sistema de salud, las cuales repercuten en nuestra construcción como sujetos de derecho: **podemos identificarnos como pacientes**, que refuerza una idea de pasividad y supone cierta resignación, promoviendo una menor autonomía respecto a las decisiones que se toman sobre la propia salud; **usuaries**, donde hay una relación de consumo con quien provee un servicio, otorgándole mayor legitimidad a los reclamos por la calidad del mismo u otros aspectos; **y/o interlocutoras e interlocutores**, figura que se contrapone a la primera en la medida que plantea la participación en una situación de diálogo que presupone el acceso a la información necesaria para la toma de decisiones de manera autónoma.

LA SALUD Y LOS DERECHOS HUMANOS

Y si hablamos de acceso, pero también de barreras, es necesario que nos adentremos en los Derechos Humanos (DDHH). ¿Qué son? Son aquellos que **nos corresponden por ser personas, por lo que son intrínsecos e inalienables a la condición humana.** Nacen de la necesidad de que todes podamos **vivir en libertad, igualdad, dignidad y sin discriminación.**

Los países o Estados que firmaron los tratados que garantizan estos derechos están obligados a

respetarlos, cumplirlos y garantizarlos, así como a eliminar las barreras económicas, sociales, políticas o culturales que impidan a las personas el pleno ejercicio de estos derechos¹.

ESTRUCTURA LEGAL EN ARGENTINA

Las normas se ordenan jerárquicamente como en una pirámide: en la cima está la **Constitución Nacional y los Tratados Internacionales de Derechos Humanos** (que tienen la misma jerarquía que la Constitución a partir de 1994, cuando fueron incorporados a ella en el Art. 75 inc. 22). Por debajo de ellas encontramos las **leyes nacionales que son dictadas por el Congreso Nacional** (Ejemplo: Ley 26.529 -Ley Nacional de Derechos del Paciente en su relación con los Profesionales e Instituciones de la Salud-). En esa estructura, hacia la base, están los **decretos presidenciales, resoluciones ministeriales y leyes provinciales**².

En todos los casos, las que están en un nivel inferior no pueden contradecir lo que está establecido en las normas que están en un nivel superior.

¿Sabías que la reglamentación de las leyes indica la manera en que deben ser aplicadas? Las leyes sin reglamentar -o sin presupuesto- dificultan el acceso a los derechos que estas garantizan.



1 En la Argentina, desde 1994, tienen jerarquía constitucional diez Tratados Internacionales de Derechos Humanos, entre ellos: la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la Convención sobre Derechos del Niño, la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial, la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer y la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

2 Dado que en Argentina el sistema de gobierno es federal, lo cual implica la autonomía de las provincias, cada jurisdicción tiene su constitución y sus leyes que regulan la acción de sus gobiernos. Algunas leyes provinciales adhieren a normas nacionales. Ejemplo: Ley 2.990 La Pampa (Ley de Adhesión a la Ley Nacional 26.529). Asimismo, en algunos casos, la sanción de varias leyes provinciales sobre un mismo tema promueve la sanción de una ley nacional.

¿QUÉ SON LOS DERECHOS HUMANOS (DDHH)?

Los DDHH son aquellos que nos corresponden por ser personas, por lo que son intrínsecos e inalienables a la condición humana. Nacen de la necesidad de que todes podamos vivir con libertad, igualdad, dignidad y sin discriminación.

Los países o Estados que firmaron los tratados que garantizan estos derechos están obligados a **respetarlos, cumplirlos y garantizarlos**, así como a eliminar las barreras económicas, sociales, políticas o culturales que impidan a las personas el pleno ejercicio de estos derechos.

En la Argentina, desde 1994, tienen jerarquía constitucional diez Tratados Internacionales de Derechos Humanos, entre ellos: la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la Convención sobre Derechos del Niño, la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial, la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer y la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

DERECHO A LA SALUD

El derecho a la salud **es uno de los Derechos Humanos fundamentales**. Este derecho está incluido en los Tratados Internacionales sobre Derechos Humanos incorporados en el artículo 75 de la Constitución Nacional. Adicionalmente, en el artículo 42, se enuncia el derecho a la protección de la salud. Para ejercer nuestros derechos es necesario conocerlos, pero eso no es suficiente. También es fundamental hacer que se cumplan.

¿EN QUÉ CONSISTE EL DERECHO A LA SALUD?

En el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales se establece que hay **cuatro elementos que componen el derecho a la salud** y que requieren de la infraestructura y los recursos adecuados para lograrlos:

1. **Disponibilidad:** que haya cantidad suficiente de centros, bienes, servicios, programas y personal de salud para que todas las personas puedan atenderse. Donde sea que falten, tienen que ser creados para garantizar el acceso universal a este derecho.
2. **Accesibilidad:** que no haya discriminación de ningún tipo en la atención de la salud, que los centros, bienes, servicios, programas de salud e información sean accesibles física, intelectual y económicamente. Si alguno de estos aspectos no se cumple, se está vulnerando el derecho a la salud integral de las personas. La lengua, la cultura, entre otros componentes, nunca debe impedir a las personas acceder a este derecho fundamental.
3. **Aceptabilidad:** que la atención de la salud sea regida por la ética de profesionales de la salud, que en los centros y servicios de salud se respeten la cultura, tradiciones y valores de las personas así como también su diversidad. Para que los programas de salud sean aceptados en la comunidad, es fundamental la participación de las comunidades y las organizaciones en su elaboración.
4. **Calidad:** que desde el punto de vista científico, humano y tecnológico, la atención de la salud, los centros, bienes, servicios y programas de salud sean adecuados y de buena calidad. Para que eso suceda se requiere que el personal de la salud esté capacitado, bien remunerado y que la información que brinden a las personas sea completa.

El derecho a la salud, como derecho humano, impone además al Estado las tres obligaciones comunes a todos los DDHH:

1. **Respetar:** no perjudicar ni interferir en el pleno ejercicio del derecho a la salud en el ámbito público.

2. **Proteger:** adoptar medidas para impedir que otros interfieran en el pleno ejercicio del derecho a la salud (Ejemplo: regulando la actividad de obras sociales o empresas de medicina prepaga).
3. **Cumplir:** adoptar medidas para garantizar el derecho a la salud (Ejemplo: adoptando leyes, políticas o medidas presupuestarias apropiadas).

En este sentido, se entiende que para hacer efectivo el derecho a la salud es deber del Estado garantizar el acceso a información, a acciones de prevención y promoción de la salud, a diagnósticos precoces y tratamientos oportunos, así como a la rehabilitación y recuperación de la salud mediante políticas públicas activas. Si dichas políticas están ausentes o no alcanzan, es nuestro deber como activistas reclamarlas y, llegado el caso, exigir las ante autoridad administrativa, en primera instancia, y luego judicial, para proteger y hacer cumplir el derecho a la salud.

¿EL DERECHO A LA SALUD SE REDUCE SÓLO A CUESTIONES PERSONALES?

No, el derecho a la salud **tiene una dimensión individual**, por ejemplo, en el acceso a los servicios de salud, **pero también tiene una dimensión colectiva y social**, por ejemplo, en el desarrollo de políticas públicas de salud y en el rol que tienen las organizaciones sociales respecto a su tutela.

¿EL DERECHO A LA SALUD SE REDUCE SÓLO A CUESTIONES DE LA ATENCIÓN CLÍNICA DE SALUD?

No, la atención de la salud debe ser **interdisciplinaria** y también **interinstitucional**, uniendo el derecho a la salud con la satisfacción de otros derechos tales como la educación, la vivienda, el medio ambiente sano, el acceso a los beneficios de la ciencia y la tecnología, el acceso a la información y el disfrute de la libertad de pensamiento y expresión.

¿QUIÉN SE OCUPA DE QUE SE CUMPLA EL DERECHO A LA SALUD?

Por más de que el derecho a la salud exista, sabemos que no siempre se cumple para todas las personas: esto se llama vulneración de derechos. Una manera de contrarrestarlo es denunciarlo, visibilizar la situación, colocar el tema en la agenda pública e insistir para que se dispongan los recursos necesarios y se elaboren las políticas públicas que hagan falta. Las personas que se atienden en el sistema de salud son las que mejor conocen en qué puntos falla y en cuáles tiene que reforzar la respuesta. Las organizaciones sociales pueden funcionar como un nexo entre ellas y las instituciones, incluido el Estado. Existen varios mecanismos y herramientas de respuesta en casos de vulneración de derechos que detallaremos en las próximas páginas.

¿QUÉ SIGNIFICA APLICAR EL ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS AL ACTIVISMO EN SALUD?

Hacer activismo desde un enfoque de Derechos Humanos significa que tengamos presente la necesidad imperiosa y urgente de que todos podamos vivir con libertad, igualdad, dignidad y sin discriminación.

Esto implica, entre otras cosas: denunciar la exclusión en todas sus formas, contribuir a eliminar las barreras económicas, sociales, políticas o culturales que impiden el ejercicio del derecho a la salud, y reclamar que las políticas sanitarias sean inclusivas y no reproduzcan la vulneración de personas o comunidades. Para lograr esto tenemos que **prestar atención**, tomar un **rol activo**, **participar en la toma de decisiones** de las políticas públicas en los distintos niveles (local, jurisdiccional/provincial y nacional) y **denunciar las irregularidades**.

Este enfoque también significa que para dar respuesta a las necesidades de salud se requiere articular

con las áreas de educación, vivienda, servicio social, trabajo, alimentación, recreación, transporte y planeamiento urbano, entre otras.

MECANISMOS DE RESPUESTA EN DERECHOS

Los mecanismos de respuesta en **derechos incluyen diversos tipos de acciones: desde responder consultas con información confiable hasta realizar denuncias, reclamos administrativos o demandas colectivas.**

Las consultas pueden clasificarse como de respuesta rápida, en los casos en que se solicite un dato puntual o se requiera la derivación de la consulta a una oficina específica, o de respuesta más elaborada, en los casos en que se requiera un trabajo en equipo para brindar solución a la solicitud recibida.

Las consultas de respuesta rápida pueden basarse en la propia experiencia pero es conveniente que estén respaldadas por la búsqueda de información que las confirme y las mantenga actualizadas. Las consultas de respuesta rápida pueden ser sistematizadas a fin de elaborar una guía de soluciones a preguntas frecuentes

[Ver Anexo.](#)

DENUNCIAS, RECLAMOS Y DEMANDAS POR VULNERACIÓN DEL DERECHO A LA SALUD

La vulneración del derecho a la salud es una violación de los derechos humanos. **Como activistas, debemos denunciar las barreras sociales, económicas, políticas o culturales que impiden el acceso a todo lo que abarca el derecho a la salud.** La denuncia puede ser de carácter público, reclamando nuestros derechos en las calles, y/o administrativa, llevando nuestro reclamo a las entidades gubernamentales correspondientes (Ministerio de Salud³, en el caso de quienes se atienden a través del Sistema Público; Superintendencia de Servicios de Salud⁴, para personas que lo hacen se atienden a través de Obras Sociales nacionales -y sindicales- y entidades de medicina prepaga; o Defensorías del Pueblo, para quienes se atienden a través de Obras Sociales Provinciales).

En caso de no recibir respuestas, podemos avanzar con una demanda judicial solicitando asesoramiento y patrocinio jurídico para llevar adelante nuestro reclamo en el ámbito de la Justicia. Esta acción, alojada en la Constitución Nacional, se llama Recurso de Amparo por vulnerar derechos fundamentales. Existe la falsa creencia de que los recursos de amparo se resuelven rápidamente pero a la hora de reclamar un derecho la vía administrativa siempre será más eficiente.

Discriminación

La discriminación es una gran barrera para el acceso a la salud que funciona de distintas maneras: brindando una atención mala, insuficiente o no brindando atención a alguien por su nacionalidad, situación socioeconómica, pertenencia a alguna comunidad o colectivo, entre otros motivos. Asimismo, la discriminación disuade a las personas de atenderse en los servicios de salud. El Instituto Nacional

3 Las personas que se atienden a través del Sistema Público deben presentar su reclamo en el Ministerio de Salud de la jurisdicción a la que pertenezca la institución que presenta barreras o incumplimientos.

4 La Superintendencia de Servicios de Salud, órgano descentralizado del Ministerio de Salud de la Nación, con oficinas en todo el país, recibe y procesa reclamos de las personas que se atienden a través de Obras Sociales nacionales -y sindicales- y entidades de medicina prepaga. Para realizar un reclamo la persona titular debe completar un formulario provisto por la Superintendencia (acompañado de la documentación necesaria según el tipo de reclamo). A través del formulario se notifica a la entidad correspondiente para que regularice la situación. Si la misma no responde en el plazo estipulado o si la respuesta no es satisfactoria, la persona titular tiene 10 días para continuar el reclamo mediante la intervención de la Superintendencia. (<https://www.argentina.gob.ar/reclamar-por-incumplimiento-de-obras-sociales-y-prepagas>)

contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) y los Centros de Acceso a la Justicia (CAJ) del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación reciben y procesan denuncias por discriminación. Para realizar una denuncia es necesario presentar fotocopia de documentación que acredita la identidad de la persona, fotocopia de los elementos que sirvan para acreditar los hechos denunciados (cartas documento, telegramas, cartas personales, correos electrónicos, fotos, artículos periodísticas, facturas de servicios, etc.) y completar el formulario de denuncia. Si se ofrecen personas que atestigüen la denuncia, se las convocará en fechas y horarios específicos para prestar declaración testimonial acerca de los hechos denunciados. (<https://www.argentina.gob.ar/denunciar-un-hecho-de-discriminacion>)

INSTANCIAS SUPERIORES

Hay herramientas internacionales, como el cargo de Relator Especial sobre el Derecho a la Salud, creado por la resolución 2002/31 por la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, que se dedica a realizar misiones a los países; investigar situaciones problemáticas y denuncias de vulneraciones del derecho a la salud; mantener conversaciones con los gobiernos en relación con las presuntas violaciones y presentar informes anuales a la Asamblea General y al Consejo de Derechos Humanos.

Como vimos, la salud es mucho más que ir al hospital cuando estamos enfermos y existen muchas herramientas para hacer que el derecho a acceder a ella libremente se cumpla. En los capítulos siguientes abordaremos de qué manera se pueden llevar a cabo acciones para facilitar el ejercicio del derecho a la salud y monitorear al Estado en su respeto, garantía y cumplimiento.

DDHH



- ✓ HUMANIDAD
- ✓ INTRÍNSECOS E INALIENABLES
- ✓ PARA VIVIR EN LIBERTAD, IGUALDAD, DIGNIDAD Y SIN DISCRIMIANCIÓN



SALUD

Es un derecho

- INTEGRAL
- MENTAL
- SEXUAL Y REPRODUCTIVA

¿PASA ESTO?



OJO:

SI HAY BARRERAS DE ACCESO
▽
HAY ACTIVISMO

COMUNITARIA

PÚBLICA



Si llegaste hasta acá es porque leíste un montón: sabemos que este capítulo es extenso, pero es muy necesario tener en cuenta cada elemento. A partir de la lectura, te consultamos:

- ▶ ¿Cuál te parece que es el rol de les activistas en salud?
- ▶ ¿Cómo le explicarías el sistema de salud argentino a una persona que migró a nuestro país?
- ▶ ¿Cuántas experiencias de denuncias, reclamos y demandas por vulneración del derecho a la salud conocés?

ESTRATEGIAS, ACCIONES Y RESULTADOS DEL ACTIVISMO EN SALUD EN LA PANDEMIA POR COVID-19

La pandemia por Covid-19 tuvo varias respuestas. Algunas fueron comunitarias: en este apartado referimos a la salud que **incluye la participación directa de las personas en las cuestiones relacionadas con su salud**, ¿lo recordas?

Emergencias sanitarias tales como esta pandemia ponen en evidencia las fallas y los límites del sistema de salud, agregando nuevas barreras de acceso a la salud a las ya existentes y profundizando las desigualdades. A la par de las medidas de salud pública, la respuesta comunitaria debe dirigirse a identificar las necesidades más urgentes y cubrir esas necesidades en la medida de sus posibilidades. Simultáneamente se debe reclamar al Estado que apoye a las organizaciones para que puedan sostener las acciones de asistencia a las poblaciones vulneradas. La articulación entre las organizaciones y el Estado permite la llegada de distintas medidas a las personas que más lo necesitan. Las demandas que de este proceso surgen permiten que se propongan políticas que atenúen a mediano y largo plazo las consecuencias de la crisis.

A partir de una mirada interseccional, podemos reconocer la superposición de realidades conflictivas que limitan el acceso al sistema de salud creando múltiples niveles de injusticia social. No tener en cuenta esta perspectiva puede llevarnos a ignorar una problemática compleja que se ve reforzada en situaciones de emergencia en general, entre ellas, la sanitaria.

Capítulo 3

Comunicación y Visibilidad

“La visibilidad es el único camino por el que vamos a alcanzar la fuerza necesaria para lograr nuestros derechos”.
Carlos Jáuregui

Una de las principales funciones de la comunicación masiva es la visibilidad: lo que no se comunica queda por fuera de nuestra percepción, **lo que no se nombra no existe.** Muchas de las problemáticas que se abordan desde el activismo, y principalmente desde el activismo en salud, durante mucho tiempo fueron -y son- invisibilizadas, pero es urgente que sean reconocidas para ser abordadas.

Por eso, cuando se crea o se fortalece una organización, lo primero que se debe pensar es en cómo va a relacionarse con la sociedad. **Es importante definir cuál será su voz, sus colores, su identidad. Se deberá decidir cuáles serán sus canales de comunicación externa y también interna.** El equipo de comunicación, conformado por una persona o por varias, es una pata esencial de toda organización que quiera hacer activismo. Y como tal, debemos darle la importancia que merece.

LENGUAJE EN SALUD

El lenguaje refleja nuestras creencias y valores e influye en nuestros comportamientos, por lo que al momento de comunicarnos tenemos que elegir responsablemente las palabras que usamos.

Cuando hablamos de lenguaje en salud **deberíamos evitar el uso de terminología bélica y metáforas militares** porque:

- ▶ plantean la salud como una situación en la que las personas resultan ganadoras o perdedoras, generando sentimientos de inferioridad, competencia o mayor desigualdad.
- ▶ contribuyen a estigmatizar ciertas enfermedades y trasladan ese estigma a las personas afectadas, incrementando la discriminación.

Un error frecuente es asociar a determinadas comunidades con “grupos de riesgo”: este accionar estigmatiza a las personas y las disuade de acercarse a los servicios de salud. Entendemos que el enfoque debe estar en las conductas de riesgo, las que pueden abordarse desde una perspectiva de información sobre distintas alternativas y reducción de daños. También hay grupos en situación de mayor vulnerabilidad o en riesgo, quienes requieren de especial atención y cuidados.

COMUNICACIÓN Y ACTIVISMO EN SALUD

La **comunicación es una de las herramientas principales del activismo** por lo que es importante prestarle tanta atención a las acciones de incidencia en comunicación como a las acciones de incidencia política.

Las campañas de comunicación en salud deben **transmitir un mensaje que sea claro, que aporte datos basados en evidencia científica e indique cómo acceder a más información o al ejercicio de un derecho.** Es importante elegir maneras de comunicar adecuadas para el público al que nos dirigimos que favorezcan la comprensión. Debemos evitar alarmar o propagar el miedo a una infección, enfermedad o trastorno porque así podríamos disuadir a las personas de solicitar atención médica y podríamos fomentar el estigma.

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

Es importante que, sin sensacionalismos y brindando info veraz, impactemos en la sociedad con nuestro mensaje. Para esto también será conveniente que establezcamos vínculos con medios y periodistas, de modo que renovemos la agenda pública e insertemos las demandas, denuncias o hallazgos de nuestra organización. Es decir, es necesario que planifiquemos contenido de calidad. ¿Cómo?

ELABORACIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES EN TRES PASOS

1. Planificar qué comunicar, cómo hacerlo y cuándo

Qué comunicar: la información que vamos a brindar y la manera de presentarla está muy relacionada con la identidad de la organización. Recordemos revisar cuidadosamente los contenidos elaborados antes de publicarlos.

Cómo comunicar: Podemos chequear las cuentas de otras organizaciones para ver qué es lo que funciona y qué haríamos de manera diferente. También podemos ver “Estadísticas” cuáles fueron las publicaciones propias que más alcance, me gusta, compartidas o guardados tuvieron, para así repetir maneras (Ejemplo: si funcionan los carruseles, volver a usar ese formato).

Cuándo comunicar: podemos programar cierta periodicidad en la publicación de contenidos y realizar publicaciones relevantes en función de la coyuntura. Es mejor publicar poco que no publicar nada.

2. Reforzar el mensaje: agregar a nuestras publicaciones una llamada a la acción (Ejemplo: compartir, etiquetar, participar, etc).

3. Aumentar la inclusión y la accesibilidad

Utilizar lenguaje no binario, que interpele a todes para romper con el falso genérico masculino (Ejemplo: “los hombres” para referir a la humanidad); colocar subtítulos a los videos y descripciones de las imágenes en las bajadas de las publicaciones, entre otros recursos.

SI VAMOS A REALIZAR UN VIDEO UTILIZANDO LA CÁMARA DE UN TELÉFONO CELULAR RECORDEMOS:

1. Mantener el celular fijo en posición horizontal
2. Grabar en un lugar silencioso, con buena iluminación y un fondo adecuado (Ejemplo: si el reclamo es al Ministerio de Salud, tendrá mayor impacto filmar un video en cercanías a ese edificio que en cercanías al Congreso de la Nación)
3. Hablar despacio y con claridad, intentar conseguir micrófono, al menos corbatero-.

DIFUSIÓN RESPONSABLE DE CONTENIDOS

La cantidad de información generada día a día es inmensa y una buena parte de la misma se publica sin que se confirme su autenticidad. Otra parte es intencionalmente falsa, lo que conocemos como *fake news*, cuyo propósito es impulsar la desinformación, transmitir posturas tendenciosas o desviar la atención sobre algún tema.

La proliferación de rumores en temas de salud sólo genera ansiedad y confusión. Para detectar dichos contenidos es importante no quedarse con lo que dice el título de la noticia sino revisar la fuente de procedencia de la información, chequear si fue replicada en distintos medios de comunicación y comprobar si tuvo repercusión en sitios oficiales. En este sentido, cada persona que comunica elige las fuentes en las que confía acorde a sus objetivos.

En caso de que hayamos incorporado información errónea en nuestras publicaciones, es conveniente reconocer la equivocación y rectificar el contenido. Si resulta necesario eliminar la publicación debido al error que contiene, es importante aclarar los motivos y ofrecer las disculpas correspondientes.

EVALUACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN TRES PASOS

La evaluación de nuestra actividad en las redes sociales nos aportará información acerca de la **efectividad de nuestro mensaje** y de la manera en que lo estamos difundiendo.

1. Revisar las métricas de las distintas redes sociales: observar cuánta gente accedió a nuestros contenidos, cuántas veces fueron compartidos, cuántos comentarios e interacciones recibieron, a qué público estamos llegando y cuantas personas nos siguen. Con esta información identificaremos los **formatos que prefiere nuestro público**.
2. Verificar si las campañas de comunicación tuvieron repercusión en los medios de comunicación mediante la realización de **clippings de prensa**: activar alertas en los buscadores usando palabras clave y entre comillas el nombre de nuestra organización y/o el nombre de nuestra campaña.
3. Si encontramos alguna publicación que difunda información falsa acerca de nuestra organización o de los temas a los que nos dedicamos podemos contactar al comité editorial o al equipo de producción para reclamarles el **derecho a réplica**.

RESPUESTA DE COMENTARIOS EN REDES SOCIALES EN TRES PASOS

1. Es importante decidir si vamos a responder comentarios o ignorarlos. Todo dependerá de la disponibilidad de las personas que manejan las redes sociales de nuestra organización y de la cantidad de comentarios. **Siempre es conveniente interactuar con las personas que nos siguen**.
2. Comentarios que piden ampliar la información: podemos responder brindando las vías de contacto de la organización para ofrecer una respuesta más completa.
3. Comentarios ofensivos: las redes sociales ofrecen la posibilidad de reportar a usuarios y sus mensajes. Como organización podemos decidir si ignorar estos comentarios o responderlos. **El estilo de respuesta debería coincidir con el estilo de incidencia de nuestra organización**: si nuestro estilo de activismo es más dialoguista, deberíamos utilizar un lenguaje que preste atención a nuestra imagen. Si incidimos desde el conflicto, podemos utilizar las respuestas a los comentarios como una oportunidad de enfatizar la postura de la organización, en tanto que si decidimos eliminar comentarios, podemos aclarar los motivos o no –en caso de que estos promuevan odio y discriminación-. **Cancelar la posibilidad de realizar comentarios o bloquear usuarios deberían ser consideradas como última opción**.

SITIO WEB INSTITUCIONAL

Un sitio web brinda **credibilidad, confianza e institucionalidad** a una organización. En él podemos reunir las campañas realizadas, información sobre la organización y enlaces a las redes sociales. La creación del sitio también posibilita que estos contenidos sean recuperables desde distintos buscadores (Google, Yahoo, etc). Es conveniente elegir un nombre de dominio sencillo y terminado en .org para una más rápida identificación de la organización. Un sitio web puede ser simple y atractivo a la vez. Mantenerlo actualizado mejora la interacción con las personas que nos siguen.

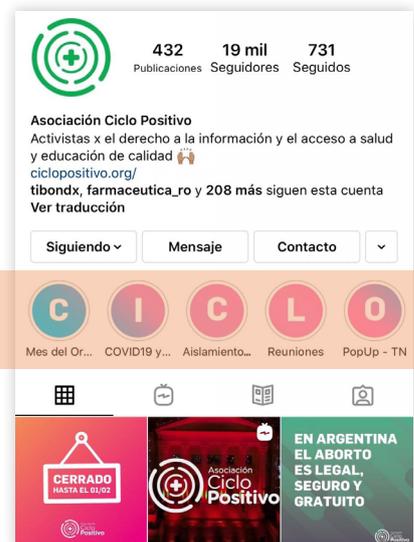
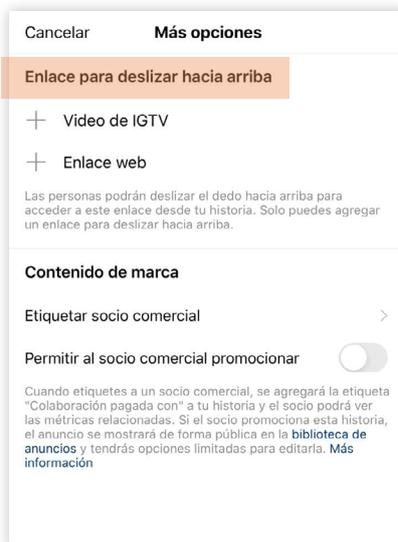
PRESENCIA EN REDES SOCIALES

Las redes sociales son esencialmente un territorio, es decir, un espacio de acción para brindar información y comunicarnos. **Entre los diversos medios de comunicación y difusión de mensajes, hoy en día los folletos, carteles, apariciones en radio o en televisión tienen un protagonismo que compite con las publicaciones en redes sociales para la mayoría de los segmentos de la población que cuentan con acceso a la tecnología.** Conocer distintas redes sociales nos facilitará la tarea de determinar cuáles de ellas nos van a acercar al público al que queremos llegar- Además, antes de abrirlas, debemos pensar si nuestra identidad y estilo son acordes a éstas ya que cada una tiene su tono.

La decisión de **crear una cuenta institucional** de la organización en una o más redes sociales **dependerá de los recursos** que tengamos disponibles **para dedicar a la elaboración de contenidos** con cierta periodicidad así como a la recepción y respuesta de comentarios y mensajes de les usuarios. **Una vez que contamos con una cuenta institucional en una red social, ésta se convierte también en una vía de contacto para consultas.** La estructura de las redes sociales es muy dinámica y algunas de sus formas de uso pueden variar con el tiempo, por lo que es conveniente mantenerse actualizado de los cambios que se produzcan en las mismas.

6 DATOS SOBRE INSTAGRAM

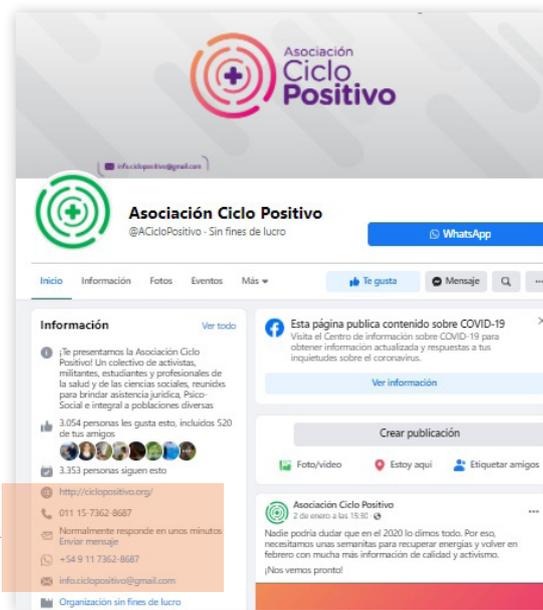
1. Instagram es una red social caracterizada por su preponderancia **visual**, ya sea a través de imágenes, videos o placas con textos breves. **A menor cantidad de texto, mayor difusión.**
2. La **bajada** o **copy** de las publicaciones permite explayarse acerca del mensaje que queremos dar pero el impacto del mensaje está dado por el contenido de la imagen, video o placa. Los videos pueden ser subidos como publicaciones o desde IGTV para videos si tienen mayor duración, en cuyo caso presentan una previsualización de varios segundos. No debemos olvidarnos de apelar a un tono personal, afectivo, cercano a la hora de crear contenido.
3. Para referirnos a otras cuentas de Instagram utilizamos **@**.
4. Para asociar nuestro mensaje a otras publicaciones y agruparlo con otros mensajes de la misma temática utilizamos **#**. Ejemplo: **#QueSeaLey**
5. El perfil de la cuenta puede incluir un enlace que podemos modificar para facilitar el acceso a alguna página web en alguna de nuestras publicaciones en la que agregaremos la frase **"link en bio"**. Hay herramientas que permiten que ese enlace despliegue un menú de botones para acceder a distintas páginas web (Linktree).
6. Las **historias** de Instagram permiten destacar nuestras publicaciones y favorecen su difusión. Las cuentas con más de 10.000 seguidores pueden agregar enlaces a las historias. Las destacadas son aquellas historias que elegimos que queden guardadas en nuestro perfil porque su contenido representa a la organización y a las actividades que realizamos.



Podes destacar historias para que queden en el inicio de tu perfil.

6 DATOS SOBRE FACEBOOK

1. Facebook es una de las primeras redes sociales masivas en aparecer por lo que su público está formado más por personas adultas y jóvenes, que por adolescentes. Las publicaciones que incluyen imágenes o videos son más visibles pero es habitual que los contenidos en facebook sean **mayoritariamente textuales** e incluyan enlaces a otras páginas web y cuentas de redes sociales. De todas formas, es conveniente agregar una imagen a las publicaciones para atraer mayor atención.
2. Para referirnos a otras cuentas de Facebook utilizamos @.
3. Para asociar nuestro mensaje a otras publicaciones o para destacar alguna frase utilizamos #.
4. El contenido generado en Instagram (publicaciones e historias) puede **replicarse** en Facebook si están enlazadas ambas cuentas.
5. Además de la creación de publicaciones, Facebook permite la creación de **eventos** para actividades programadas a modo de agenda social.
6. El **perfil** de la cuenta puede incluir las vías de contacto (mail, teléfono, formulario web) e información sobre la ubicación física/domicilio de la organización a través de un mapa.



Podés linkear tu perfil de facebook y los mensajes a un número de Whatsapp Business.

6 DATOS SOBRE TWITTER

1. Twitter es una red social que se caracteriza por limitar a **280** el número de caracteres de cada publicación. Si nuestro mensaje excede ese límite podemos agregar más publicaciones respondiendo a nuestro propio tuit/tweet y agregando -o no- la aclaración "abro hilo", como aviso de que el mensaje ocupará varios tweets. Respecto al tono, es informal e informativo, ideal para brindar información en tiempo real (minuto a minuto).
2. Las publicaciones pueden incluir imágenes, videos, gifs y enlaces a páginas web y cuentas de redes sociales. El **tamaño de imagen** de Twitter es diferente al de otras redes por lo que, para aumentar la calidad del posteo, será necesario diseñar una pieza con el tamaño adecuado para esta red. Para más información, ver "**Tamaño de las imágenes según red social**"

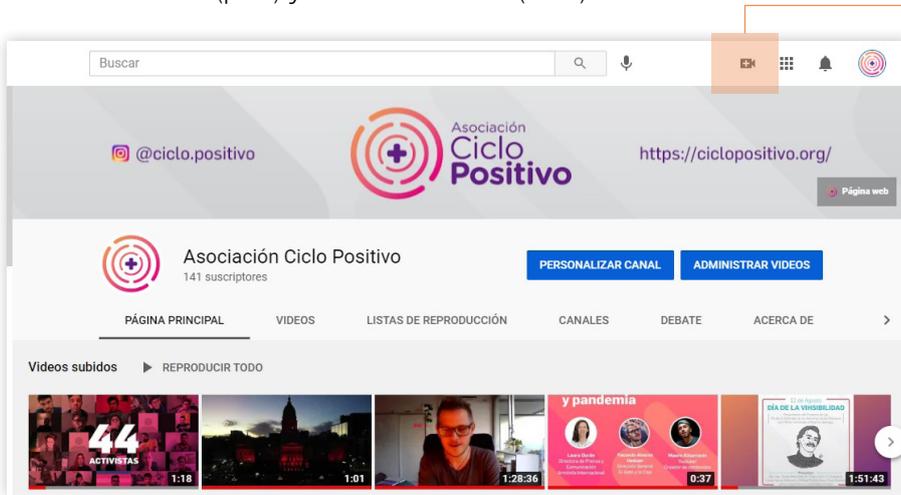
3. Para referirnos a otras cuentas de Twitter utilizamos @. Es conveniente asegurarse de que se trate de una cuenta oficial. Twitter es la red social por excelencia para incidir sobre tomadores de decisiones. Arrobar a políticos y/o personas influyentes puede hacer que nuestro pedido llegue a donde necesitamos.
4. Para asociar nuestro mensaje a otras publicaciones o para destacar alguna frase utilizamos #.
5. El contenido generado en Instagram (publicaciones) puede **replicarse** en Twitter.
6. El **perfil** de la cuenta puede incluir un enlace y datos de ubicación (país, mail, etc).



6 DATOS SOBRE YOUTUBE

1. YouTube es la red social que permite a les usuaries ver, cargar y compartir **videos** así como también transmisiones en vivo.
2. Al crear una cuenta institucional podemos organizar los videos que subamos mediante **canales y listas de reproducción**. Podemos personalizar nuestro canal para mostrar contenidos específicos que sean más relevantes o que representen a la organización.
3. Cada video debe llevar un título que lo encabece, **etiquetas** que lo identifiquen y puede llevar una descripción que amplíe la información e incluya enlaces a páginas web y cuentas de redes sociales.
4. Para asociar nuestro video a otros de la misma temática utilizamos #.
5. Es conveniente agregar **subtítulos** para aumentar la accesibilidad.

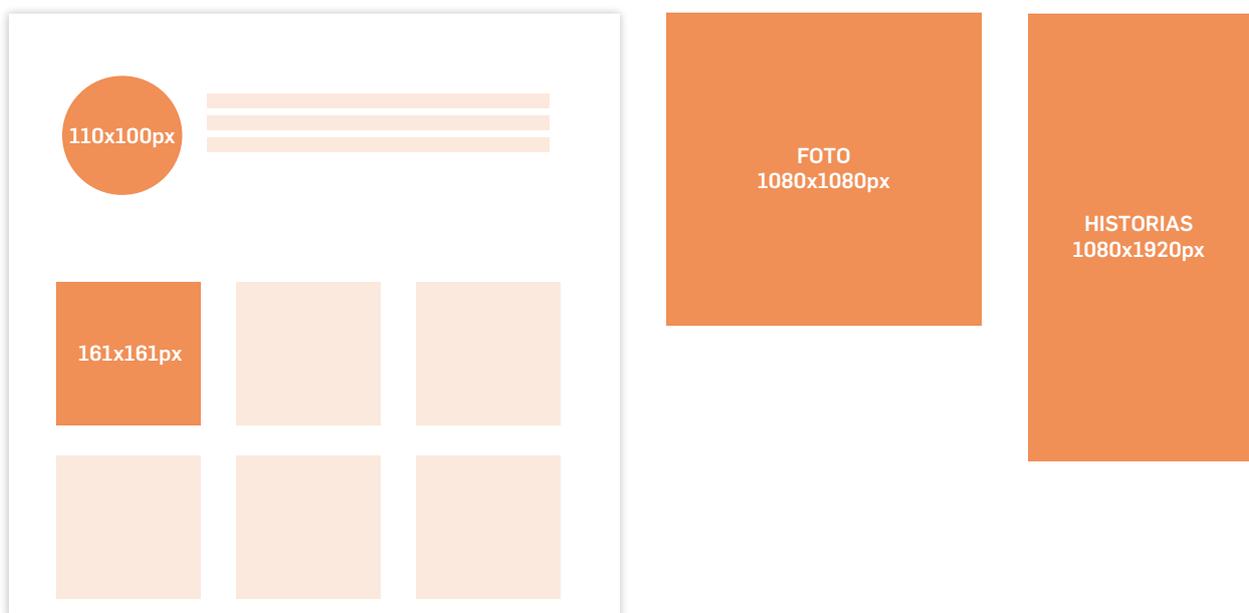
6. El **perfil** de la cuenta puede incluir enlaces a páginas web y cuentas de redes sociales así como datos de ubicación (país) y vías de contacto (mail).



Crear o subir videos o transmitir en vivo (Activá esta función 24hs. antes de usarla)

TAMAÑO DE LAS IMÁGENES SEGÚN RED SOCIAL

Cada cual tiene medidas específicas, en el caso de **Instagram**:



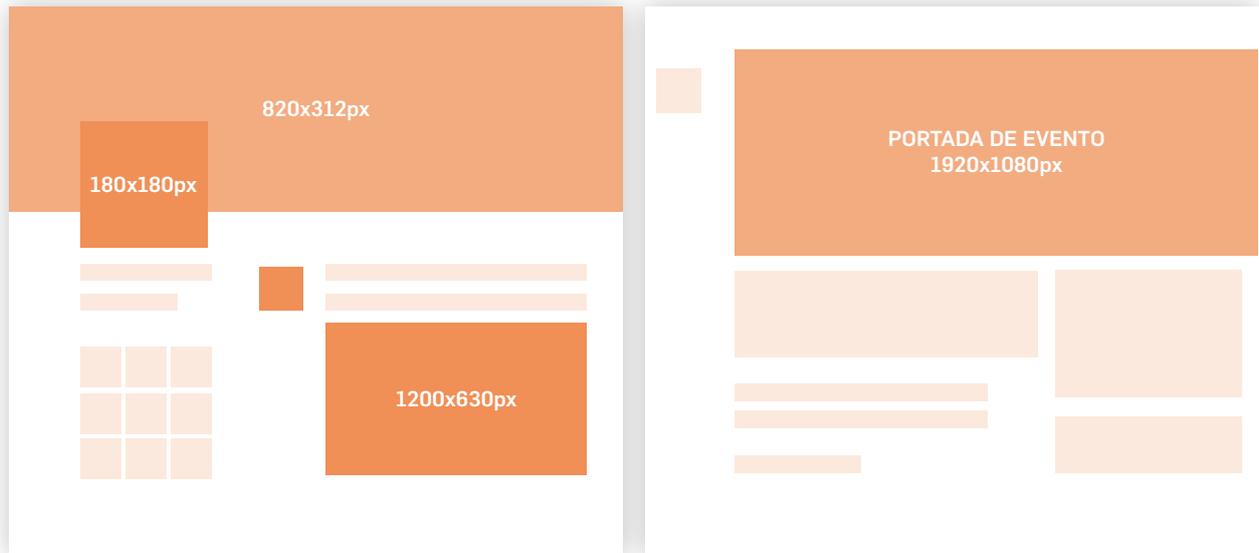
110x100px

161x161px

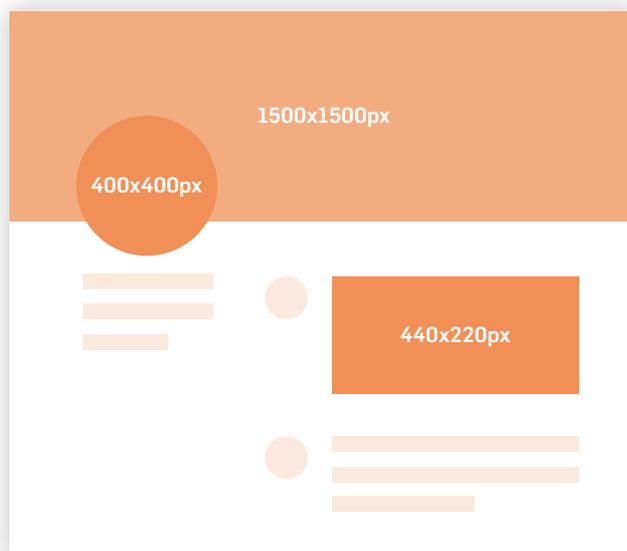
FOTO
1080x1080px

HISTORIAS
1080x1920px

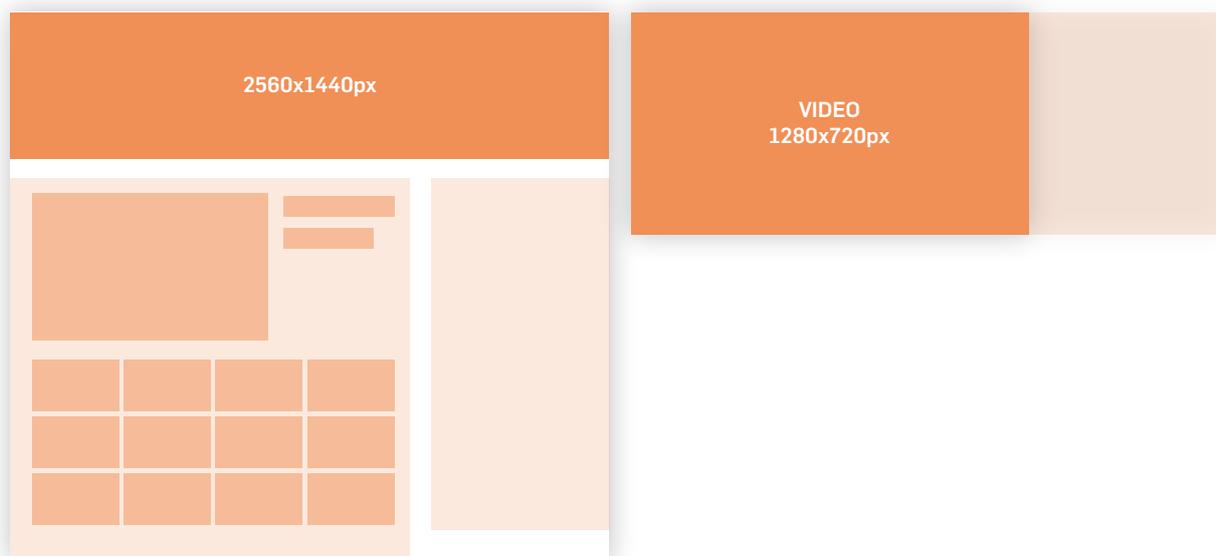
Facebook:



Twitter:



Youtube:



OTRAS REDES SOCIALES

Tik Tok, LinkedIn, Snapchat, Twitch, etc.

PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

El pago de pauta publicitaria en redes sociales permite llegar a un público específico elegido a partir de criterios relacionados con la información que las redes recolectan (Ejemplo: los datos que los usuarios aportan al crearse un perfil y las publicaciones que siguen o con las que más interactúan). También favorecen el crecimiento de la organización a fin de lograr una mayor exposición en los inicios de su presencia en redes sociales, llamar la atención sobre algún tema o apoyar una campaña de larga duración. Adicionalmente, el pago de publicidad habilita herramientas más detalladas para la evaluación de los contenidos elaborados.

El presupuesto destinado a publicidad deberá estimarse teniendo en cuenta cuánto podemos gastar en cada una de las redes sociales y durante cuánto tiempo.

VERIFICACIÓN DE CUENTA

Las distintas redes sociales ofrecen insignias (Ejemplo: sello azul con tilde en su interior que acompaña al nombre de usuario) a quienes sigan los pasos correspondientes para acreditar su cuenta oficial. De esta manera las redes sociales legitiman la **autenticidad** de ciertas cuentas asegurando a los seguidores la procedencia de los contenidos publicados.

COMUNICACIÓN INTERNA

Como dijimos, la elección de nuestra voz, nuestra identidad y los medios a través de los cuales vamos a comunicarnos con la sociedad son tan importantes como las herramientas de comunicación interna. Por eso, **los grupos de correo y de mensajería instantánea son herramientas necesarias para el trabajo colaborativo y en equipo.**

Asimismo, **las reuniones sociales y momentos de distensión también son importantes** para mantener un clima de trabajo agradable. Nos organizamos por una causa, pero también para sentirnos identificadas con otras y tener un grupo de pertenencia.

CONSTRUCCIÓN COLECTIVA

La redacción colaborativa de textos, el trabajo de varias personas en simultáneo sobre planillas y presentaciones o el diseño de imágenes y placas de manera conjunta, favorecen la elaboración de productos mejores y más completos. En el proceso de producción algunas ideas son descartadas. Es importante no tomarse de manera personal si la idea que aportamos no queda seleccionada ya que el criterio a adoptar durante la preparación de un producto debe responder a la **identidad de la organización** y a que el mensaje llegue de una forma clara y concisa. Todos tenemos algunos días más creativos que otros.

Las herramientas digitales de trabajo colaborativo son aplicaciones o programas que facilitan la realización de algunas acciones al interior de la organización.

GRUPOS DE CONTACTOS EN APLICACIONES DE MENSAJERÍA (WHATSAPP, TELEGRAM, GOOGLE GROUPS, GRUPOS DE FACEBOOK)

La comunicación interna puede darse de forma más ágil utilizando grupos de contactos en aplicaciones de mensajería. **Los grupos de contactos pueden crearse en función de comisiones y/o proyectos y además formar un grupo general para todos los activistas de la organización.** Al interior de los grupos podemos compartir textos, audios, imágenes, videos, documentos y enlaces. Suele ser una herramienta muy útil para la redacción colaborativa de textos cortos y para alojar materiales en distintos formatos. Si algún enlace es de uso frecuente podemos agregarlo a la descripción del grupo para hacerlo más accesible. Podemos optar por silenciar grupos en los que no se traten temas urgentes y mantener activadas las notificaciones de grupos que corresponden a proyectos en curso o a comisiones en las que participamos asiduamente. También es posible archivar algunos grupos y conversaciones para así tener más a mano los que sean relevantes. Si queremos buscar algún dato, podemos hacerlo desde el buscador general de la aplicación o desde el buscador específico de cada grupo o conversación. Para referirnos a alguene integrante en particular dentro del grupo, utilizamos @. Si vamos a discutir algo de orden personal con algún miembro del grupo es conveniente que lo hagamos a través de una conversación privada.

Tener reglas claras para los grupos (días y horarios de funcionamiento, políticas respecto de mensajes de audio, etc.) puede ayudar a mantener un mejor clima de trabajo.

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO DE ARCHIVOS Y EDICIÓN DE DOCUMENTOS (GOOGLE DRIVE, ONEDRIVE, DROPBOX, MYAIRBRIDGE)

Los servicios de alojamiento de archivos y edición de documentos permiten la **redacción colaborativa** de textos más extensos así como el trabajo de distintas personas simultáneamente sobre planillas de datos y presentaciones de diapositivas. Las opciones de permisos para compartir los archivos son: ver, editar y comentar. Otros permisos incluyen las opciones de descargar, copiar e imprimir.

Siempre es conveniente contar con una copia de seguridad o back-up del contenido de los archivos, en caso

de que sean eliminados por error. Es importante conservar un orden adecuado para los archivos alojados:

1. nombrar los archivos de forma corta y específica, agregando la fecha si corresponde
2. ubicar los archivos en carpetas temáticas o cronológicas
3. nombrar las carpetas con un criterio unívoco para evitar confusiones.

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE CALENDARIOS (GOOGLE CALENDAR, DOODLE)

La designación de fechas y horarios para reuniones, presenciales o virtuales, que requieran la participación de varios activistas de la organización, se puede facilitar mediante la postulación de varias opciones y la selección de la más votada. **Es conveniente que la cantidad de opciones brindadas no sea excesiva** para incrementar el número de votos obtenidos en cada una. En la medida de lo posible debe evitarse que las opciones brindadas coincidan con otras actividades de la organización, lo que puede determinarse a través de la elaboración de un calendario de acceso colectivo. Los calendarios de acceso colectivo pueden ser asociados a nuestro calendario personal y ofrecen la posibilidad de generar recordatorios en forma de alarmas o notificaciones.

SERVICIOS DE VIDEOCONFERENCIA (ZOOM, MEET)

Los servicios de videoconferencias permiten la realización de reuniones en modalidad virtual. Incluyen la posibilidad de programar reuniones enviando invitaciones a los participantes, grabar las videoconferencias (obteniendo archivos en formato de video y/o audio) e interactuar con todos los participantes o con alguno en particular a través del chat. También permiten que quien anfitriona la reunión comparta su pantalla. En caso de compartir el contenido de una página web se prefiere el uso de la opción ventana nueva en el navegador de manera que quien anfitrión pueda hacer uso de otras ventanas en segundo plano sin dejar de compartir la visualización de la pantalla correspondiente. La contratación de un servicio pago por parte de la organización permite la extensión de la duración de las reuniones de manera ilimitada, lo cual es de utilidad para la realización de actividades tales como talleres, capacitaciones y debates.

HERRAMIENTAS DE DISEÑO GRÁFICO (CANVA)

El uso de herramientas de diseño gráfico facilita la elaboración de imágenes, placas y/o videos con textos breves principalmente para publicar en las redes sociales. También permite crear un logo que identifique a la organización y sirva como foto de perfil para las cuentas institucionales en las redes sociales. Si la tarea va a ser llevada a cabo de manera colaborativa es conveniente desarrollar un manual de marca de uso interno para que no se diluya la identidad visual de la organización. Allí definiremos la tipografía y la paleta de colores a utilizar así como los diseños de fondo que coloquemos en las placas con textos breves, entre otros aspectos. Los anuncios de actividades que la organización realice con cierta frecuencia o de manera periódica pueden crearse a partir de plantillas en los que sólo se reemplacen los datos correspondientes.

OTRAS HERRAMIENTAS DIGITALES

Existen múltiples aplicaciones que nos permitirán enriquecer nuestro trabajo en equipo. Su utilización dependerá de la capacitación de los equipos y los objetivos propuestos:

- Envío de archivos pesados ([WeTransfer](#), [Send AnyWhere](#), Smash, MyAirBridge)
- Gestión de grupos de trabajo ([Slack](#))
- Administración de proyectos ([Trello](#))

- Marketing mediante correo electrónico ([Mailchimp](#), [SendingBlue](#), TinyLetter)
- Mensajería institucional (Whatsapp Business)
- Tablero virtual colaborativo (Miro)
- Realización de encuestas ([Mentimeter](#), GoogleForms)
- Transmisión de videos en distintas plataformas (Restream)
- Acceso a diferentes sitios web a partir de un solo enlace (Linktree)

TALLERES COMO HERRAMIENTA DE CAMBIO SOCIAL

Un taller es una **propuesta de aprendizaje colectivo** que tiene como objetivo elaborar un producto. Así como las redes sociales son un espacio de acción, los talleres (virtuales o presenciales) son una **herramienta de cambio social** en tanto promueven el desarrollo de nuevas miradas y la reducción de prejuicios. Participar de un taller puede tener un **efecto transformador** en las personas, **reafirmar saberes** puestos en común durante la actividad y **desarmar mitos o estereotipos** presentes en la cotidianidad. La posibilidad de contar con un espacio de reflexión durante el taller y luego de finalizado el mismo permite reconsiderar actitudes, valorar alternativas y modificar conductas. Asimismo, la convergencia de personas de distintos ámbitos aporta perspectivas nuevas y favorece la construcción de enfoques más inclusivos.

PLANIFICACIÓN DEL TALLER

Las escuelas, las universidades o los lugares de trabajo son espacios fructíferos para talleres pero requieren de planificaciones específicas por tratarse de destinatarios con recorridos diferentes. Una parte de la planificación consiste en seleccionar el tema sobre el que trabajar y tener en claro las razones para hacerlo. También deberá considerarse la cantidad y características de los participantes, el espacio donde se llevará a cabo y el tiempo disponible para realizarlo. Si vamos a utilizar apoyos visuales, audiovisuales u otros materiales de trabajo, es importante asegurarnos de que funcionan correctamente antes de comenzar el taller. El registro del taller, ya sea mediante fotos o videos, debe ser coordinado con anticipación.

TALLERISTAS

Les activistas que se desempeñen como talleristas deben alentar la participación del grupo, comunicarse con claridad y ser receptivos con la información compartida. Es conveniente que los talleres sean brindados por dos o tres activistas -ni más ni menos- para complementarse en la tarea y tener mejor llegada entre los participantes. Ejemplo: Poner atención a que las actividades del taller se desarrollen respetando los tiempos previstos, para evitar que quede afuera alguna etapa del mismo, es una tarea que puede tener una mientras otre está pendiente de que la participación sea fluida y esté adecuadamente distribuida.

ETAPAS DEL TALLER

Las dinámicas del taller son variadas pero en general se componen de cinco etapas:

1. Apertura: se realizan las presentaciones y se socializan las pautas de trabajo y las actividades a realizar.
2. Desarrollo: se llevan a cabo las actividades propuestas para trabajar el tema seleccionado a fin de

lograr los objetivos del taller.

3. Cierre: se comparten las conclusiones arribadas durante la realización del taller destacando los puntos principales que surgieron en el grupo.
4. Momento informativo: se brindan datos acerca de dónde consultar para ampliar el tema desarrollado y las vías de contacto para comunicarse con la organización.
5. Evaluación: se puede invitar a los participantes a completar un cuestionario acerca de la experiencia del taller comentando o dando un puntaje a aspectos tales como la organización y duración del mismo, las actividades realizadas, el desempeño de los talleristas, etc. El cuestionario debe ser anónimo pero debe incluir datos como fecha, lugar y nombre del taller para su identificación.

AUTOEVALUACIÓN DEL TALLER

La evaluación del taller por parte de los talleristas incluye su percepción acerca del manejo del tiempo, las actividades realizadas, la dinámica utilizada, el grado de participación y comunicación durante el mismo así como los logros y los aspectos a mejorar en futuras ocasiones.

COMUNICACIÓN COMUNICAR INFORMAR

¡NOMBRAR PARA EXISTIR!

pero...

QUÉ
CÓMO
A QUIÉN
DÓNDE
POR QUÉ

PREGUNTAS QUE NOS
GUIARÁN A LA HORA
DE COMUNICAR

+

BUSCAR

TONOS, COLORES
IDENTIDAD Y CANALES DE COMUNICACIÓN

→ EXTERNA

→ INTERNA

IMPORTANTE

- PLANIFICAR
- LLAMAR A LA ACCIÓN
- USAR LENGUAJE INCLUSIVO Y ACCESIBLE
- EVITAR LENGUAJE MILITAR
- CLARIDAD

FUENTES
CONFIABLES

PENSEMOS EN VOZ ALTA:

- ▶ ¿Leíste o escuchaste noticias sobre alguna problemática de salud que luego haya sido desmentida con datos oficiales?
- ▶ ¿Cuántas problemáticas de salud viste que fueron abordadas como causas sociales en la vía pública? (Carteles, volantes, manifestaciones, etc.)
- ▶ ¿Conocés alguna problemática en salud que no haya recibido ninguna clase de abordaje por parte de los medios o de los Estados?

Capítulo 4

Incidencia Política

*“Abrazamos la política
porque es la única
herramienta para
transformar la vida de los
pueblos”.*
Paula Arraigada

En muchos casos, hablar de política implica entrar en terrenos de conflicto, especialmente porque es frecuente confundir lo político con lo partidario. Cabe destacar que si bien toda postura partidaria es política, no toda acción política es partidaria.

La incidencia puede entenderse en un sentido amplio como el **trabajo con la comunidad para cambiar realidades**, y la **política** como el **medio para que esos cambios impacten efectivamente en la sociedad**.

En este sentido, y en la medida en que todas las acciones de los colectivos sociales deberían tender a cambiar realidades, **todo lo que hacemos como activistas es política**.

Los procesos de incidencia política pueden ir desde poner en agenda pública una problemática social, establecer vías de diálogo con distintos actores sociales, o participar en la toma de decisiones que generen o mejoren políticas públicas que permitan cambiar la realidad a gran escala

AGENDA PÚBLICA

La agenda pública **se construye con los temas en discusión que son identificados como prioritarios por parte de las autoridades de la administración pública (agenda política) y con los que instalan los medios de comunicación**.

La inclusión de problemas sociales en la agenda pública responde a una sumatoria de factores: La **presión ejercida por parte de las organizaciones mediante la incidencia** es uno de estos. Las demandas que son suscriptas por mayor cantidad de organizaciones o por organizaciones de renombre, obtienen mayor atención. Que una **problemática esté en la agenda pública no implica necesariamente que vaya a ser resuelta, pero sí que reciba cierta atención**, no sólo por parte del Estado sino también de los medios de comunicación. **Mantener esa atención es una tarea de incidencia de las organizaciones de la sociedad civil**.

POLÍTICAS PÚBLICAS

Para entender qué son, debemos saber que el Estado Nacional se divide en tres poderes: La Administración Pública o Poder Ejecutivo, el Congreso Nacional o Poder Legislativo y la Justicia o Poder Judicial. **Todos pueden ser vías de acceso para la concreción de políticas públicas**.

Entonces, ¿qué son las políticas públicas? Son acciones -u omisiones- que lleva a cabo un Gobierno para satisfacer las necesidades de una porción de la sociedad. Se generan para dar respuesta a los problemas incluidos en la agenda pública.

Una política pública puede comenzar a través de decisiones administrativas del Poder Ejecutivo o proyectos de ley (Ejemplo: La Campaña Nacional por el Derecho al aborto legal seguro y gratuito, que reúne a ciento de organizaciones, presentó por octava vez su proyecto de Ley IVE -Interrupción Voluntaria del Embarazo- para que las mujeres y personas con capacidad de gestar puedan abortar, entendiendo que no poder acceder a ese derecho es una problemática social urgente). La sanción de una ley del Congreso debe ser seguida de su reglamentación por parte del Gobierno y éste debe asignar un presupuesto determinado para su implementación porque puede haber ley, pero no hay política pública sin recursos. El **monitoreo de las políticas públicas**, por parte de las organizaciones, permite determinar si su aplicación se lleva a cabo de la manera prevista y si logra los objetivos propuestos.

¿QUÉ ES LA INCIDENCIA POLÍTICA?

La incidencia política es una acción que busca influir en la toma de decisiones de los distintos poderes del Estado, en cualquiera de sus niveles (comunal, municipal, provincial, nacional, regional), para responder a problemáticas sociales.

La incidencia política es un medio para la garantía y ejercicio de los derechos y, por lo tanto, para el empoderamiento de las personas.

¿QUIÉNES TOMAN LAS DECISIONES? ¿DÓNDE ESTÁN?

¿DÓNDE TOCAR PUERTAS?

Si bien los destinatarios de las políticas públicas somos todas las personas, **las actividades de incidencia política se dirigen, en principio, a los tomadoras y tomadores de decisiones –y a las personas que les asesoran-**.

Se puede incidir políticamente a través de organismos locales, provinciales, nacionales, regionales e internacionales.

En Argentina existen tres niveles de gobierno: nacional, provincial y municipal/departamental; y, como ya señalamos, tres poderes del Estado en estos niveles: ejecutivo, legislativo y judicial. De ese modo, si queremos hacer incidencia política a nivel barrial, la haremos a través de las juntas barriales, comunas o referentes comunitarios.

Para comprender mejor esas divisiones, te compartimos este cuadro:

Jurisdicción o Nivel	Poder	Organismo	Tomadores de decisiones y posibles actores
Municipal (Ciudades, localidades)	Ejecutivo	Intendencia Secretarías Municipales Programas	Intendentas, intendentes Secretaries Directores/as de programas
	Legislativo	Concejos Deliberantes	Presidenta o presidente del Concejo, Concejales y concejales, Secretaries, quienes les asesoran
Provincial	Ejecutivo	Gobernaciones Ministerios Secretarías Direcciones Programas	Gobernadoras y gobernadores Ministres Secretaries Directoras o directores Directoras o directores de programas Personas que asesoran
	Legislativo	Legislaturas provinciales Defensorías del pueblo Tribunal de cuentas o Auditorías	Legisladoras y legisladores provinciales y quienes les asesoran Defensora o defensor, defensora y defensores adjuntos, secretaries, subsecretaries, directoras y directores de programas Presidentas y presidentes, vocales, secretaries, relatoras o relatores
	Judicial	Tribunales provinciales	Juezas y jueces provinciales Fiscalas y fiscales

Nacional	Ejecutivo	Presidencia Ministerios Secretarías Direcciones Programas	Presidenta o presidente Jefa o jefe de Gabinete, Ministres Secretaries, Subsecretaries Directoras y directores, Subdirectoras y subdirectores, Directoras y directores de programas Personas que asesoran
	Legislativo	Congreso de la Nación Comisiones de las Cámaras	Diputades, senadoras y senadores nacionales Autoridades de las Comisiones Personas que asesoran
	Judicial	Corte Suprema de Justicia de la Nación	Ministres de la Corte

En el plano internacional, a nivel global Argentina es miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU); en tanto que a nivel regional, de la Organización de Estados Americanos (OEA). Ambos organismos cuentan a su vez con dependencias especializadas y autoridades que representan al país en la escala global:

Organismo	OEA	ONU
Dependencia	Instituto Interamericano del Niño, la Niña y Adolescentes (IIN), Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) y otras.	Organización Mundial de la Salud (OMS), Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (ONUSIDA), Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (UNOPS) y otras.

¿CÓMO SABER CUÁL ES LA PUERTA MÁS CONVENIENTE? MAPEO DE ACTORES

Como vimos, **hacer incidencia política implica tensionar el status quo en torno a una problemática para materializar una respuesta o solución**. Pero, como todo cambio, puede generar resistencias.

Realizar un mapeo de actores nos permite agrupar a tomadores de decisiones, personas influyentes, otras organizaciones y activistas según su postura con respecto al tema en cuestión. Decidir efectivamente con quién interactuar y cómo, nos dará margen para elegir mejor los organismos o personas para incidir y sortear las resistencias. **Para que una estrategia de incidencia política tenga**

más fuerza y poder, las alianzas entre personas y organizaciones que compartan la misma postura son fundamentales.

En líneas generales, las personas pueden estar a favor, en contra o ser neutrales con respecto a nuestra propuesta, y a su vez apoyar o rivalizar activa o pasivamente. Entonces debemos interactuar con las personas aliadas o neutrales e involucrar en nuestras acciones de incidencia y/o planificar una agenda común con quienes activan, persuadir a quienes tienen una actitud pasiva de que nuestra solución para la problemática que compartimos es adecuada y convencer a los neutrales de que la problemática es importante.

¿Qué hacer con los opositores? Seguir de cerca a los pasivos y tener fundamentos claros y fuertes para neutralizar a los activos.

¿QUIÉNES SON LAS PERSONAS INFLUYENTES?

Las personas influyentes son cercanas a quienes toman decisiones y pueden facilitar un acercamiento actuando como portavoces de nuestro mensaje. Constituyen objetivos secundarios de incidencia política ya que contar con su apoyo no garantiza que vayamos a lograr nuestros propósitos. **Es importante conocer quiénes son las personas influyentes que tienen relación con los tomadores de decisiones, cuáles son sus opiniones respecto de los temas a los que nos dedicamos, las acciones que han realizado en ese sentido y las formas de contactarles.**

Las personas influyentes pueden ser asesoras de figuras políticas, como así también personalidades destacadas de la cultura o referentes de las redes sociales.

¿CÓMO INCIDIR? HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS

► HERRAMIENTAS FORMALES

Las herramientas formales de incidencia política son canales directos entre los poderes del Estado y los habitantes de determinado territorio.

Las comunes a los tres poderes son dos:

1. Solicitud de acceso a la información pública

De acuerdo a la Ley 27.275, Ley de Derecho de Acceso a la Información Pública, **la información pública es aquella que posee el Estado Nacional en sus tres poderes en relación a la utilización de los fondos públicos. Esta información nos pertenece a todos.** En lo que respecta a los Estados provinciales, la información pública que posean y generen está sujeta a la legislación de cada provincia. Algunas provincias ya tienen una ley similar, otras todavía no.

La solicitud de acceso a la información pública puede ser iniciada por cualquier persona, ya sea física o jurídica. Antes de realizarla es conveniente verificar que esa información no esté publicada en la sección "Transparencia Activa" del sitio web del organismo correspondiente. Toda la información que es solicitada se hace pública por lo que debemos ser cuidadosos si solicitamos información que posea el Estado acerca de nuestra organización. La solicitud puede realizarse a través del [sitio web de la Agencia de Acceso a la Información Pública](#) o personalmente en la Mesa de Entradas del organismo correspondiente (es decir, sobre el que queremos tener información) o de alguna dependencia estatal para que sea derivado a destino.

Al momento de realizar la solicitud es importante recordar tres pasos:

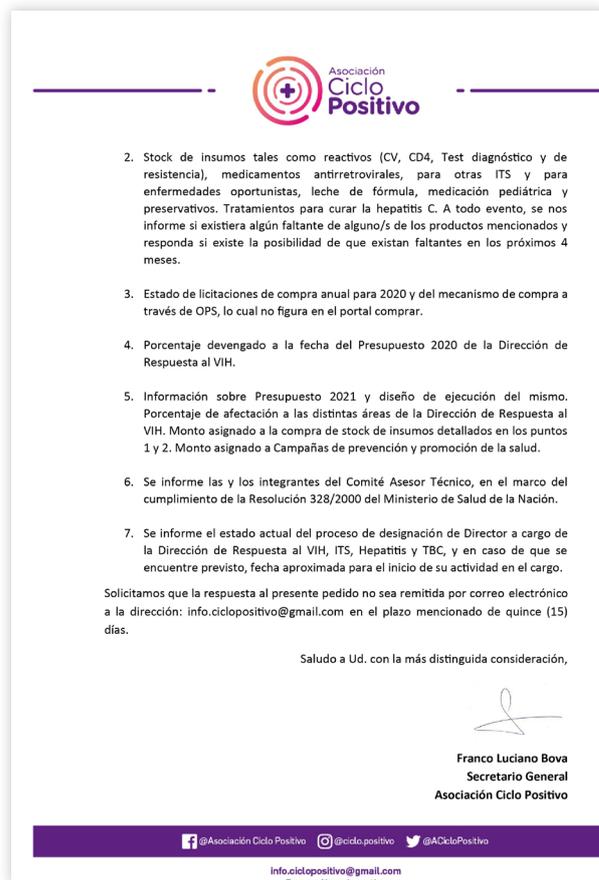
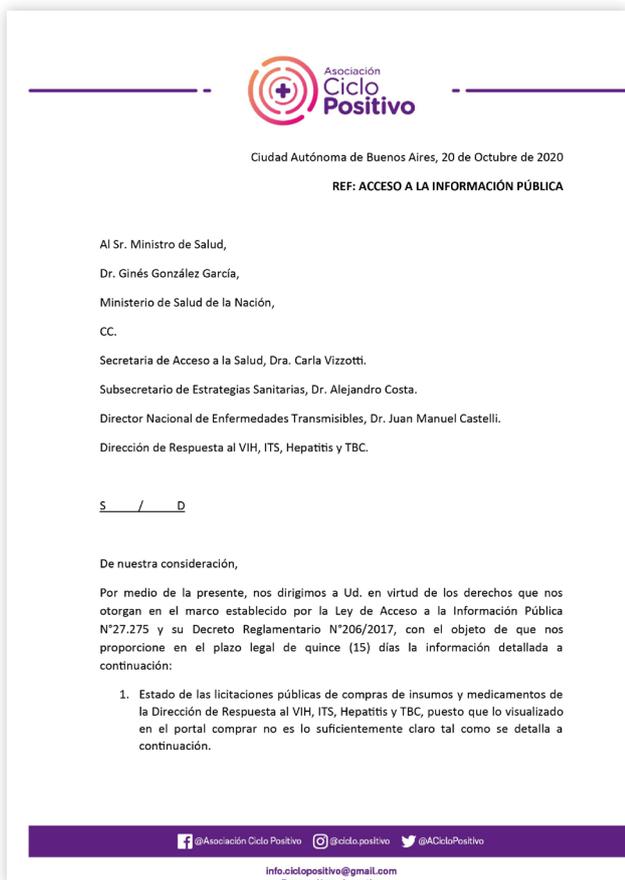
1. Especificar el dato que necesitamos (tema, período, nivel de detalle) en el formato en que lo queremos (texto, tablas, imagen)

2. Incluir nuestros datos de contacto
3. Guardar el número de expediente del trámite para su seguimiento.

Es conveniente agregar en la solicitud la frase: “En caso de no contar con la información tal como se solicita en el pedido, remitir los datos tal como consten en los registros públicos”. El trámite es gratuito pero la reproducción de la información solicitada puede tener algún costo.

El plazo de entrega de la información es de 15 días hábiles. Si la información no está lista para ese momento, el organismo debe brindar una explicación y solicitar que el plazo se extienda por otros 15 días hábiles. Si la respuesta es insatisfactoria (incompleta, ambigua, inexacta o errónea) o no llega en el plazo estipulado se puede iniciar un reclamo ante la Agencia de Acceso a la Información Pública de la jurisdicción correspondiente dentro de los 40 días hábiles de la fecha prevista para recibir la respuesta y adjuntando la solicitud presentada y la respuesta obtenida si la hubiere. (www.argentina.gob.ar/aaip). La Agencia de Acceso a la Información Pública debe responder el reclamo en un plazo de 30 días hábiles.

La información oficial obtenida a partir de una solicitud de acceso a la información pública es un insumo significativo para las acciones de incidencia política, así como para la realización de proyectos sociales y campañas de comunicación, o para el desarrollo de una investigación social.



2. Audiencia pública

Es un espacio para el debate en el que diferentes actores sociales y estatales presentan sus ideas, propuestas y reflexiones a los tomadores de decisiones en una temática particular. Las cuestiones a debatir pueden estar relacionadas tanto a derechos y garantías ciudadanas, como a la planificación y ejecución de políticas públicas.

Los integrantes de las organizaciones sociales tienen un papel clave en estos encuentros porque moderan y monitorean el proceso. En general, convocan a especialistas en el tema, capacitan en torno al marco regulatorio e intervienen para garantizar la máxima pluralidad de voces. Por último, son las encargadas de exigir un informe final a quien haya convocado la audiencia.

HERRAMIENTAS DIRIGIDAS AL PODER EJECUTIVO

Las reuniones con personas que toman decisiones, el contacto a través de cartas y de correos electrónicos constituyen una oportunidad para hacerles llegar reclamos, realizar propuestas y convencerlas de apoyar nuestros proyectos.

A continuación te compartimos algunas recomendaciones para tener en cuenta a la hora de reunirte con quienes toman decisiones, luego de contactarles y pedirles el encuentro:

- Lo ideal sería que se lleve adelante en la oficina de esa persona o en el espacio de la organización.
- Al momento en que se confirme, investigar a fondo a la persona con quien vamos a reunirnos: **¿quién es? ¿cómo piensa? ¿qué temas le interesan? ¿apoya nuestras mismas metas? ¿cuánto conoce sobre el tema que le presentaremos? ¿cuál es su opinión sobre ese tema? ¿qué expectativas tendrá respecto a esta reunión? ¿qué tipo de argumentos le convencerían? ¿podemos considerarle una persona aliada activa, aliada pasiva, neutral, opositora pasiva u opositora activa?** Los argumentos que busquemos deben conectarse con los temas de interés de esa persona.
- **Planificar qué vamos a decir y estructurar la reunión teniendo presente el tiempo disponible.** Nuestro discurso debe ser corto y conciso: mencionar el tema que dio lugar a la reunión, tres puntos importantes sobre nuestra presentación, qué necesitamos para lograr nuestro propósito y cuánto cuesta.
 - * Es importante practicar reiteradamente la manera de dar el mensaje en un tiempo breve, con claridad y con un lenguaje adecuado. Es conveniente practicar la reunión que tendremos con otro activista, a modo de ensayo. Una dinámica muy utilizada es la simulación de un viaje en ascensor en el que debemos contar nuestro proyecto en el tiempo que dura este trayecto.
- **Preparar material en formato físico** para entregar durante la reunión: carpeta institucional, propuesta del proyecto de hasta 3/4 páginas, informes, folletos y otras publicaciones de la organización.
- Ser puntuales.
- Es posible que quien nos reciba no sea quien tome las decisiones, sino una persona que le asesore (secretarie, asistente, colaboradore, etc). Debemos tratar a esa persona del mismo modo que a les tomadoras y tomadores para que retransmita nuestro mensaje de la mejor manera.
- Es conveniente comenzar la reunión agradeciendo a la persona que nos recibe y presentándonos como activistas de la organización.
 - * Si sabemos de antemano que la persona es aliada o neutra, continuamos la reunión celebrando la decisión de esa persona de apoyar los temas relacionados a nuestra organización. Si sabemos que la persona es opositora, señalamos las áreas de común acuerdo e interés mutuo antes de realizar nuestra presentación.
- Todo el tiempo debemos tener presente el **motivo por el que solicitamos reunirnos para no desviar nuestra atención a otros temas que surjan.** Si la reunión se dispersa debemos interrumpir de manera cortés para retomar el hilo rápidamente.
- Prestar atención a lo dicho, dar espacio para la intervención de la persona que nos recibe. El diálogo puede llegar a convertirse en una negociación, para lo cual debemos estar atentos por si tenemos que decidir hasta dónde estamos dispuestos a ceder.
 - * Si en la reunión surge una pregunta que no podemos contestar, responderemos que

vamos a buscar el dato solicitado y lo brindaremos a la brevedad. Es importante no olvidarse de enviar la información prometida.

- Al finalizar la reunión, es importante realizar un breve resumen y reafirmar el acuerdo al que llegamos: "Entonces, ¿Qué hacemos? ¿Qué me das? ¿Cómo seguimos?" y avisarle a la persona que volveremos a contactarle a la brevedad. En ese contacto por correo electrónico posterior a la reunión, podemos enviar una minuta o resumen retomando lo que la persona se comprometió a cumplir.

HERRAMIENTAS DIRIGIDAS AL PODER LEGISLATIVO

El Poder Legislativo representa los intereses del pueblo a través de legisladoras y legisladores, quienes tratan proyectos y controlan la administración pública. Las personas y organizaciones podemos llevar a cabo acciones de incidencia que influyan en el desarrollo y resultado de los procesos legislativos, además de monitorear el funcionamiento y el desempeño de los legisladores.

Además de las leyes, legisladoras y legisladores pueden debatir y aprobar resoluciones de regulación interna, declaraciones con respecto a una temática, comunicados al Poder Ejecutivo, decretos administrativos y solicitudes de informe.

Una **estrategia de incidencia política puede estar orientada a promover o desalentar la sanción de una ley, modificar una ley existente o introducir un nuevo proyecto de ley en la agenda**. Como ese proceso es largo (sanción, promulgación, reglamentación e implementación de una ley) e involucra a muchísimas personas, lo ideal será acompañarlo con una estrategia comunicacional efectiva que involucre a la comunidad en el tema y presione a quienes legislan y asesoran para que sea puesto en agenda.

- Etapas de un Proyecto de Ley:
 - Elaboración del texto y presentación en la mesa de entradas de la Cámara de origen.
 - Giro por las Comisiones correspondientes: la Secretaria Legal y Técnica de la Cámara decide por cuáles comisiones tiene que pasar.
 - Debate en Comisiones: para que el proyecto efectivamente se debata las autoridades de las comisiones deben ponerlo en agenda.
 - Aprobación en Comisiones: para que el proyecto avance tiene que aprobarse en cada una de las comisiones correspondientes.
 - Ingreso a la Comisión de Labor Parlamentaria e inclusión en el "Plan de Labor": esta comisión está conformada por los presidentes de bloque, quienes determinan la lista de proyectos a tratar en el recinto (Plan de Labor).
 - Tratamiento y aprobación en el recinto.
 - Aprobación en la Cámara revisora: se repiten las etapas anteriores.
 - Reglamentación.

HERRAMIENTAS DIRIGIDAS AL PODER JUDICIAL

El litigio estratégico es una herramienta jurídica que **busca alcanzar cambios en las políticas públicas a partir del pronunciamiento del Poder Judicial en un caso concreto de violación de derechos fundamentales**. También pueden llevarse a juicio un problema que afecte a varias personas, lo que se denomina "acción colectiva". Tiene como fin mejorar la protección de los derechos humanos. Esta estrategia puede ser cara, en términos económicos, y riesgosa, puesto que un resultado judicial desfavorable puede ser difícil de revertir. Sin embargo, cuando un reclamo judicial llega a la Corte Suprema (agotando instancias previas), la decisión del Tribunal Máximo tiene la capacidad de cambiar realidades con un peso

similar al de una ley.

Ejemplo: Amparo colectivo de la Asociación Benghalensis (2000), matrimonios de personas del mismo género previas a la ley de matrimonio igualitario (2009), Fallo FAL sobre aborto (2012).

OTRAS ESTRATEGIAS DE INCIDENCIA

Algunas de las estrategias de incidencia no sólo repercuten en la esfera política sino que constituyen también mecanismos de participación social:

- Diálogos grupales: Los paneles de debate, entrevistas y conversatorios son una oportunidad para interactuar con tomadores de decisiones y personas influyentes, realizar preguntas en un ámbito público y dar comienzo a un contacto institucional.
- Campañas de comunicación: La presencia de la organización en las redes sociales con contenidos claros y un mensaje efectivo favorece la difusión de temas importantes.
- Medios masivos de comunicación: Las conferencias de prensa, entrevistas televisivas o radiales permiten la llegada a un público que probablemente desconozca la temática.
- Utilización del espacio público: El reparto de folletería y volantes, la realización de *flashmobs*, festivales, eventos culturales y debates públicos forman parte de las herramientas de sensibilización para la comunidad.
- Movilizaciones: Acciones como marchas, piquetes, pintadas, escraches, toma de edificios o espacios públicos tienen una gran repercusión a la hora de llamar la atención pública sobre un tema urgente.
- Proyectos sociales: El desarrollo de un proyecto social promueve muchas veces la visibilización de una problemática. En particular, la evaluación final de un proyecto social se vuelca en un informe que puede proporcionar evidencia concreta a ser utilizada para influir en la agenda política e incidir en la toma de decisiones de políticas públicas.

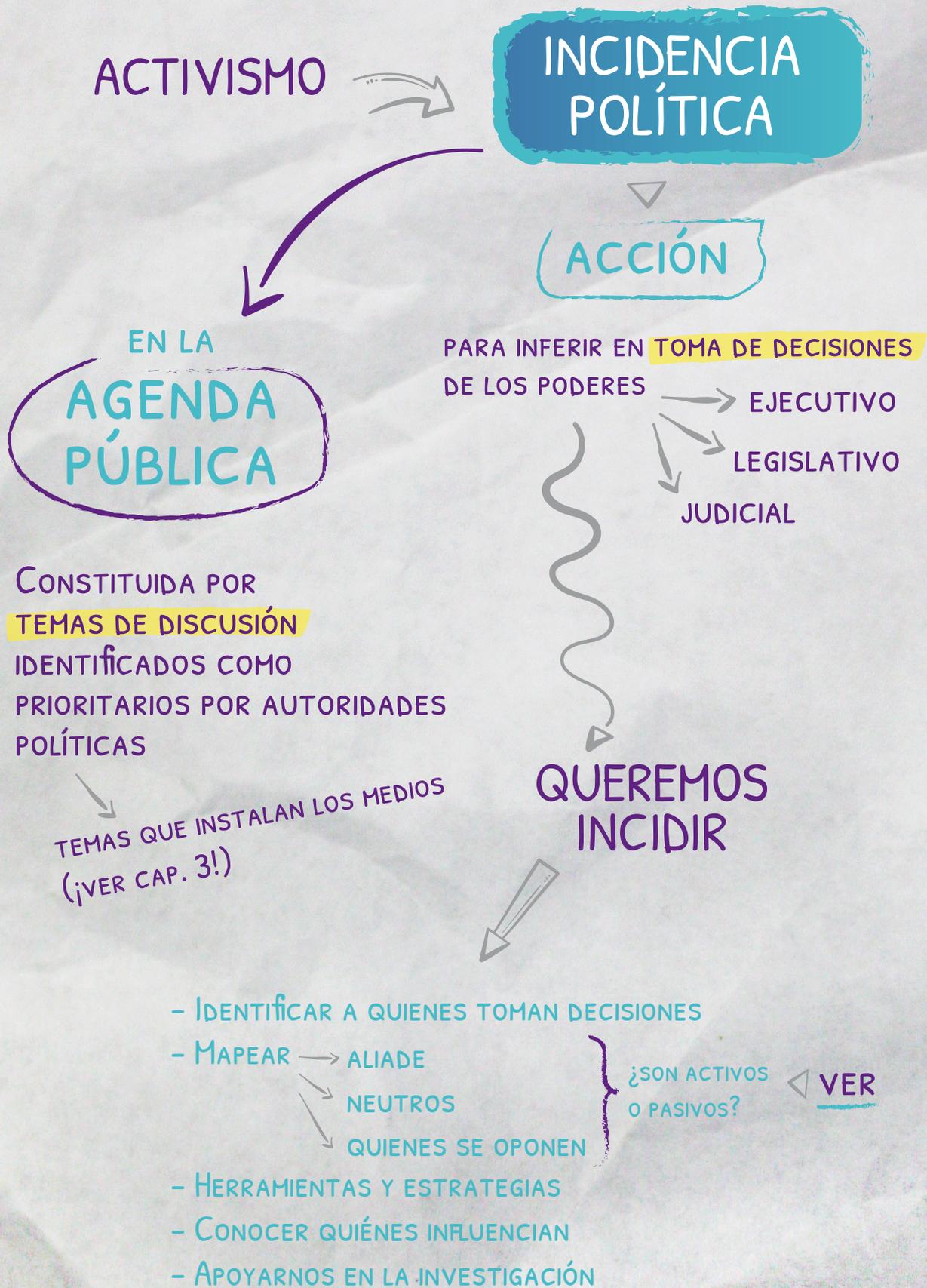
INVESTIGACIÓN SOCIAL COMO FUNDAMENTACIÓN PARA LA INCIDENCIA POLÍTICA

La incidencia política se sostiene con los datos que recolectamos. Sin ser una acción de incidencia política en sí misma, la investigación social nos puede brindar herramientas para llevarla a cabo. Algunas **herramientas** de investigación social son: observación, entrevistas y encuestas. Investigar puede ser más trabajoso de lo que parece, por eso un paso inicial debe ser confirmar que los datos que necesitamos no hayan sido recopilados por alguien más y así ahorrarnos tiempo, esfuerzo y otros recursos.

Observar implica poner atención en una situación concreta, tomar nota acerca de sus características, **reconocer similitudes y diferencias con otras situaciones**, registrar las observaciones y ponerlas en común.

Al momento de entrevistar a alguien, es conveniente seleccionar a unas **pocas personas** que consideremos que puedan brindarnos la **máxima cantidad de información**. Para acceder a esas personas necesitaremos conseguir su contacto, contarle nuestro propósito y generar confianza para que el diálogo sea fluido.

Las encuestas requieren elaborar un cuestionario que nos devuelva la información que buscamos recolectar. La calidad del instrumento afecta los resultados que obtendremos y las encuestas mal hechas dan datos inciertos. Por eso es importante poner a prueba el instrumento para verificar si se entiende y si nos brinda los datos que estamos buscando. Pero el trabajo no termina ahí, después de realizada la encuesta tenemos que volcar los resultados en planillas para sistematizar la información y analizar los datos obtenidos para presentar las conclusiones arribadas. **Es importante que todo el proceso de investigación tenga elevados estándares de calidad profesional, puesto que datos mal informados o relevados con errores metodológicos, pueden ser perjudiciales para nuestros objetivos generando gastos evitables.**



PREGUNTAS REFLEXIVAS

- ▶ ¿Qué edad tenías cuando supiste que no toda acción política es partidaria?
- ▶ ¿Cuál de estos datos te hubiera sido útil conocer antes?
- ▶ ¿Cuántas herramientas y estrategias de incidencia política conocías e implementaste?

Capítulo 5

Proyectos sociales y financiamiento

“Si no volamos con la imaginación perdemos la emoción de las posibilidades. Soñar, después de todo, es una forma de planificación”.
Gloria Steinem

Ya repasamos conceptos como activismo, organización, planificación estratégica y operativa, estrategias. También nos dimos el tiempo de pensar y repensar de qué hablamos cuando hablamos de salud, pero también de derechos. Y nos sumergimos en cómo decir: es fundamental transmitir nuestro activismo, y hacerlo adecuadamente para que quienes toman las decisiones nos escuchen. Ahora, en este este último capítulo, iremos sobre cada paso necesario para avanzar en nuestro proyecto para cambiar realidades, para hacer del mundo un lugar en donde quepan todos los mundos.

¿QUÉ ES UN PROYECTO SOCIAL?

Un proyecto social es una construcción, preferentemente colectiva, que se propone brindar **soluciones a una problemática social** a través de la realización de actividades y elaboración de productos que se desarrollen en un determinado plazo y cuyos resultados se midan en función de los objetivos planteados.

El diseño de un proyecto social tiende a responder las preguntas: Qué, por qué, para quiénes, cómo, cuándo, con quiénes y con qué.

La implementación de proyectos sociales por parte de las organizaciones **no se propone reemplazar al Estado** sino que, además de llegar a lugares donde al Estado le cuesta más llegar, es una forma más de marcarle su responsabilidad visibilizando una situación problemática.

Entonces, un proyecto social requiere que nos juntemos a pensar las situaciones que nos afectan, los problemas que existen, las causas de esos problemas y las posibles soluciones o cambios que se necesitan.

¿CUÁLES SON LOS PROBLEMAS A RESOLVER? DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD PARA EL CAMBIO SOCIAL

Las situaciones que nos afectan son fáciles de reconocer: están presentes en nuestra vida cotidiana. Si bien no alcanza con que una situación nos afecte de manera individual para generar un proyecto social, muchas veces lo que nos afecta es un problema que también está afectando a otros. En ese caso, podemos identificar esos problemas específicos, delimitarlos, descubrir sus causas y promover un cambio social que les dé solución. **El producto del diagnóstico que realicemos se convertirá en la justificación o fundamentación del proyecto.**

Para identificar con precisión cuáles son los problemas que afectan a nuestra comunidad, necesitamos datos. Para descubrir sus causas, también. Adicionalmente, componen los argumentos necesarios para influenciar la toma de decisiones, para informar a los medios de comunicación y al público en general, y para modificar las percepciones que haya acerca de algún tema.

¿DÓNDE ESTÁN LOS DATOS? FUENTES DE INFORMACIÓN

Los datos se encuentran en estudios producidos por instituciones, organizaciones y en la información recopilada por organismos públicos como parte de su actividad. La tarea es ir a buscarlos identificando primero la fuente de dónde tomarlos y teniendo en claro la información que queremos encontrar.

Algunas instituciones producen encuestas de medición de los niveles de vida y/o de salud. Estos datos suelen ser publicados en boletines y muchas veces son reproducidos por los medios de comunicación. Ejemplo: [Encuesta Nacional sobre Salud Sexual y Reproductiva 2013 \(Institución: INDEC\)](#).

Algunas organizaciones producen investigaciones e informes para los proyectos que llevan a cabo. Estos datos suelen ser publicados en gacetillas de prensa (newsletter) y en la página web de la organización. Ejemplo: [Relevamiento Federal de Acceso a la Salud de Personas con VIH en Contexto de Pandemia de COVID-19 2020 \(Organización: Ciclo Positivo\)](#)

En cuanto a la información recopilada por organismos públicos, tenemos como ejemplo al Ministerio de Salud que ofrece datos cualitativos y cuantitativos sobre los servicios de salud y la asignación de recursos. También reúnen datos sobre la incidencia de las enfermedades y a partir de esa información podemos reconocer cambios que ocurran en el transcurso del tiempo. Ejemplo: [Análisis de Situación de Salud en la República Argentina 2018 \(Organismo: Ministerio de Salud de la Nación\)](#)

Otras fuentes de información son, por ejemplo, las publicaciones de sociedades científicas y de universidades.

¿POR CUÁL PROBLEMA EMPEZAR? PRIORIDADES

Una vez que identificamos con precisión cuáles son los problemas que afectan a nuestra comunidad, tenemos que elegir cuál de esos problemas o situaciones abordar en el proyecto que vamos a desarrollar.

No podemos pretender resolver todo al mismo tiempo, por lo que para intentar resolver alguna cosa alguna vez tenemos que priorizar.

Para priorizar podemos usar algunos de los siguientes criterios: ¿cuántas personas están siendo afectadas? **¿es urgente o es postergable?** ¿Cuánta información tenemos sobre el cambio que necesitamos? ¿Contamos con la dedicación y los recursos que nos va a requerir el proyecto? **¿podemos conseguir los recursos que nos falten?** ¿contamos con apoyo externo? ¿Qué probabilidad hay de que logremos lo que nos proponemos? **¿Cuánto vamos a tardar** en lograrlo: menos de seis meses / más de dos años?

EL DISEÑO DE LOS PROYECTOS SOCIALES

Una vez que recolectamos los datos necesarios para conocer el problema en profundidad, identificamos sus causas y seleccionamos el problema prioritario, vamos a diseñar un proyecto social que le dé respuesta. Para eso planteamos, en primer lugar, metas, objetivos y resultados esperados, para llevar a cabo actividades y obtener productos. Vamos también a definir quiénes serán las personas destinatarias del proyecto, cuándo vamos a llevar adelante las acciones y con qué recursos. Todas estas preguntas las vamos a responder en un documento que será nuestro proyecto social.

¿POR QUÉ HACEMOS ESTE PROYECTO? JUSTIFICACIÓN

La justificación o fundamentación de nuestro proyecto será la **respuesta a por qué lo hacemos**. Describiremos el diagnóstico realizado, la situación en la que se da el problema, el problema en sí, sus causas y el cambio social que proponemos. Utilizaremos todos los **datos recolectados**. También expresaremos por qué consideramos que esta propuesta es más adecuada que otras y qué experiencia tenemos como organización en el área. **Preferentemente iremos desde lo general a lo particular.**

¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR? METAS Y OBJETIVOS

Existen distintas formas de expresar nuestros propósitos:

- ▶ Metas: son los **objetivos de desarrollo más general y de largo plazo** que permiten contextualizar

nuestro proyecto social y conectarlo con otros proyectos enfocados en la misma dirección. No siempre es necesario explicitarlas en nuestro proyecto pero debemos tenerlas en claro.

Ejemplo: Favorecer el acceso a la información y a la salud.

- ▶ **Objetivo general:** es el **cambio específico que queremos** que el proyecto alcance para contribuir al cumplimiento de la meta. Lo ideal es tener un solo objetivo general por cada proyecto.

Ejemplo: Acompañar de forma integral a las personas con VIH en el sostenimiento de la adherencia a su tratamiento.

- ▶ **Objetivos específicos:** son las **metas puntuales que queremos alcanzar en cada arista de nuestro proyecto**. Deben ser claros, concisos, mensurables, realizables y limitados en el tiempo. Se expresan encabezados por verbos en infinitivo.

Ejemplo:

Objetivo Específico 1: Asistir a aquellas personas que, por razones de salud, situación habitacional u otros motivos relacionados a vulnerabilidad socioeconómica no puedan retirar sus tratamientos de los puntos de entrega.

Objetivo Específico 2: Monitorear la situación de stock y entrega de medicación en las 24 jurisdicciones del país a través de la comunicación periódica con los programas provinciales y regiones sanitarias.

¿QUÉ BUSCAMOS OBTENER? RESULTADOS

Cuando ya definimos los objetivos y las personas destinatarias, podemos determinar cuáles serán los resultados de nuestro proyecto: **los hechos concretos que queremos que ocurran cuando nuestro proyecto se implemente**. Los resultados van a servirnos de guía para decidir las actividades a realizar y también van a servir para indicarnos si los objetivos específicos se lograron. **Deben ser claros, medibles, coherentes con los objetivos y no demasiado ambiciosos**. Se expresan como productos terminados, usualmente mediante participios (-ado/-ido).

Ejemplo:

Resultado 1: Esquemas de medicación entregados en el domicilio de las personas con VIH en situación de vulnerabilidad que se atienden en CABA.

Resultado 2: Relevamiento federal de acceso a medicación para VIH actualizado periódicamente en la página web de la organización.

¿A QUIÉNES BENEFICIA NUESTRO PROYECTO? PERSONAS DESTINATARIAS

Los grupos o personas destinatarias son **aquellas a quienes se dirigen las acciones que vamos a llevar a cabo y que se van a ver beneficiadas con los resultados de nuestro proyecto**. Podemos describirlos a partir de su grupo etario y sus características socioeconómicas, culturales, educativas, etc. Cuanto más cercano sea nuestro contacto con las personas destinatarias, mayor impacto tendrá nuestro proyecto.

Ejemplo: Personas con VIH en situación de vulnerabilidad que vivan en el AMBA.

¿CÓMO LO VAMOS A LOGRAR? ACTIVIDADES Y PRODUCTOS

Por cada resultado que determinamos, tenemos que identificar actividades y productos que van a permitir lograr los objetivos específicos. Las actividades y los productos deben ser claros, estar ordenados y ser pertinentes porque tienen que contribuir a alcanzar los objetivos. La descripción de las actividades y los productos **incluye la metodología a aplicar para realizarlos**. Si los describimos con

demasiado detalle, se puede dificultar la puesta en práctica del proyecto de la manera exacta en la que lo enunciamos. Si los expresamos con mayor generalidad, tendremos más margen en caso de que alguna circunstancia excepcional (cancelación de un evento o cambio de algún funcionario afín, por ejemplo) exija modificaciones o ajustes.

Ejemplo:

Actividad 1: Distribución de esquemas de medicación para VIH a personas que se atienden en CABA y que por razones de mayor vulnerabilidad no puedan retirarla.

Actividad 2: Recopilación en nuestro sitio web de información de las distintas jurisdicciones acerca de qué se necesita para ir a retirar medicación, si algún esquema está en falta, dónde se puede ir a retirar, etc.

¿CUÁNDO SE DESARROLLARÁ EL PROYECTO? CRONOGRAMA

El cronograma podemos construirlo en una planilla o tabla de doble entrada: en la primera columna volcamos las actividades planificadas y los momentos de seguimiento, una por cada fila. En las siguientes columnas enumeramos los meses o semanas de duración del proyecto. En las celdas correspondientes marcamos el comienzo, duración y fin de las actividades para ver la sucesión de las mismas en el tiempo.

Ejemplo:

[Ver página 55.](#)

¿CON QUIÉNES CONTAMOS? RECURSOS HUMANOS

Todo proyecto requiere de la conformación de un equipo o equipos de activistas. Dentro de estos equipos habrá **distintos roles**: personas responsables de la coordinación, de la comunicación o responsables de las distintas actividades. Si el proyecto es muy grande, cada una de esas áreas estará conformada por un grupo y habrá coordinadores de cada grupo para un seguimiento más detallado. **La participación dependerá del tiempo disponible de cada persona y el compromiso asumido.** En caso que se requiera capacitar al equipo en alguna temática, se puede sumar al proyecto una consultoría externa o interna para desarrollar los conocimientos y las destrezas necesarias. Si se requiere la dedicación de algunas personas a tiempo completo o a tiempo parcial para llevar adelante el proyecto, se puede abrir una convocatoria interna o externa para cubrir dichos cargos.

¿CON QUÉ DISPONEMOS? RECURSOS MATERIALES

Posiblemente ya tengamos en la organización algunos de los recursos materiales necesarios para llevar adelante el proyecto. Para los recursos que tengamos que adquirir elaboraremos un **presupuesto**. El presupuesto del proyecto debe incluir cada actividad, que deberá estar clasificada por rubro y cuantificada en términos monetarios. En caso de solicitar financiamiento externo, en muchas ocasiones el modelo del presupuesto, así como el modelo de presentación del proyecto, deberán adaptarse a los requisitos de quien otorgue los recursos.

¿ES EL MOMENTO ADECUADO PARA NUESTRO PROYECTO? VIABILIDAD

La viabilidad de la implementación del proyecto se determina en relación a la aceptabilidad que tendrá entre las personas destinatarias y al contexto en el que se desarrollará el proyecto. La posibilidad de realización de las actividades y productos estará relacionada con los recursos disponibles, con factores propios de la organización y con el momento sociopolítico en el que se llevará a cabo el proyecto.

¿LOS RESULTADOS CONTINUARÁN CUANDO EL PROYECTO HAYA TERMINADO? SOSTENIBILIDAD

Tenemos que diseñar el proyecto teniendo en vista lo que sucederá cuando éste se haya terminado. La sostenibilidad de un proyecto es su capacidad para que los resultados obtenidos se mantengan en el tiempo una vez finalizadas las actividades planificadas. Para garantizar la continuidad de los resultados del proyecto, es necesario integrarlo a la **cotidianeidad de los destinatarios**, involucrándoles como participantes. La posibilidad de que el proyecto se replique en otros contextos implica el respeto de las particularidades socioculturales de cada comunidad.

Una vez que definimos cuándo vamos a hacer cada una de las actividades, con quiénes contamos para realizarlas y con qué recursos materiales disponemos, podemos avanzar con la implementación del proyecto.

LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PROYECTOS SOCIALES

La etapa de implementación consiste en la realización de las actividades planificadas en los tiempos previstos, la administración y ejecución del presupuesto, el registro y la comunicación del desarrollo de las actividades y el seguimiento del proyecto. También incluye la redacción de informes parciales.

En este momento hay factores que deberán tener en cuenta:

Motivación

Sostener la energía y la motivación de los participantes es un factor importante a tener en cuenta para el desarrollo del proyecto en su totalidad. Hay proyectos cuyos resultados no son visibles hasta varios meses después de comenzadas las actividades, por lo que es conveniente **celebrar los pequeños avances**. El **sentido de pertenencia y el reconocimiento** de los otros hacia nosotros como agentes de cambio son también fuentes de motivación para seguir avanzando en la dirección propuesta.

Transparencia

La realización de las actividades planificadas en los tiempos previstos así como la administración y ejecución del presupuesto requieren de pautas claras y recordatorios. Una opción es volcar la información del cronograma en calendarios de uso colectivo para que todos estemos al tanto de las fechas importantes. Es muy importante **conservar comprobantes de compras y pagos** para rendir el presupuesto al finalizar el proyecto (especialmente necesario en caso de solicitar financiamiento).

Registro y comunicación

Es importante documentar y comunicar los esfuerzos realizados y los logros obtenidos. Recordemos contar con alguien del equipo de activistas que pueda hacer fotos y/o videos durante las actividades. **Tengamos presente el derecho de las personas a hacer uso de su propia imagen: pidamos permiso antes de sacar una foto grupal en la que aparezcan personas que no forman parte de la organización**. Las fotos y videos podrán compartirse en las redes sociales de la organización, agregando una bajada que contextualice la imagen y brinde información sobre el proyecto que se está realizando. Estos materiales también serán de utilidad como fuentes de verificación e indicadores de que el proyecto se llevó a cabo como estaba previsto (especialmente necesario en caso de solicitar financiamiento).

EL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS SOCIALES

Es de mucha utilidad organizar reuniones de seguimiento con cierta periodicidad, tanto por equipos como plenarias, para dar cuenta del avance del proyecto y de los pasos a seguir. Es conveniente que cada reunión sea acompañada por una **minuta** donde queden documentadas por escrito las decisiones tomadas y las tareas asignadas.

En el seguimiento del proyecto también compararemos los avances logrados con lo que nos habíamos propuesto, realizando ajustes y adaptaciones cuando sea necesario. De esta manera **no tenemos que esperar a la finalización del proyecto para evaluar el desarrollo del mismo**. La información para realizar el seguimiento la obtendremos a partir de los indicadores, de la realización de cuestionarios a quienes participaron de las actividades y de los informes parciales de quienes coordinan los distintos equipos.

¿CÓMO MEDIMOS LOS RESULTADOS? INDICADORES

Los indicadores son **herramientas que se utilizan para corroborar el desarrollo del proyecto, el avance hacia el logro de los objetivos y los resultados obtenidos**. Mediante el uso de los indicadores podremos **comprobar el cumplimiento** de actividades en el tiempo previsto, la utilización de insumos y la entrega de productos durante la implementación del proyecto. Los indicadores deben ser **específicos, medibles, realistas, pertinentes y estar asociados a una fuente de información confiable**. Se expresan en términos numéricos en función de datos de cantidad, calidad y período de tiempo.

Ejemplo: Fotos, métricas de redes sociales, planillas que muestren la cantidad de personas participantes de una actividad, cumplimiento de actividades en el tiempo previsto, utilización de insumos, entrega de productos.

REDACCIÓN DE INFORMES

Los informes son la cara visible de las tareas de seguimiento y evaluación porque allí se vuelcan las conclusiones acerca de los resultados de nuestro proyecto. **La elaboración de los informes tiene como finalidad cerrar una etapa y afianzar los aprendizajes para futuras experiencias**. También pueden utilizarse para ofrecer una rendición de cuentas y/o solicitar más fondos. Los informes deben ser claros, concisos, pertinentes, confiables, tener una redacción sencilla y ser presentados en los plazos acordados. Antes de enviar el informe, volver a revisar el texto poniendo especial atención a la ortografía y la gramática.

La periodicidad de los informes corresponderá al contenido de los mismos: los informes mensuales suelen enfocarse en las actividades realizadas mientras que los informes trimestrales y anuales se concentran en los cambios observados y los resultados obtenidos.

EVALUACIÓN FINAL

La evaluación final es la que se realiza una vez terminado el proyecto y puede involucrar varios aspectos del mismo. **Es conveniente invitar a los destinatarios del proyecto a participar de la evaluación para aportar una mirada externa a la organización**. Hay cinco variables sobre las que nos debemos preguntar en la evaluación final:

- ▶ Eficiencia: ¿las actividades se realizaron de acuerdo a lo planificado y dentro del presupuesto? ¿los productos fueron de calidad y cantidad necesarias?
- ▶ Eficacia: ¿las actividades tuvieron como resultado el cumplimiento de los objetivos? ¿se lograron los objetivos propuestos?
- ▶ Pertinencia: ¿los objetivos del proyecto se correspondieron con las necesidades de los destinatarios?

- ▶ Efectos: ¿hubo diferencias entre lo que habíamos planeado y lo que ocurrió? ¿qué no funcionó bien y podría ser modificado en el futuro? ¿por qué no funcionó? ¿qué funcionó bien y debe continuar en el futuro? ¿qué cambios trajo el proyecto a la comunidad?
- ▶ Sostenibilidad: ¿es probable que los resultados del proyecto perduren en el tiempo?

La evaluación final se vuelca en un informe. El producto de la evaluación final puede proporcionar evidencia concreta que puede ser utilizada para **influir en la agenda política e incidir en la toma de decisiones de políticas públicas.**

La evaluación final también funciona como un **proceso de aprendizaje institucional de la organización** para conocer cuáles son las enseñanzas que nos dejó la realización del proyecto y las recomendaciones para futuras experiencias.

FINANCIAMIENTO

Para asegurar el funcionamiento de una organización en el mediano y largo plazo, es **fundamental su sustentabilidad**. La búsqueda de fuentes de financiamiento no es una tarea fácil en organizaciones pequeñas, con escasos recursos humanos y materiales, pero es necesaria para mantener una estructura financiera estable. **Es conveniente no depender de una única fuente de financiamiento**, la cual pueda retirar su apoyo de manera inesperada poniendo en riesgo la continuidad de proyectos y actividades.

Las fuentes de financiamiento podrán ser:

Públicas

Las fuentes públicas de financiamiento corresponden a organismos que dependen del Estado y organismos internacionales que son a su vez financiados por los Estados (Ejemplo: Agencias de Naciones Unidas o Embajadas). **El trabajo conjunto entre las organizaciones de la sociedad civil y el Estado se denomina co-gestión**. En esta modalidad el Estado mantiene el rol de garante de derechos sin perder su función de contralor, auditando la calidad de las prestaciones y la ejecución de los fondos asignados. El apoyo del Estado a un proyecto puede estar dado mediante su financiamiento, la difusión del mismo, una declaración de interés, el acompañamiento profesional o el aval para el uso de sus instalaciones.

Privadas

Las fuentes privadas de financiamiento corresponden a organismos privados o empresas (a veces bajo la forma de fundaciones) tanto a nivel nacional como internacional, donantes individuales y/o socios de la organización. El apoyo de las empresas y organismos privados puede estar dado por el asesoramiento en cuestiones contables, legales o de gestión de proyectos. En cuanto a las donaciones, es importante tener en cuenta que **todos los ingresos de bienes a una organización deben ser declarados en su ejercicio contable**. El contrato de donación incluye quiénes son donante y donatarie, qué es lo que se dona y la finalidad del aporte recibido. **Los bienes recibidos en donación deben ser coherentes con la razón social de la organización**. Si la donación implica una suma de dinero importante es conveniente que la operación se realice en una entidad bancaria.

Autogeneración de recursos

La venta de productos y servicios (Ejemplo: cursos o capacitaciones) por parte de la organización puede aportar recursos para autofinanciar proyectos. **Es conveniente revisar el estatuto de la organización**

para verificar si la organización se encuentra autorizada a desarrollar actividades productivas. Asimismo, se deben constatar requisitos legales tales como la habilitación del espacio donde se desarrolle la actividad, la autorización del producto a comercializar, la regularización laboral de las personas empleadas y la emisión de facturas. Para no incumplir con la condición “sin fines de lucro” el dinero obtenido por la organización debe ser reinvertido en gastos propios de sus actividades (Ejemplo: alquiler de espacios o implementación de proyectos). **No puede, en ningún caso, ser distribuido entre sus integrantes.** La autogeneración de recursos debe estar orientada a la expansión de las posibilidades de acción de la organización y a una mayor autonomía respecto de las fuentes de financiamiento públicas y privadas. La organización de juegos de azar en cualquiera de sus formas está prohibida para las organizaciones de la sociedad civil. Los eventos de recaudación de fondos deben ser planificados detalladamente para obtener un margen de ganancia manteniendo el precio de la entrada a un valor razonable y reduciendo los costos de producción.

Estas propuestas de financiamiento son un acercamiento a algunas de las opciones disponibles pero no son las únicas. Es destacable la diversidad de alternativas existentes para la colaboración con el desarrollo de las organizaciones de la sociedad civil. Una adecuada planificación estratégica permitirá avanzar con claridad hacia los objetivos propuestos, facilitará la decisión de las acciones a realizar para alcanzarlos y colaborará en la selección de las fuentes de financiamiento más convenientes para cada uno de los proyectos.

MODELO DE PROYECTO SOCIAL

No existe un modelo único de proyecto social. La siguiente plantilla puede servir de guía. Cada proyecto social puede necesitar su propio modelo dependiendo de quién lo vaya a financiar, de la problemática a abordar o de otros factores. Un proyecto social se tiene que lucir: tiene que demostrar profesionalismo y se tiene que ver eficiente, realizable y sostenible. Es importante que el proyecto se vea lindo: la primera impresión suele tener mucho peso.

	Proyecto Social
Título del proyecto	
Resumen del proyecto	
Justificación	
Objetivo general	
Objetivos específicos	* * *
Resultados	* * * *
Actividades	* * * * *
Productos	* * * *
Duración del proyecto	
Sostenibilidad	

CRONOGRAMA

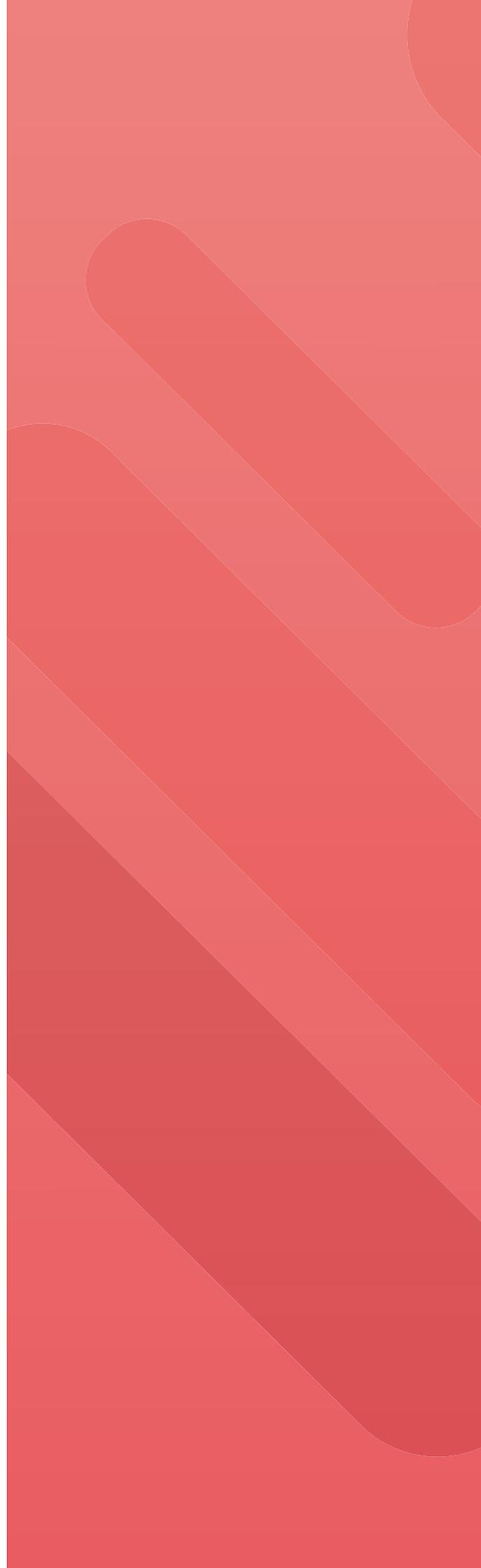
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes ...
Actividad 1						
Actividad ...						
Producto 1						
Producto ...						
Momentos de seguimiento						
Entregas de informes						

PRESUPUESTO

Así como no existe un modelo único de proyecto social, tampoco hay una forma única de hacer un presupuesto. Usualmente los entes financiadores solicitan que las necesidades de recursos sean volcadas en su propio modelo de presupuesto. A veces conviene tasar los recursos aportados por la organización en otra fila a fin de otorgar valor a los aportes de la organización que implementa el proyecto. Ejemplo: horas de trabajo de personas voluntarias.

	Rubro	Descripción	Precio unitario	Unidad de medida	Subtotal
Actividad 1					
Actividad ...					

Nuestra organización y palabras finales



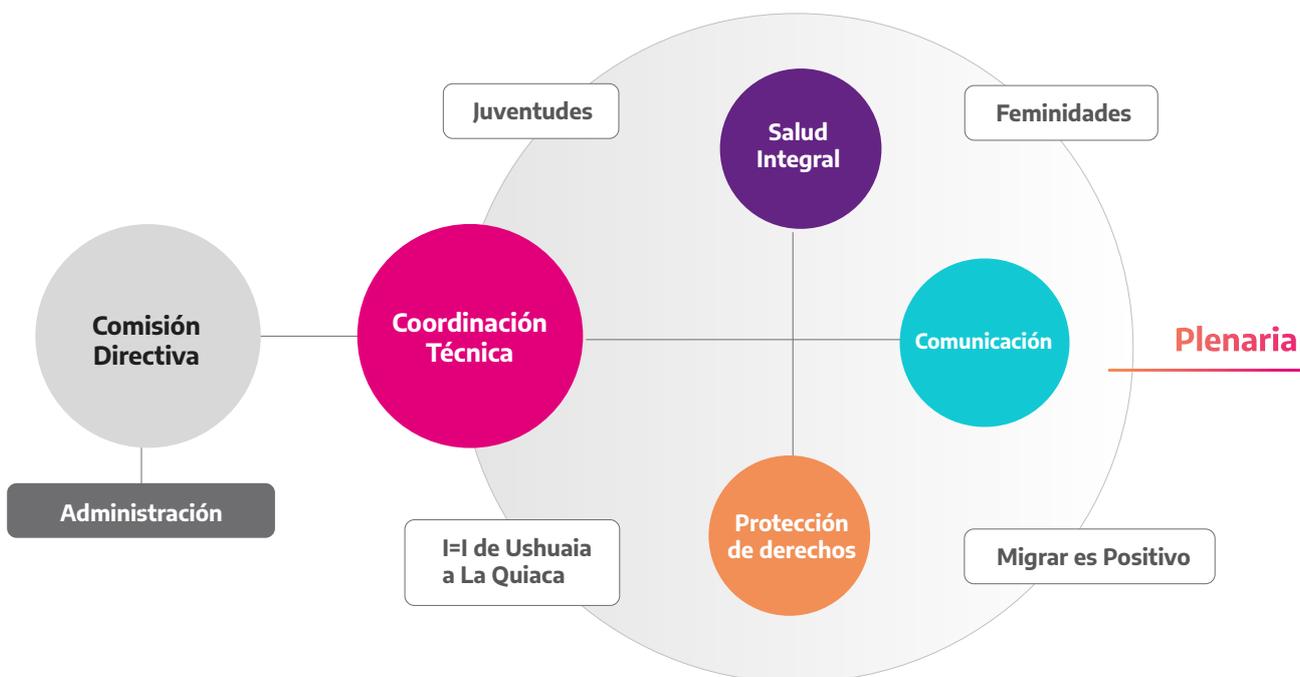
A modo de cierre, y para ejemplificar en primera persona lo que les contamos, les acercamos quiénes somos, cuál es nuestra misión y cuál es la forma que nosotros elegimos para organizarnos.

Asociación Ciclo Positivo es una organización de la sociedad civil integrada por más de 50 activistas de diverso recorrido y formación, comprometidas con el empoderamiento de las personas y el acceso a los derechos. Abordamos situaciones relacionadas a la promoción y protección de los derechos humanos, teniendo como premisa que la información es una herramienta fundamental para su ejercicio. Llevamos adelante un trabajo interdisciplinario el cual se basa, entre otras cosas, en realizar campañas de divulgación científica, ofrecer acompañamiento psicosocial, desarrollar y promover la investigación social, y realizar incidencia política para garantizar más y mejores políticas públicas, con foco en el acceso a la salud y a la educación de calidad. Nos proponemos convocar a personas con ganas de poner el cuerpo para construir una sociedad más justa y sin discriminación.

Tenemos una Coordinación Técnica que está formada por las coordinaciones de cada Comisión: una Comisión de Salud Integral, una Comisión de Protección y Promoción de Derechos y una Comisión de Comunicación. A su vez, cada Comisión tiene a su cargo equipos interdisciplinarios de trabajo que llevan a cabo proyectos o programas específicos. Las decisiones ejecutivas son tomadas por una Comisión Directiva -la cual es elegida cada dos años por la Asamblea de asociades- que cumple y hace cumplir el estatuto.

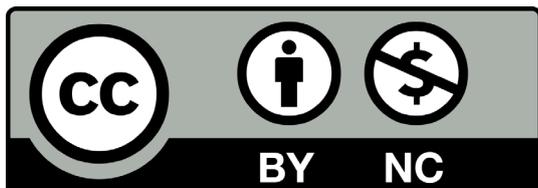
Se realizan reuniones por Comisión cuya regularidad depende de las necesidades de cada equipo, reuniones de coordinación técnica de manera periódica y reuniones plenarios de monitoreo y evaluación que son bimestrales.

Eventualmente se realizan reuniones abiertas para invitar a personas interesadas en formar parte de la Asociación.



Como ya dijimos en gran parte de este material, **no existe una sola forma de hacer activismo o una sola forma de organizarse**. Esperamos que los ejemplos que aquí les contamos sirvan de inspiración para que cada quien se organice de la forma que mejor se adapte a sus necesidades, posibilidades y ganas. Si este material te parece interesante y querés compartirlo, te contamos que lo hicimos bajo la **licencia de uso creativo o creative commons**, de modo que está permitida la copia, distribución, exhibición y utilización de la obra bajo las siguientes condiciones: atribución (se debe mencionar la fuente) y no comercial (se permite la utilización de esta obra con fines no comerciales).

Licencia: [Atribución-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



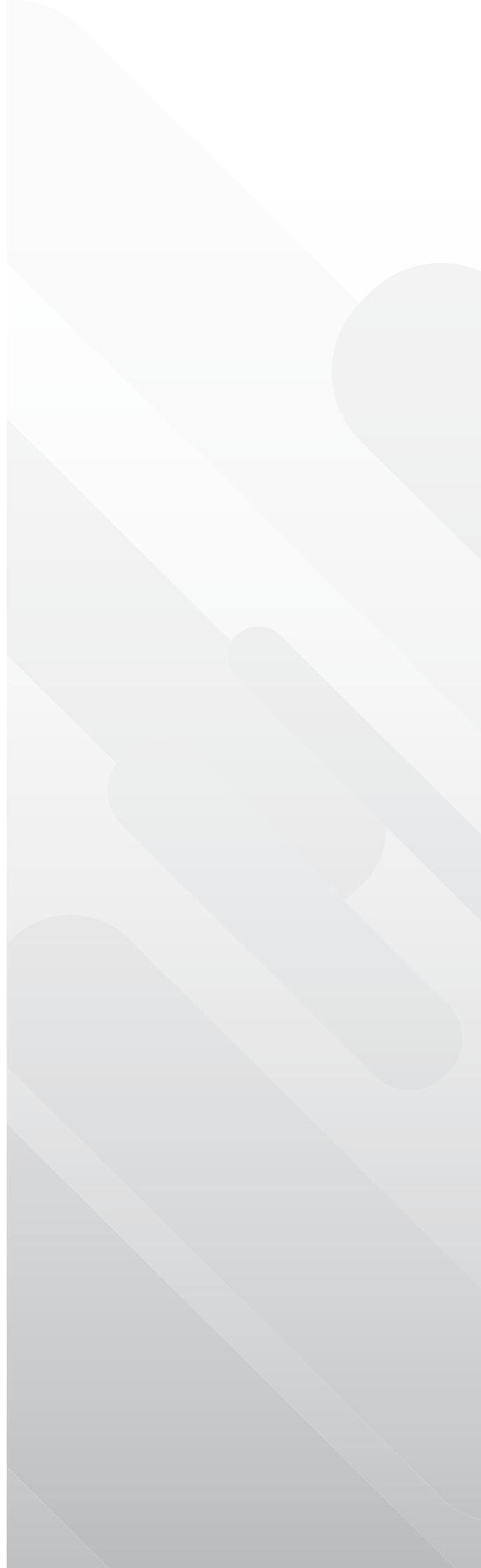
AGRADECIMIENTOS

Este proyecto fue realizado con el apoyo técnico y financiero del Programa Conjunto de las Naciones Unidas para el VIH y el Sida (ONUSIDA). Los puntos de vista en el documento son los de las autoras y autores, y no necesariamente representan la postura oficial de dicha organización.

Gracias a todas las personas que contribuyen al desarrollo de la Asociación. Gracias a quienes colaboran técnica y económicamente para la realización de nuestras acciones. Gracias a los activistas que desinteresadamente ofrecen su tiempo para vivir en una sociedad mejor. Gracias a los participantes del Curso de Activismo en Salud 2.0 por sus comentarios al borrador de este manual, los cuales permitieron tener un producto más completo. Gracias a Fabio, a Clarisa, a Alberto. Y gracias a vos, por llegar hasta acá.

Asociación Ciclo Positivo. (2021). Manual de Activismo en Salud. Disponible en: www.ciclopositivo.org/manualdeactivismo

Bibliografía y Glosario en Fuga



BIBLIOGRAFÍA

- ▶ Agencia Presentes. (2020, Abril 30). Derecho al trabajo: así está el cupo laboral travesti trans en Argentina. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1a7yO32naVb7TxmOmz5m9QGS-SYXuSK5P/view?usp=sharing>
- ▶ Aizenberg, Marisa (dir.). (2014). Estudios acerca del derecho de la salud. Buenos Aires: La Ley, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/14dNB30LI7X7hcd-lrGk8jOwr99P1KtY2/view?usp=sharing>
- ▶ Aprendizaje y Liderazgo para la Incidencia en Argentina (ALIAR). (2018). Manual para la incidencia de la sociedad civil en políticas públicas. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1ncXW_nrvKyuxABWcr8aRT054GWwvfaT5/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. (2013). Leyes que reconocen tus derechos: Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1nZnnaDubyTpuMQ0sbGq-KpWXZPRKY97/view?usp=sharing>
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. (2014). Experiencias para armar: Manual para talleres en salud sexual y reproductiva. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1hqW8jO3CAndN7ZHCvJNzcwAqLoJ4GhWW/view?usp=sharing>
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. (2017). Salud y adolescencias LGBTI: Herramientas de abordaje integral para equipos de salud. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1Ni-jp4YanxokNRBGhWWvw_ap_Ojhn4e/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. (2019). Comunicación responsable: Recomendaciones para el tratamiento de temas de salud mental en los medios. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1i ni7VxBJEzzCoJ6P0hDL6h9Zidk0SPCp/view?usp=sharing>
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. Dirección de Sida y ETS. (2016). Guía básica de soluciones: lo que tenés que saber para hacer cumplir tus derechos: VIH y sida. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1bxNdh8Trys6UdERs9WiZ6wDX0vn_dNRC/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. Dirección de Sida y ETS. (2016). Vivir en positivo: Guía para las personas con VIH, sus familiares y amigos. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/14B_vxNm--GgXRfwjLSTIHZbEwe3J_Cfz/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. Dirección de Sida y ETS. (2017). ¿Qué piensan y hacen las personas ante el VIH y el sida?: Un estudio sobre significados asociados al VIH y al sida en población general en la Argentina. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1K1k00CyTf1w_gkATAWRjuTRu2gxVLS8V/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. Dirección de Sida, ETS, Hepatitis y TBC. (2019). VIH y derechos: Guía jurídica y de orientación para las personas con VIH en la Argentina. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1IZNkGU-HuSvxW_cgF5L9BdJIWC4H10Od/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. Dirección de Sida, ETS, Hepatitis y TBC. (2018). Cómo comunicar sobre VIH y sida: Guía de recomendaciones y fuentes de consulta. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1vC4DiSu_LhYRt-rzzyRCh-EKm-UZH7V/view?usp=sharing
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud y Desarrollo Social. Secretaría de Gobierno de Salud. (2018). Guía sobre derechos de adolescentes para el acceso al sistema de salud. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/14vGbjNMDXlNrRHpDBYfFOps6TuNJQeA9/view?usp=sharing>
- ▶ Argentina. Ministerio de Salud. Programa de Equipos Comunitarios. (2017). Salud y Sociedad: Curso en

salud social y comunitaria: Módulo 1. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1W8xXoAE3m9ME_xXaV-rmx4yUvxTwC3qG/view?usp=sharing

- ▶ Asociación Pro Derechos Humanos (APRODEH). (2002). Manual de Prensa para Actividades de Derechos Humanos: Derechos Humanos y Comunicación ¿Cómo acceder a los medios?. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1jNw5EQM4xenC5K5T8VfO1W9ll-deo-l/view?usp=sharing>
- ▶ Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo y Banco Mundial. (2017). La evaluación de impacto en la práctica. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1UXNYpbOADT954QHT_VOItpnF-BLJR-l/view?usp=sharing
- ▶ Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (CESBA). (2016). Las organizaciones de la sociedad civil en la Ciudad de Buenos Aires. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1JFAziQrel_assiXFG3YpXQEFhLbd8Nlw/view?usp=sharing
- ▶ Echt, Leandro y Mérola, María. (2019). Transformando desde la sociedad civil: Estrategias de las OSC para incidir en políticas públicas en América Latina: Argentina, Chile y Uruguay. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1x2qXUUAYLAGIBf1_D6nXSr_8LTfvaA99/view?usp=sharing
- ▶ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (IFRC). (2011). Guía para el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/13atL3MDuUOEGUsxR_Yp52aZLuhvpaE18/view?usp=sharing
- ▶ Ferraro, Maximiliano (dir.) y Pecoraro, Gustavo (comp.). (2016). Acá Estamos: Carlos Jáuregui, sexualidad y política en la Argentina. Buenos Aires: Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1Rhr-23pECJckSsQOrZkyBCxNqeA7FI_g/view?usp=sharing
- ▶ FLACSO. (2020). La incidencia legislativa como estrategia de acción de las OSC. Posgrado en La Incidencia de las Organizaciones de la Sociedad Civil en Políticas Públicas: Módulo 6. Material de cátedra.
- ▶ Foro de Periodismo Argentino (FOPEA). (2019). Guía práctica: ¿Cómo se hace un pedido de acceso a la información pública en la Argentina?: La importancia de esta herramienta para el periodismo de calidad. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/13oDbLG9HG5AfaSceB-CQ9_jAZcBSSvaZ/view?usp=sharing
- ▶ Freire, Paulo. (1965). La educación como práctica de la libertad. Bogotá: Editorial América Latina.
- ▶ Fundación Del Viso. (2005). Todo lo que usted necesita saber sobre: Cómo generar recursos. Revista Tercer Sector, 1(1).
- ▶ Fundación Huésped. (2012). Guía sobre salud sexual y reproductiva y diseño de proyectos para organizaciones sociales. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1rKg6iosVl46LPRBL3xGBTVsL_aae9HqMs/view?usp=sharing
- ▶ Goldin, Carol S. (1994). Stigmatization and AIDS: Critical issues in public health. Social Science & Medicine, 39(9), 1359-1366. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1QT1Xn4WBfY_ZhsXR5JKOX3NoEnZPx4wn/view?usp=sharing
- ▶ González García, Ginés y Torres, Rubén. (2005). Políticas de Salud: Posgrado en Salud Social y Comunitaria-Programa Médicos Comunitarios: Módulo 5. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1N8BKUfraelr2IMHQGVYgruW5_rzC_Vtw/view?usp=sharing
- ▶ Grupo FUSA. (2020). Derechos en acción: Herramientas para la promoción de derechos sexuales y derechos reproductivos. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1XtyBGfPg9uKNhC9owrxW8Z_ezkk9DmApf/view?usp=sharing
- ▶ International Planned Parenthood Federation (IPPF). (2011). Young people as advocates: Your action

for change toolkit. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/15YjtdVGQfslrcxSmol0EKgRgrEUB44WX/view?usp=sharing>

- ▶ International Treatment Preparedness Coalition (ITPC). (2018). Manual de activismo para poblaciones clave en PrEP. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1s1TDVy4qvjTJexrVlrNCSyPBQvWotKPZ/view?usp=sharing>
- ▶ ONU (s.f.). Asuntos que nos importan: Derechos Humanos. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/12WaybsfGwoDLO-vc7tN1pk_zi2tvfL_l/view?usp=sharing
- ▶ ONU (s.f.). Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1O50X4sjLG7xE4zeVuCL3yz1hB5VlfUh0/view?usp=sharing>
- ▶ ONUSIDA. (2020). Los Derechos Humanos en tiempos de COVID-19: Lecciones del VIH para una respuesta efectiva dirigida para la comunidad. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1nsDO2TzhpHtoZwbTlxSYBt9gOJJTwhue/view?usp=sharing>
- ▶ ONUSIDA. (2014). Act 2015! Conjunto de herramientas de estrategia de incidencia. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1TjVmqh3RAU8zz0bdnD3xRqasbSYYWmSL/view?usp=sharing>
- ▶ ONUSIDA. (2011). Orientaciones terminológicas de ONUSIDA. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1fZUCIFd7ATen9povvG6Mhwalq6EwWOb/view?usp=sharing>
- ▶ ONUSIDA. (2000). Programas Nacionales de sida: Guía para el monitoreo y la evaluación. Ginebra: ONUSIDA. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1o8xslQrv559UXWJ79c1K3PduHKYfdHfp/view?usp=sharing>
- ▶ OPS y ONUSIDA. (2017). Prevención de la infección por VIH bajo la lupa: Un análisis desde la perspectiva del sector de la salud en América Latina y el Caribe. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1QC6vOI5gaqJ5pUoG2uYfkHFW7Ziq8Pzw/view?usp=sharing>
- ▶ Paiva, Vera; Ayres, José Ricardo; Capriati, Alejandro; Amuchástegui, Ana y Pecheny, Mario. (2018). Prevención, promoción y cuidado: Enfoques de vulnerabilidad y Derechos Humanos. Buenos Aires: Teseo. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1LiBxvK7fxX_LB0cjFkkcS8hBhkjJV3S6/view?usp=sharing
- ▶ Principios de Yogyakarta: Principios sobre la aplicación de la legislación internacional de Derechos Humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género. (2007). Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1J5KNFQ_XeQMHCuyuD9pT5pn0tPvKjJvB/view?usp=sharing
- ▶ Service Employees International Union. (SEIU). (s.f.). Manual de activismo en redes sociales 101.
- ▶ Sharma, Ritu (1996). An Introduction to Advocacy: Training guide. Washington: Academy for Education Development.
- ▶ Sontag, Susan (2003 [1977], [1988]). La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas. Buenos Aires: Taurus.
- ▶ Tuck, Henry y Silverman, Tania. (2016). The Counter-Narrative handbook. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/12dFoUGAJyyVW0FOyB9AvVnf3xXJ3Uf8-/view?usp=sharing>
- ▶ UNICEF. (2006). Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Buenos Aires: UNICEF oficina de Argentina. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1FJWqHaoAgQWA4GYGzeTaNO7eCem3p52q/view?usp=sharing>

GLOSARIO EN FUGA

- Atención Primaria de la Salud (APS): véase [Ministerio de Salud. \(2017\). Salud y Sociedad](#) pág. 37
- Autonomía progresiva: véase [Secretaría de Gobierno de Salud. \(2018\). Guía sobre derechos de adolescentes para el acceso al sistema de salud](#) pág. 17
- CD4: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 14
- Clamidia: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 59
- Gonorrea: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 58
- Hepatitis: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 52
- Herpes: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 59
- Heteronormatividad: véase [Ministerio de Salud. \(2017\). Salud y adolescencias LGBTI](#) pág. 12
- HPV: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 60
- Identidad de género: véase [Ministerio de Salud. \(2014\). Experiencias para armar](#) pág. 200
- Identidad de género: véase [Principios de Yogyakarta \(2007\)](#) pág. 8
- Interés superior de niñas y adolescentes: véase [Secretaría de Gobierno de Salud. \(2018\). Guía sobre derechos de adolescentes para el acceso al sistema de salud](#) pág. 17
- Intersex: véase [Grupo FUSA. \(2020\). Derechos en acción](#) pág. 60
- Intersexualidad: véase [Ministerio de Salud. \(2014\). Experiencias para armar](#) pág. 201
- Línea de Base: véase [IFRC. \(2011\). Guía para el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas](#) pág. 98
- Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS): véase [ONU \(s.f.\). Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible](#) pág. 1
- Orientación sexual: véase [Ministerio de Salud. \(2014\). Experiencias para armar](#) pág. 201
- Orientación sexual: véase [Principios de Yogyakarta \(2007\)](#) pág. 8
- PEP: véase [OPS y ONUSIDA. \(2017\). Prevención de la infección por VIH bajo la lupa](#) pág. 39
- Perspectiva de género: véase [Grupo FUSA. \(2020\). Derechos en acción](#) pág. 55
- Perspectiva de género: véase [Ministerio de Salud. \(2014\). Experiencias para armar](#) pág. 199
- PrEP: véase [OPS y ONUSIDA. \(2017\). Prevención de la infección por VIH bajo la lupa](#) pág. 35
- PrEP: véase [ITPC. \(2018\). Manual de activismo para poblaciones clave en PrEP](#) pág. 23
- Prevención combinada: véase [OPS y ONUSIDA. \(2017\). Prevención de la infección por VIH bajo la lupa](#) pág. 3
- Prevención primaria: véase [Ministerio de Salud. \(2017\). Salud y Sociedad](#) pág. 43
- Prevención secundaria: véase [Ministerio de Salud. \(2017\). Salud y Sociedad](#) pág. 44
- Prevención terciaria: véase [Ministerio de Salud. \(2017\). Salud y Sociedad](#) pág. 44
- Programa Médico Obligatorio (PMO): véase [Grupo FUSA. \(2020\). Derechos en acción](#) pág. 23
- Promoción de la salud: véase [Ministerio de Salud. \(2017\). Salud y Sociedad](#) pág. 43
- sida: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 11
- Sífilis: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 56
- VIH: véase [Dirección de Sida y ETS. \(2016\) Vivir en positivo](#) pág. 10




Asociación
**Ciclo
Positivo**