

Juventud – Activismo – Compromiso – Participación

**Buenas prácticas
y estrategias básicas
para tener impacto**



Nota sobre metodología

Se han seguido varios enfoques para identificar y describir las buenas prácticas incluidas en este documento. El análisis de las tendencias juveniles se basa en la experiencia del autor en la organización de programas para la juventud, el examen de la bibliografía existente, la investigación del mercado comercial y un estudio sobre la membresía joven de Amnistía Internacional realizado a principios de 2005. Las descripciones de las mejores prácticas externas se basan en gran medida en los conocimientos del autor, así como en un análisis de Internet y en algunas relaciones con organizaciones que exhiben buenas prácticas. Para las buenas prácticas internas de Amnistía Internacional, se distribuyó una petición de información a los coordinadores de jóvenes y estudiantes de AI y se realizaron entrevistas de seguimiento con varias Secciones de AI. Casi por definición, esta área de trabajo experimenta cambios e innovaciones constantes; cabe esperar que algunos sitios web que se mencionan puedan no ser accesibles en el futuro, así que no se demoren: visítenlos mientras estén disponibles.

Amnistía Internacional no refrenda las acciones de todas las organizaciones ni los ejemplos que aparecen, pero en todos los casos ilustran alguna práctica buena o interesante de la que AI y otros pueden aprender.

Este libro no está en modo alguno completo. Esperamos que se convierta en un «documento vivo» y tenemos interés en conocer nuevos ejemplos, sobre todo del Sur. Rogamos se pongan en contacto con youth@amnesty.org.

Agradecimientos especiales

El autor desea dar las gracias a Denise Searle, Martin Clark, Hilary Payne, Daniel Scott, Sheila Goncalves y Lucía Hernández, del Secretariado Internacional de AI, por haberle encargado esta publicación y colaborar en su elaboración, y a Lindsay Warmington por el diseño. Por sus contribuciones de estudios de casos y sus consejos, damos las gracias a los miembros del personal de AI en Londres y en todo el mundo, así como a Nicole Palasz (Proyecto Nuevas Tácticas en Derechos Humanos), Emily Freeburg (Federación Luterana Mundial), Karthik Balasubramanian (Campaña Nacional de Estados Unidos contra el Sarampión) y Tom Burke (asesor de Save the Children). Muchas gracias también a los otros miembros del Comité de Desarrollo de la Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes de AI: Hanna Roberts (Comité Ejecutivo Internacional de AI), Shauna Maclean (AI Canadá), Paula Akugizibwe (AI Sudáfrica), Elena Belletti (AI Italia) y Steve Mokwena (Modjadjiworks) por ofrecer un marco orientador sólido para este proyecto.

Edición española a cargo de:
EDITORIAL AMNISTÍA INTERNACIONAL (EDAI)
Valderribas, 13. 28007 Madrid. España
Teléfono: (34) 914 33 41 16 / (34) 914 33 25 20
Fax: (34) 914 33 65 68
<http://www.amnistiainternacional.org>

Publicado originalmente en inglés en el 2006 con el título *Youth – Activism – Engagement – Participation. Good Practices and Essential Strategies for Impact*

Amnesty International Publications
Secretariado Internacional
Peter Benenson House
1 Easton Street
London, WC1X 0DW, Reino Unido
Tel: +44 (0) 20 7413 5500
Fax: +44 (0) 20 7956 1157
www.amnesty.org
youth@amnesty.org

Índice AI: ACT 76/003/2006

Escrito por: Nick Moraitis, consultor

© 2006, Amnesty International

Todos los derechos reservados. Esta publicación está sujeta a copyright; puede ser reproducida por cualquier método sin pago de tasas con fines de defensa, acciones de campaña y enseñanza, pero no para venta. Los titulares del copyright solicitan que todo uso en las condiciones mencionadas se ponga en su conocimiento con fines de evaluación del impacto. Para copias en cualquier otra circunstancia, o para reutilización en otras publicaciones, o para traducción o adaptación, debe obtenerse permiso por escrito de los editores y puede ser necesario abonar una tasa. Nick Moraitis es consultor en comunicación para el cambio social. Recientemente ha trabajado como coordinador de estrategia y asociación de TakingITGlobal, organización juvenil internacional que gestiona la comunidad global en línea más popular entre la juventud interesada en el cambio social. A través de TakingITGlobal o como consultor, Nick ha colaborado o asesorado sobre programación juvenil a, entre otros, UNESCO, UNICEF, PNUD, Global Knowledge Partnership, Oxfam Internacional y la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Ciudadano australiano, ha trabajado en varias delegaciones del gobierno de su país en reuniones de la ONU, ha sido miembro de la Comisión Nacional Australiana para la UNESCO y del consejo asesor de la Australian Broadcasting Corporation, y es autor de *Cyberscene: A Teen Traveller's Guide to the Web* (publicado por Penguin). Las opiniones que se expresan en esta publicación pertenecen al autor, y no podrá entenderse que reflejan las opiniones de Amnistía Internacional.

Juventud – Activismo – Compromiso – Participación

Buenas prácticas y estrategias básicas para tener impacto

Índice

Antecedentes	5
¿Por qué una publicación de Amnistía Internacional sobre el trabajo con jóvenes?	5
Esta publicación incluye:	6
Nuestro compromiso	6
Prólogo	7
1. Compromiso	9
Incrementar los conocimientos internos en materia de juventud	11
Conectar con una audiencia juvenil	13
Creación de materiales atractivos	20
Educación en Derechos Humanos	27
Colaboración, coaliciones y comunicaciones	31
2. Activismo	36
Incorporación del activismo juvenil al diseño de proyectos	38
Actos anuales de activismo coordinado	39
Formación en activismo	41
Activismo en relación con negociaciones internacionales	45
Herramientas, técnicas y tecnologías creativas	49
Acciones de campaña sobre los derechos económicos, sociales y culturales	55
Apoyo a jóvenes defensores de los derechos humanos	58

3. Participación	62
Formación y estructuras juveniles eficaces	64
Participación de la juventud en la toma de decisiones	67
Designación de jóvenes como portavoces	70
Adopción de un enfoque de ciclo vital para la membresía juvenil	72
Coordinación nacional e internacional del trabajo con la juventud	74
Reuniones y consejos asesores de la juventud	77
Glosario	80

Antecedentes

¿Por qué una publicación de Amnistía Internacional sobre el trabajo con jóvenes?

Amnistía Internacional

Amnistía Internacional (AI) es la mayor de las organizaciones que en el mundo trabajan para proteger los derechos humanos. AI es un movimiento democrático que cuenta con más de 1,8 millones de miembros organizados en más de 70 Secciones nacionales, con miles de grupos locales y de jóvenes y estudiantes.

Participación de la juventud en Amnistía Internacional

Casi el 50 por ciento de la membresía de AI lo constituyen jóvenes de entre 14 y 25 años. Sin embargo, salvo en ciertas situaciones destacadas, en general, llegar a la gente joven y conseguir su participación se considera como uno de los puntos débiles de la organización. Sin embargo, viendo la situación desde una perspectiva positiva, surge una cuestión interesante: si a pesar de que AI no es especialmente accesible para las personas jóvenes, casi un millón de ellas están implicadas en la organización, ¿cuáles serían el crecimiento y el impacto de AI si se priorizara el trabajo con jóvenes y se estudiara la mejor práctica a escala mundial?

Una nueva Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes

Tras una resolución adoptada en la Reunión del Consejo Internacional (RCI) en agosto de 2003, el Comité Ejecutivo Internacional (CEI) de AI encomendó a un comité especial, el Comité de Desarrollo de la Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes, la redacción de una Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes para todo el movimiento. El documento resultante, aprobado por la RCI de 2005, contiene una serie de objetivos y recomendaciones para fomentar el trabajo con la juventud y con las organizaciones juveniles, garantizar la participación de jóvenes en la vida del movimiento de AI y hacer posible un activismo liderado por personas jóvenes, eficaz a la hora conseguir un impacto sobre los derechos humanos.

Más que un marco de normas obligatorias, un conjunto de herramientas voluntarias

La Estrategia para el Trabajo con Jóvenes, en general, no impone acciones obligatorias a las Secciones o al Secretariado Internacional. En su lugar, indica categorías amplias de acciones destinadas a aumentar la efectividad del trabajo que AI lleva a cabo con y para la juventud. De hecho, se anima a las Secciones a desarrollar sus propias estrategias nacionales para el trabajo con jóvenes con el fin de conseguir los objetivos globales propuestos.

Esta publicación

Esta publicación pretende servir de complemento a la Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes, mediante la presentación y el análisis de buenas e interesantes prácticas de dentro y fuera del movimiento de AI. En este libro conoceremos iniciativas de AI como la nueva gestión de la imagen orientada a la juventud de AI Reino Unido y los proyectos de mensajes cortos SMS de AI Países Bajos. Además, se presentan otras 50 experiencias ajenas a la organización que incluyen actividades como videoconferencias, programas de estudios, sitios web, foros de jóvenes, consejos asesores, actos de protesta, programas de captación de fondos y colaboración. Para expresarlo de un modo sencillo, exponemos «lo que funciona» en materia de compromiso, activismo y participación de jóvenes, e intentamos decir por qué funciona.

A través de estos ejemplos prácticos y susceptibles de ser reproducidos, organizados en torno a los objetivos propios de la Estrategia para el Trabajo con Jóvenes de AI, esperamos dar vida a la estrategia y proporcionar a los coordinadores del trabajo con jóvenes y estudiantes, a los encargados de la toma de decisiones dentro de la organización y a los propios jóvenes miembros de AI, una idea de las posibilidades reales que encierra el trabajo innovador con jóvenes en lo que se refiere a crecimiento e impacto.

Definición de «joven»

Existen numerosas definiciones de «joven» diferentes y que se superponen:

- ⇒ Para los efectos de la nueva Estrategia para el Trabajo con Jóvenes de AI, jóvenes son las personas con edades comprendidas entre 14 y 25 años, sean o no estudiantes, y, en general, éste es el enfoque utilizado en este libro.
- ⇒ La Organización de las Naciones Unidas define al joven como la persona entre 15 y 24 años.
- ⇒ En la Convención sobre los Derechos del Niño se distingue claramente entre los menores de 18 años (niños y niñas) y los mayores de esa edad (adultos).
- ⇒ Muchas organizaciones juveniles africanas y asiáticas permiten que sus miembros tengan hasta 35 años.
- ⇒ Esta diversidad se refleja dentro de la organización: algunas Secciones sólo consideran parte de su «programa para la juventud» a estudiantes de educación secundaria, mientras que otras incluyen a estudiantes de postgrado de 35 años, siempre que participen a través de grupos de estudiantes.

Contar con una definición clara de «joven» permite a una organización tomar decisiones más eficaces a la hora de elegir los socios con los que trabajar, elaborar material y designar activistas o personal para celebrar una «reunión de jóvenes».

Esta publicación incluye:

- ⇒ Capítulos correspondientes a cada objetivo de la estrategia para el trabajo con jóvenes.
- ⇒ Estudios de casos de organizaciones externas considerados como buenas prácticas.
- ⇒ Enlaces a sitios web de otras organizaciones e iniciativas similares.
- ⇒ Estudios de iniciativas de AI.
- ⇒ Una lista de 24 carpetas de materiales disponibles en la red relacionadas con este tema.
- ⇒ Recuadros en los que se relacionan los posibles escollos en el trabajo con jóvenes y motivos frecuentes de fracaso.
- ⇒ Consejos personales de nueve personas de reconocida autoridad en el campo de las relaciones con jóvenes.
- ⇒ Recuadros que reflejan los resultados de la Consulta sobre la Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes realizada entre los coordinadores del trabajo con jóvenes y estudiantes por el Secretariado Internacional en 2004.
- ⇒ Un glosario: en el texto aparecen resaltadas en color naranja las palabras que forman el glosario que figura al final del documento.

Nuestro compromiso

Amnistía Internacional aumentará la repercusión de su acción sobre los derechos humanos potenciando la participación decisiva de la juventud en la protección y promoción del disfrute de los derechos humanos por todas las personas, logrando que se comprometan a defender valores universales relativos a estos derechos, capacitándolos para actuar en el ámbito local e internacional, e integrándolos en todos los niveles de la organización.

En medio de la alarma y la obsesión mediáticas sobre una posible catástrofe informática que acompañaron al cambio de milenio, se publicaron una multitud de artículos y de libros sobre la generación de jóvenes cuyos miembros más mayores cumplían 18 años en el año 2000 mientras que los más jóvenes estaban alcanzando la edad escolar. Expertos y periodistas bautizaron a este grupo de formas tan variadas y poco imaginativas como la «Generación del Milenio», la «Generación Y» (alfabéticamente posterior a la «Generación X»), o la «Generación de Internet» (debido a la herramienta de comunicación supuestamente elegida por ellos).

Quizás debido a la ola general de optimismo que acompaña al cambio de milenio, casi todos estos artículos contaban una historia positiva. En contraposición a su predecesora, la generación X, cuyos miembros eran vagos y egoístas, se analizaron tendencias y se hicieron cálculos para llegar a la conclusión de que la «Generación del Milenio» sería una «generación fantástica». Al parecer sus miembros se llevaban bien con su progenitores, los «baby-boomers» (personas nacidas inmediatamente después de la segunda guerra mundial); otorgaban especial importancia a la educación, los amigos y las redes sociales; y participaban activamente en su comunidad. Por razones demográficas, serían miembros apreciados de la fuerza laboral, que se adaptaría a sus necesidades. Se implicarían en los problemas del mundo como ninguna otra generación en el pasado y desearían contribuir personalmente a resolver los problemas sociales.

Por supuesto, lo que las historias de los medios de comunicación occidentales olvidaron mencionar a finales de 1999 era que una gran parte de la «Generación del Milenio» no pertenecía a la «Generación de Internet» en absoluto. Vivían en países donde las escuelas eran demasiado caras, sus progenitores habían muerto de sida, no podían encontrar trabajo o se prohibía el acceso a los sitios web donde se discutía de derechos humanos o democracia. Sin embargo, es esta generación del Sur la que es verdaderamente «fantástica» en términos de tamaño; en algunos de estos países los menores de 25 años constituyen casi el 70 por ciento de la población. La realización de sus derechos sociales, económicos, culturales, civiles y políticos es la clave de la prosperidad y la seguridad de comunidades enteras.

Ese mismo año, en Seattle, Estados Unidos, millares de personas manifestantes denominadas «anti-globalización», gran parte de ellas jóvenes, habían tomado las calles, y lograron retrasar el comienzo de las reuniones de la Organización Mundial del Comercio. Combinando la acción directa con el uso innovador de Internet para organizar y transmitir un mensaje «independiente», sin el filtro de los medios de comunicación dominantes, inspiraron un movimiento interconectado que contribuyó a que el desarrollo sostenible fuese restituido en la agenda de las instituciones financieras internacionales. Esa movilización estuvo lejos de ser sólo un fenómeno occidental: de hecho, los crecientes «movimientos de justicia social» incluían a los movimientos de campesinos e indígenas del Sur y se habían inspirado en ellos. Y un año más tarde, al otro lado del Pacífico, en Filipinas, cientos de miles de jóvenes, muchos de ellos convocados a través de sus teléfonos móviles, salieron a protestar contra un gobierno que consideraban corrupto y finalmente lo derribaron.

Situémonos en 2006 y observaremos que el Banco Mundial cuenta con un programa mundial para jóvenes y mantiene no menos de cuatro sitios web orientados a la juventud, además de alianzas formales con siete de las organizaciones juveniles más importantes. En Filipinas, donde muchas de las personas jóvenes que participaron en las protestas de 1999 trabajan ahora en el gobierno, la presidenta Gloria Arroyo cuenta con un Equipo Asesor de Jóvenes, y el Departamento de Educación está ensayando la presentación del programa de estudios científicos a través del teléfono móvil.

En los últimos cinco a diez años, el panorama relativo al compromiso, el activismo y la participación de jóvenes ha cambiado radicalmente. Una generación que mayoritariamente cree que el cambio es tanto necesario como posible ha aprovechado las nuevas herramientas como Internet para informarse, contactar con redes de activistas y organizar la acción de formas innovadoras. Numerosas e importantes instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales (ONG) relacionadas con el desarrollo se han examinado y han reconocido que su membresía está enveje-

EN LOS ÚLTIMOS CINCO A DIEZ AÑOS, EL PANORAMA RELATIVO AL COMPROMISO, EL ACTIVISMO Y LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD HA CAMBIADO RADICALMENTE

ciendo, que sus planteamientos no llegan a la mayoría de la sociedad y no conectan con las nuevas audiencias para garantizar la longevidad de la organización. Estas organizaciones, junto a los «organismos de participación juvenil» tradicionales, como los clubes de servicio juvenil, se están esforzando por adaptarse a unos jóvenes que esperan materiales de alta calidad, utilización intensiva de medios, oportunidades de activismo más flexibles y eficaces y una integración significativa en la toma de decisiones de la organización.

Con frecuencia la gente joven es la primera en adaptarse a las nuevas tecnologías y técnicas, aunque tienen un conocimiento menor de lo que existía con anterioridad. (Como ejemplo, muestren una casete a un joven de 14 años, portador de un iPod en un país desarrollado, y pregúntenle si alguna vez ha utilizado una). Aprender de las buenas prácticas en el campo de la participación juvenil tiene un enorme valor, puede ser como una ventana al futuro, ya que en menos de 10 años estas prácticas habrán sido asimiladas –algunas incluso estarán trasnochadas– y lo «innovador» será algo diferente. Sin embargo, entre las ONG de ámbito internacional los intentos organizados de captar y compartir aprendizaje sobre «la juventud» han sido relativamente pocos, quizás debido al cambio constante (incluido el elevado índice de renovación que se da entre las personas que trabajan en este campo) o a la peligrosa tendencia de tomarse el trabajo con jóvenes –junto a los propios jóvenes– menos en serio.

Esta publicación contribuye a compensar esa carencia, captando el reciente aluvión de actividad en el ámbito juvenil, con iniciativas varias que van desde iniciativas de educación de igual a igual, comisiones asesoras de jóvenes y

reuniones internacionales de jóvenes, hasta videoconferencias, sitios web, redes de televisión, actos de protesta y programas de subvenciones. Menos de cinco de las iniciativas y recursos expuestos existían antes de 1990, y no llegan a un tercio las que tienen más de cinco años de antigüedad. Documentando las técnicas que han funcionado, esperamos reforzar los procesos de participación de jóvenes dentro y fuera de Amnistía Internacio-

DOCUMENTANDO LO QUE FUNCIONA, ESPERAMOS REFORZAR LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD DENTRO Y FUERA DE AMNISTÍA INTERNACIONAL

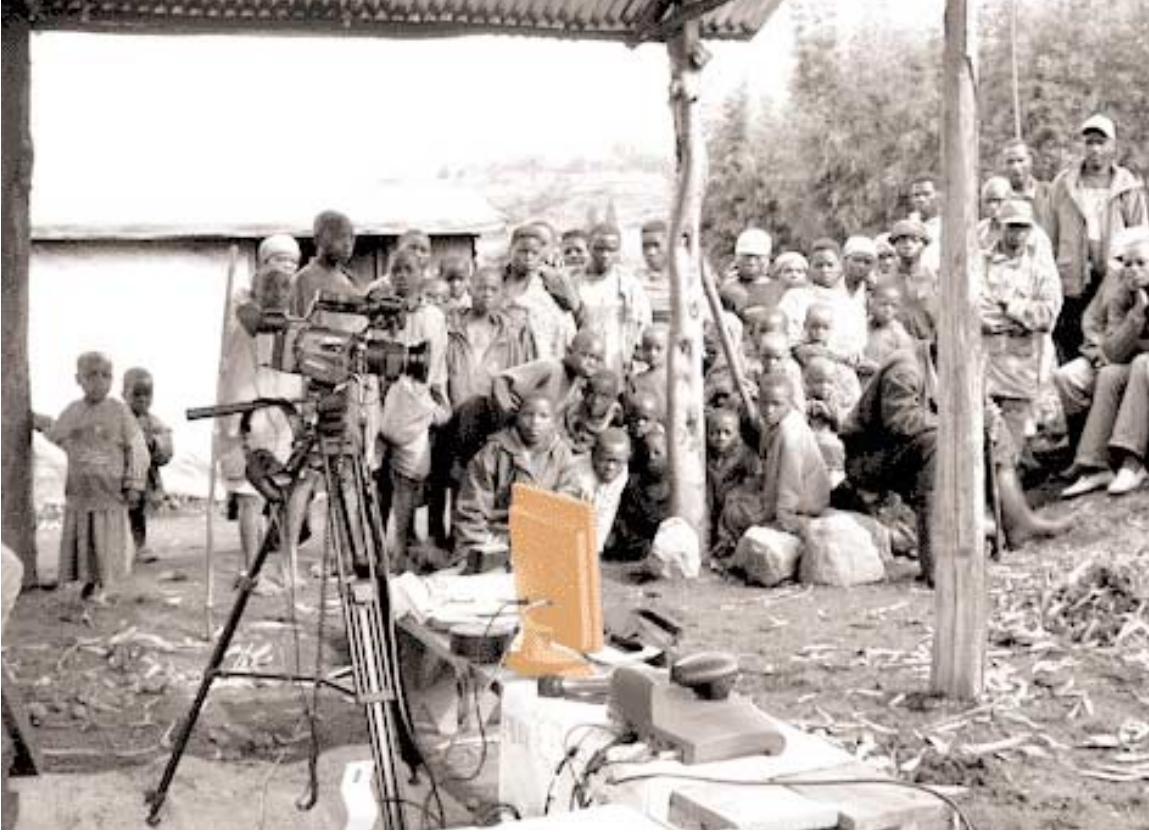
nal, para llevar a cabo nuestra misión de garantizar que se respetan los derechos humanos de todas las personas.

A efectos prácticos –y para reflejar la Estrategia Internacional para el Trabajo con Jóvenes de Amnistía Internacional– esta publicación se divide en tres capítulos. El primero, «Compromiso», examina iniciativas para llegar y conectar con la juventud de formas nuevas. El segundo capítulo, «Activismo», estudia cómo se moviliza la gente joven o cómo es movilizada alrededor de temas específicos. El tercero, «Participación», examina cómo se están incorporando personas jóvenes a la vida y el funcionamiento diario de las organizaciones. Cada capítulo se organiza alrededor de una serie de estudios de casos tomados de la experiencia de Amnistía Internacional, y del trabajo de muchas otras organizaciones e iniciativas.

Debido a que cada día surgen nuevos e innovadores proyectos para la juventud, esta publicación pronto quedará obsoleta. No obstante, les agradeceríamos que nos enviaran sus observaciones, nuevos estudios de casos y anécdotas (especialmente del Sur), de modo que podamos incluirlos en futuras publicaciones. Escríbannos a youth@amnesty.org.

Denise Searle
Directora General de Comunicaciones

1. Compromiso



Global Nomads Group: véase pág. 28

La juventud es un objetivo codiciado en el momento actual. Muchas causas sociales y ONG ven en el trabajo con jóvenes una oportunidad estratégica para crear una generación de simpatizantes (aunque débiles) «para toda la vida», en un momento en que probablemente están buscando su lugar en la sociedad y formando sus opiniones.

Sin embargo, conectar con la gente joven es algo que las ONG más establecidas y las instituciones oficiales han hecho de un modo insuficiente. Hoy en día muchas cosas –estudios, amigos, el trabajo y hasta los profesionales del marketing comercial– compiten por el dinero, la atención y especialmente el tiempo de las personas jóvenes. Muchos grupos, como los políticos, se quejan de que a la juventud simplemente no le interesa su mensaje, sin darse cuenta de que el modo en que comunican no penetra en los espacios públicos y mediáticos utilizados por la gente joven. Conectar con jóvenes requiere cambios radicales en los planteamientos y en el pensamiento de las organizaciones tradicionales.

La juventud no es usuaria de los medios de comunicación dominantes, tales como los periódicos de formato grande. En un mundo cada vez más digital, forma parte de un espacio mediático alternativo muy fragmentado formado

LA QUEJA DE MUCHOS GRUPOS ES QUE «A LA JUVENTUD SIMPLEMENTE NO LE INTERESA NUESTRO MENSAJE», SIN DARSE CUENTA DE QUE EL MODO EN QUE INTENTAN COMUNICAR APENAS PENETRA EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS Y MEDIÁTICOS UTILIZADOS POR LA GENTE JOVEN.

por revistas especializadas, Internet y contenidos diseñados para su distribución a través de dispositivos portátiles. Introducirse en este espacio significa adoptar una amplia variedad de estrategias, entre ellas explotar la forma de comunicación más antigua y de mayor éxito del mundo: la palabra hablada.

«Jamás piensen que tienen una idea de lo que las personas jóvenes consideran interesante o atractivo. Pregúntenles.»

Terri Willard, Instituto Internacional de Desarrollo Sostenible

Muchos jóvenes de hoy en día apenas tienen tiempo de comer entre las clases, el trabajo, la familia y otras obligaciones. No quieren comprometer su limitado tiempo libre. Sin embargo, les gusta que los conciertos, los eventos deportivos e incluso los viajes tengan un componente de cambio social. Algunas de las iniciativas más efectivas para conseguir su participación son las que proporcionan créditos educativos a jóvenes a cambio de la realización de un servicio comunitario, o aquellas que tienen lugar en el entorno laboral.

Conseguir la participación de la juventud no es fácil. Y hay cientos, si no miles, de organizaciones que compiten por la atención de una audiencia finita. Este capítulo pretende mostrar organizaciones que innovan constantemente en sus estrategias, creando experiencias significativas que logran un efecto real.

Incrementar los conocimientos internos en materia de juventud

¡A la gente joven le encanta que se le pregunte lo que piensa! Escuchar y entender sus preocupaciones, opiniones y necesidades es esencial para garantizar que las iniciativas para conseguir su participación adoptan los mensajes correctos y se presentan a través de los medios adecuados. Al mismo tiempo, puede resultar muy provechoso realizar un examen eficaz de lo que ya existe en el panorama juvenil y aprender de la experiencia de otros. Con ello puede evitarse la duplicación de esfuerzos y la reinención de la rueda.

Al Estados Unidos

Desarrollo de una Estrategia Nacional de Trabajo con Jóvenes

Hace aproximadamente cuatro años, la Sección Estadounidense de Amnistía Internacional (membresía, personal y junta directiva) reconoció que su planteamiento de «talla única» para toda la membresía no atendía a las necesidades ni aprovechaba el potencial de los miembros más jóvenes, que suponen hasta el 80 por ciento de los activistas de la Sección. Este reconocimiento dio lugar a la elaboración de una nueva Estrategia Nacional para el Trabajo con Jóvenes. Teniendo presente la necesidad de consultar a la propia audiencia objetivo, en octubre de 2003 se celebró una reunión de planificación a la que asistieron el Comité Nacional Asesor Universitario, otros dirigentes estudiantiles de AI, personal clave del Departamento de Movilización de la Membresía y de otros departamentos como los de Comunicaciones, Desarrollo, Defensa y Recursos Humanos, y un joven miembro de la junta directiva. En esta reunión se redactó un documento provisional con los objetivos para los próximos cinco años. Un reducido grupo entre los asistentes trabajó sobre estos objetivos y elaboró la Estrategia para Jóvenes. Un cambio clave incluido en el documento fue la distribución centralizada de material a los grupos de jóvenes locales, lo que dejaba libre al personal regional para poder proporcionar formación más amplia y organizar la asistencia a los grupos. La Estrategia Nacional para el Trabajo con Jóvenes fue utilizada posteriormente como base del componente estudiantil y juvenil del Programa del Activista de AI Estados Unidos para la movilización de miembros y activistas, que fue distribuido para consulta a toda la membresía, debatido en conferencias regionales y finalmente aprobado por la junta directiva de la Sección.

Guía Global de Movimientos Juveniles

La Guía Global de Movimientos Juveniles proporciona una instantánea del movimiento juvenil en el mundo en 2002. Encargada conjuntamente por dos organizaciones de jóvenes, TakingITGlobal y la Red Global de Acción Juvenil, la investigación documenta y clasifica las iniciativas más importantes para conseguir la participación de la gente joven. Esta sencilla fuente que puede consultarse en Internet, contiene breves introducciones a «las 7 grandes» organizaciones juveniles (incluidos YMCA y el movimiento Scout) e información sobre campamentos juveniles, organizaciones confesionales de jóvenes, sitios web, secciones juveniles de partidos políticos y campañas orientadas a la juventud.

www.youthmovements.org/guide/globalguide.htm

Buenas prácticas

- ⇒ Uno de los esfuerzos más completos para trazar el mapa del movimiento juvenil en todo el mundo.
- ⇒ Accesible al público.

Estrategia para la juventud y la infancia del Banco Mundial

En 2005, el Banco Mundial publicó un Marco de acción sobre la juventud y la infancia. Este documento hace un seguimiento de tres años de trabajo por parte del Banco, en distintos niveles, para incrementar el conocimiento, los datos y los proyectos sobre los desafíos a los que se enfrenta la juventud, así como el diálogo con jóvenes y con sus organizaciones. A comienzos del año 2003, el Banco creó una Unidad para los Niños y la Juventud en su sede central. La unidad está integrada por un reducido número de miembros del personal del banco y por personal cedido excepcionalmente por grandes ONG (como Plan International), agencias de desarrollo (entre ellas Danida y GTZ) y organizaciones juveniles bien establecidas (como el movimiento Scout). El Banco combinó un amplio proceso de consultas (incluida una gran consulta en línea en la que participaron 1.000 personas, muchas de ellas jóvenes), con varios proyectos piloto de investigación y fomento de la participación. Entre ellos, tres conferencias anuales sobre Juventud, Paz y Desarrollo, un nuevo recurso en línea del banco mundial orientado a la juventud, «YouTHINK», y un programa local reproducible titulado «Nuevas Voces», a través del cual el Banco ha distribuido 600.000 dólares estadounidenses a 30 de sus misiones residentes nacionales, para desarrollar proyectos de consultoría y reducción de la pobreza con la juventud local. Quizás el resultado más importante del proceso de desarrollo de la estrategia será la edición de la publicación emblemática del Banco, el Informe sobre el Desarrollo Mundial 2007, que se centrará sobre la juventud y llevará por título *El desarrollo y la próxima generación*. El carácter de esta publicación significa que el trabajo con jóvenes ha incrementado significativamente su importancia dentro de la organización, implicando al personal más tradicional del Banco, como son economistas e investigadores.

www.Youthink.worldbank.org

Informe sobre el Desarrollo Mundial 2007 – <http://tinyurl.com/bs8zl>

Buenas prácticas

- ⇒ Proceso de consultas en línea amplio y abierto.
- ⇒ Profesionales y jóvenes colaborando en línea y a través de reuniones locales.

Consultas con niños, niñas y jóvenes

So you want to consult with children? A toolkit of good practice

Materiales para consultar a niños y niñas, de la organización Save the Children
www.savethechildren.net/alliance/resources/childconsult_toolkit_final.pdf

Consultation toolkit

Materiales de consulta, de la iniciativa Create Scotland
www.create-scotland.co.uk/docs/reaction_toolkit.pdf

Conectar con una audiencia juvenil

Conectar con una audiencia juvenil significa aventurarse en el espacio de la juventud, en lugar de esperar a que esta venga a nosotros. Significa apelar a sus intereses. Y significa que han de ser jóvenes quienes representen a su organización, ya que están en mejor posición para ganarse la confianza y despertar el entusiasmo de sus iguales. Conectar con la juventud no supone tanto impartir información como promover el diálogo: muchas de las mejores iniciativas proporcionan una plataforma para que la gente joven pueda expresarse.

Al Canadá (de habla inglesa)

Conectar con la juventud aborígen

Mark Solomon se integró en la Sección canadiense de AI como parte del Programa juvenil de trabajo en prácticas 2003, sin ninguna experiencia de la organización pero con una gran pasión por los derechos humanos. Estaba muy implicado en la comunidad aborígen local, ya que procede de una familia de activistas aborígenes. Al Canadá puso a Solomon a trabajar con su nuevo encargado de asuntos indígenas, Craig Benjamin, justo cuando la Sección estaba organizando su trabajo respecto a los derechos de los indígenas. Solomon aportó opiniones, experiencia y conexiones dentro de la comunidad indígena vitales para el trabajo de AI. En la actualidad, Solomon forma parte del Programa de Trabajo sobre el Terreno de AI Canadá, en el que trabaja para cerrar la brecha que separa la comunidad aborígen de las organizaciones de derechos humanos. Creó un círculo tradicional de tambores, denominado el Mensajero de Medianoche, con la misión de defender los derechos humanos. En la actualidad colabora con grupos locales y de estudiantes de AI, actuando y hablando sobre los derechos humanos de los indígenas canadienses y de cómo se relacionan con abusos contra los derechos humanos cometidos en el extranjero. Su labor ha llegado al menos a 1.000 jóvenes de comunidades con gran proporción de población indígena. Recientemente fue elegido miembro de la junta directiva de la Sección canadiense de AI.



Círculo tradicional de tambores de la Sección canadiense de AI ©
Amnistía Internacional Canadá

Nigdy Wiecej

Nigdy Wiecej (Nunca Más) es una organización polaca que utiliza expresiones de la cultura juvenil, como la música y el deporte, para luchar contra el racismo y el neofascismo crecientes. Su primer proyecto clave se denominó «Música contra el Racismo», una serie de más de 100 conciertos, incluidos varios importantes festivales musicales (uno de ellos reunió a más de 300.000 jóvenes). Además de implicar a estrellas del pop locales y europeas para promocionar mensajes antirracistas, **Nigdy Wiecej** organizó mesas informativas en los festivales. Su segundo proyecto importante, denominado «Expulsemos al Racismo del Estadio» se centró en el racismo dentro del fútbol. Esta campaña ha calado en el gran público, preocupado porque la cultura del fútbol está dominada por la xenofobia. También logró sacar provecho del apoyo de las figuras del fútbol locales. Pero la organización de espectáculos es sólo uno de los aspectos del trabajo de **Nigdy Wiecej**. A través de sus actividades públicas, la organización ha reclutado una red de jóvenes voluntarios en todo el país que envían informes mensuales sobre las actividades de los grupos de extrema derecha en su comunidad, basados en su experiencia personal y en la información de los medios de comunicación locales. Este material es analizado y publicado en un sitio web y en una revista trimestral que se distribuye a miles de lectores y periodistas de los medios dominantes y que ha llamado la atención nacional e internacional sobre el historial de Polonia en materia de derechos humanos.

www.nigdywiecej.org

Buenas prácticas

⇒ Aborda el tema de los abusos contra los derechos humanos en espacios orientados a la juventud, como eventos deportivos y festivales musicales.

Rock the Vote

Rock the Vote, una iniciativa estadounidense lanzada en 1990, fue pionera en el uso de celebridades para animar a la gente joven a registrarse para votar, a través de la retransmisión de giras y conciertos en colaboración con la cadena MTV. Con el tiempo, Rock the Vote se ha adaptado a las nuevas tendencias. En las dos últimas elecciones, el esfuerzo se ha centrado igualmente en las comunidades y contenidos en línea: listas de correo electrónico, un blog, descargas de música y venta de productos en línea, encuentros y contenidos para teléfono móvil como televisión con música en vivo. Recientemente se lanzó Rap the Vote, con el objetivo de movilizar a los seguidores de la música hip-hop. Aunque sigue manteniendo su mensaje básico de «voten, por favor», Rock the Vote ha aprovechado su éxito para promover otras causas, como la oposición al reclutamiento para el servicio militar obligatorio en caso de guerra o el apoyo a la conservación de los derechos en materia de seguridad social.

www.rockthevote.org



Buenas prácticas

- ⇒ Dado que la juventud cada vez ve menos la televisión, Rock the Vote se ha movido a otros medios interactivos.
- ⇒ Reconoce la diversidad existente en la juventud y ofrece su mensaje de modos diferentes a las distintas audiencias.

Music for America

Music for America (Música por América) fue una de las numerosas iniciativas que se lanzaron con motivo de las elecciones presidenciales de 2004 en Estados Unidos. Es claramente deudora de Rock the Vote, aunque más enérgica, abiertamente partidista (mayoritariamente del lado progresista), y más participativa. Music for America anima a la juventud y a los estudiantes a organizar sus propios conciertos u otros eventos culturales en todo el país (en su centro de enseñanza, la calle o incluso una fiesta en su domicilio), a crear su propio blog público en el sitio web o a enviar a sus amistades una petición vérica por correo electrónico. Sus impulsores lo llaman política «de igual a igual».

www.musicforamerica.org



Buenas prácticas

- ⇒ Aprovecha la buena disposición de la juventud a participar en la organización y promoción de eventos.
- ⇒ El sitio web se basa en un contenido barato, convincente y creado por el usuario.

46664

46664, el número de Nelson Mandela en prisión, fue utilizado en 2003, en la Sudáfrica posterior al apartheid, para dar nombre a un concierto y una campaña destinados a incrementar la concienciación y los fondos para la fundación del ex presidente de Sudáfrica, creada para ayudar a las personas infectadas o afectadas por el VIH/Sida. El concierto siguió con bastante fidelidad el marco establecido por el evento celebrado en 1985, Live Aid: grandes músicos de diferentes épocas tocando juntos, mezclado con peticiones para donar. La particular denominación de la iniciativa (reforzada con una canción y la presencia icónica de Mandela), unos valores de producción elevados y la posibilidad innovadora de hacer donaciones en línea o simplemente marcando el número 46664, permitieron que la iniciativa tuviera una gran repercusión mundial. Además, el esfuerzo de captación de fondos del concierto se programó para aprovechar el crecimiento en las ventas de DVD personales.

www.46664.com



Nelson Mandela en el concierto 46664

© Conciertos 46664 /Fundación Nelson Mandela

puntos clave

- ⇒ Creado alrededor de la figura emblemática de Nelson Mandela y de otras celebridades.
- ⇒ Una denominación eficaz que es también el número para enviar donativos mediante SMS.

Sección Estadounidense de Amnistía Internacional

Music for Human Rights

Music for Human Rights (Música por los Derechos Humanos) es una herramienta de captación de fondos y activistas desarrollada por la Sección Estadounidense de Amnistía Internacional. Numerosas estrellas del mundo de la música que ya apoyaban a AI donaron canciones para un CD gratuito con el fin de captar nuevos miembros. Además, se creó un sitio web a todo color y con un diseño de calidad al que se accede directamente desde el sitio web de la Sección. El sitio incluye perfiles de los artistas y describe su labor de promoción de los derechos humanos y de la organización, así como enlaces para adquirir temas de los artistas en Amazon.com, una tienda en línea con la que la Sección estadounidense llegó a un acuerdo para recibir una comisión por las ventas. En 2002 y 2003, AI pidió a varios artistas que ilustraran y dedicaran la cubierta de sus monopatines, y los subastaron en eBay; en la página de Music for human Rights también aparecen fotografías de los monopatines.

Noise

Noise! Youth Culture and the Arts Festival (¡Ruido! Festival Juvenil de la Cultura y las Artes) es una iniciativa artística juvenil que tiene lugar cada dos años, financiada por el Consejo de Australia para las Artes. En lugar de utilizar las paredes de una galería, el espacio que utiliza Noise son los medios de comunicación populares, mediante acuerdos con más de 80 emisoras de radio y televisión, distribuidores cinematográficos, editoriales, revistas y sitios web. Noise expone arte no tradicional como animación, palabra hablada, fanzines, música nueva y remezclada, así como escritura creativa, fotografía e imágenes digitales. Esta iniciativa proporciona a algunos artistas pequeñas subvenciones en forma de anticipo, pero la mayor parte de las obras se presentan vía concurso. Noise conecta con éxito con las nuevas audiencias de las artes haciendo uso del espacio de los medios de comunicación populares que consume la gente joven y rompiendo las barreras entre el público y los artistas.

www.noise.net.au



puntos clave

- ⇒ Amplía el concepto propio de Internet de que «cualquiera puede hacer los medios de comunicación» a las publicaciones dominantes.
- ⇒ Proporciona un escaparate para nuevas formas de arte electrónico.

Make Some Noise

Make Some Noise (Haz ruido) es una iniciativa de Amnistía Internacional a escala mundial que capta a jóvenes a través del poder imperecedero de la «música con mensaje». El proyecto se basa en el regalo de Yoko Ono a Amnistía Internacional de los derechos de grabación del repertorio solista de John Lennon. Artistas contemporáneos como Snow Patrol, The Black Eyed Peas, Avril Lavigne y The Postal Service han grabado versiones de temas tan emblemáticos como «Power to the People» e «Imagine». Estos temas pueden descargarse en formato digital y está prevista la preparación de un álbum. El sitio web de Make Some Noise también proporciona una plataforma para documentarse sobre temas de derechos humanos, emprender acciones en la red –como participar en la petición «Un millón de rostros» de la Campaña Armas Bajo Control– y registrarse para seguir en contacto con Amnistía Internacional a través de comunicaciones por correo electrónico, periódicas y personalizadas en función del país del usuario y de sus intereses musicales. Aunque Make Some Noise es un paso más en el largo historial de proyectos musicales de la organización, –entre ellos la gira de 1988 Derechos Humanos Ya–, también es un ensayo de formas nuevas de llegar a audiencias juveniles a través de proyectos globales, mediante el empleo de nuevas tecnologías como telefonía móvil, diseño gráfico vanguardista (producido por 180 Amsterdam, una agencia publicitaria conocida por su trabajo para marcas juveniles y deportivas), y contactos con medios de comunicación especializados en jóvenes y música.

www.amnesty.org/noise

Cirque du Monde

Cirque du Monde (Circo del Mundo) es el proyecto emblemático de la sección de acción social de Cirque du Soleil, una de las compañías de circo más populares del mundo. Cirque du Monde apoya programas de artes circenses para «jóvenes en riesgo» (especialmente niños de la calle) en 34 comunidades de todo el mundo, en colaboración con organizaciones locales. Estos programas van desde el «Grupo AfroReggae» en Brasil al «Sinani African Dream Circus» en Ciudad del Cabo, Sudáfrica. Cirque du Monde también participa en alianzas globales; así, colabora con Oxfam Québec, Canadá, en una asociación en la que Oxfam proporciona voluntarios y comparte su experiencia en desarrollo a cambio de que Cirque du Soleil organice varios eventos especiales de captación de fondos para apoyar el trabajo de Oxfam con la juventud. Con ocasión de la organización del Parlamento Internacional de la Juventud de Oxfam en 2004, Cirque du Soleil reunió a treinta jóvenes de siete de sus organizaciones asociadas para realizar un taller de tres semanas de duración y una función especial conjunta en el Instituto Nacional de Arte Dramático en Sydney, Australia. El uno por ciento de los ingresos de Cirque du Soleil –aproximadamente cuatro millones de dólares estadounidenses anuales– se dedica a sus programas de acción social.

www.cirquedusoleil.com/CirqueDuSoleil/en/company/socialaction/



Jóvenes participantes en un proyecto apoyado por Cirque du Monde. © Cirque du Soleil

Buenas prácticas

- ⇒ Producto de alta calidad.
- ⇒ La comunidad proporciona una alternativa segura e interesante a la vida cotidiana.
- ⇒ Amplia variedad de alianzas.

Make Poverty History

Make Poverty History («Hacer que la pobreza sea historia», MPH) es una campaña pionera de colaboración que combina los recursos y la experiencia de la mayoría de las organizaciones benéficas y en pro del desarrollo con base en el Reino Unido. Lanzada en 2005, su misión era conseguir que los líderes mundiales cumplieren las promesas que realizaron en el pasado de incrementar significativamente las ayudas, crear reglas justas de comercio mundial y condonar la deuda de los países pobres en 2005. La campaña se organizó alrededor de tres importantes reuniones de líderes mundiales que se celebraron ese año: la Cumbre del G-8 en Edimburgo, Reino Unido, en julio; la Revisión Quinquenal de la Declaración del Milenio en septiembre, en Nueva York; y la Reunión Ministerial de la Organización Mundial del Comercio en diciembre en Hong Kong. La campaña consiguió introducirse en la conciencia pública a través de un uso innovador de los medios de comunicación dominantes. Así, en un episodio de una popular comedia británica, «The Vicar of Dibley», los protagonistas se unían a la campaña de MPH, que también contó con la participación de una gran variedad de celebridades, y, especialmente importante, la pulsera blanca que simbolizaba la campaña, que pudo verse en la muñeca del primer ministro del Reino Unido, Tony Blair, y en las de millones de personas, desde colegiales a oficinistas. La campaña también ofreció un amplio surtido de oportunidades de acción que requerían diversos grados de compromiso. Las personas deseosas de participar podían asistir a una vigilia en Londres, reunirse con motivo de la cumbre del G-8, asistir a los conciertos Live8, realizar actividades en la escuela o simplemente lucir la pulsera blanca. MPH también formó parte del Llamado Mundial a la Acción contra la Pobreza, y otros países adoptaron la consigna de «hacer que la pobreza sea historia» para sus propias campañas. La campaña ganó urgencia y validez para la conciencia pública tras la enorme solidaridad despertada por el tsunami en Asia.

www.makepovertyhistory.org
www.whiteband.org

puntos clave

- ⇒ Las ONG han sido capaces de poner en común sus recursos (alcance mundial, contactos con los medios de comunicación, apoyo de celebridades, etc.) y obtener una gran notoriedad.
- ⇒ La campaña casi se ha convertido en un distintivo de moda, con una cifra enorme de pulseras vendidas.

I-to-I

I-to-I es una agencia de viajes innovadora que aprovecha el deseo de jóvenes audaces de viajar a otros países y aprender sobre otras culturas, al tiempo que ofrecen algo a cambio a las comunidades que visitan. A medio camino entre un tour operador y una agencia de envío de voluntarios, I-to-I, en colaboración con la agencia de viajes STA Travel, asigna personas jóvenes a organizaciones que trabajan en distintas áreas: enseñanza, conservación, desarrollo comunitario, medios de comunicación, deportes, construcción, mercadotecnia, turismo y sanidad. En una iniciativa diferente, Oxfam se ha asociado con I-to-I y STA Travel para lanzar el STA Travel Trust, que proporciona subvenciones a las personas jóvenes interesadas en viajar para llevar a cabo sus propios proyectos de cambio social.

www.i-to-i.com/
www.statravel.co.uk/c_yearout/traveltrust.asp

Buenas prácticas

- ⇒ Sencilla ampliación del concepto de «paquete de vacaciones» al sector voluntario.

También de interés:

Declare Yourself (Pronúnciate), iniciativa dirigida a conseguir la participación de la juventud en las elecciones de Estados Unidos.
<http://www.declareyourself.com>

Ocho razones por las que pueden fracasar los esfuerzos para conseguir la participación de la juventud

- ⇒ Insuficiente adaptación de los adultos (por ejemplo, sería útil celebrar las reuniones en horario escolar).
- ⇒ Cuando los adultos utilizan el lenguaje propio de los mensajes de texto, pretendidamente «en la onda», el resultado puede ser ridículo.
- ⇒ Tendencia a empezar con los grupos a los que es más difícil llegar o cuya participación es más difícil de conseguir, cuando de hecho es una apuesta mucho más probable –y segura– comenzar con jóvenes predispuestos en favor de la causa, al igual que haríamos con cualquier otro segmento de edad.
- ⇒ Suponer que hacer participar a la juventud es hablar a la juventud, cuando de hecho muchas de las mejores iniciativas crean espacios para la expresión y el diálogo de la gente joven.
- ⇒ No incluir a personas jóvenes en la fase inicial cuando, en realidad, decir que vas a escuchar a la juventud es una de las mejores formas de conseguir su atención.
- ⇒ Tendencia a suponer que todas las personas jóvenes (al menos las pertenecientes a una misma área geográfica) piensan igual o que los motivan las mismas cosas.
- ⇒ No reconocer que una de las formas principales en que la gente joven busca sobresalir es a través de sus gustos musicales. Realizar un proyecto musical sin prestar demasiada atención el estilo de los artistas implicados puede no conseguir los resultados esperados.
- ⇒ Énfasis insuficiente en el paso siguiente: ahora que tienen su atención, ¿qué quieren que hagan?

Cuáles son las mejores formas de conseguir la participación de la juventud según jóvenes miembros de AI

(en orden de más atractivo a menos atractivo)

1. Educación en derechos humanos a largo plazo
2. Festivales musicales o conciertos
3. Programas de fomento de la participación en escuelas y universidades
4. Televisión
5. Apoyo de celebridades
7. Anuncios en el cine
8. Reuniones internacionales de jóvenes
9. Manifestaciones públicas
10. Boletines/revistas/medios para jóvenes
11. Amigos y familiares
12. Internet
13. Festivales en la comunidad
14. Reuniones y foros
15. Campañas a pie de calle / cara a cara
16. Radio
17. Deportes
18. Teatro
19. Grupos religiosos
20. Periódicos
21. Lugar de trabajo
22. Foros sociales (por ejemplo, el Foro Social Mundial)

Creación de materiales atractivos

La juventud de hoy en día es muy consciente de las marcas, acostumbrada como está a ser bombardeada con mensajes estimulantes o persuasivos de gran cantidad de empresas y organizaciones. Ello ha dado lugar a un movimiento antimarcas, especialmente visible en el Norte, donde muchos jóvenes consumidores se han hecho inmunes a la mercadotecnia tradicional. Las empresas ahora están recurriendo a las herramientas de comunicación propias de la juventud –Internet, películas y telefonía móvil– para conseguir su atención. Así pues, las ONG y las causas sociales deben utilizar los mismos medios y ser mucho más hábiles al hacerlo para que la gente joven repare en ellas.

Revisión de la imagen de AI Reino Unido

Con la intención de obtener un crecimiento significativo y llegar a nuevas audiencias, en 2003 AI Reino Unido se embarcó en un importante proceso de renovación de la imagen en colaboración con una agencia de publicidad británica. Una de las razones principales para el cambio fue la inquietud causada por que la organización no estaba llegando a las personas menores de 40 años (con la excepción de aquellas en el sistema de educación oficial). Tras una serie de investigaciones y pruebas cualitativas internas y externas, entre los problemas de imagen identificados se incluían la falta de visibilidad fuera de los medios «serios», la excesiva complejidad y el hincapié excesivo en la «mente» a la hora de comunicar (razones, políticas, normas del derecho internacional) en detrimento del «corazón» (historias reales, actos reales de coraje, personas reales ayudando a otras personas). La nueva política de marca, lanzada progresivamente a lo largo de 2005, modificó la imagen de AI Reino Unido. Una nueva consigna, «Proteger al ser humano», destaca la visión última de AI (proteger a la humanidad)

sobre los métodos que emplea, tales como el establecimiento de normas jurídicas internacionales. La idea clave es destacar el componente humano en los derechos humanos. En todos los materiales se introdujeron colores brillantes para distanciarse de la antigua imagen de AI Reino Unido, intelectual y ligeramente intimidatoria. La nueva imagen ha llegado a las oficinas de la Sección, en cuya recepción fotografías de grandes dimensiones de personas reales y sus historias dan la bienvenida al visitante. Los nuevos materiales también se están enviando a todos los grupos locales y de estudiantes de manera que proyecten una identidad coherente, y se presentaron en octubre de 2005 durante una semana dedicada a «Proteger al ser humano», a través de actos públicos, discursos, ardid publicitarios, presencia en los medios y marketing vírico con el fin de incrementar la comprensión del trabajo del AI por parte del público.



Nueva imagen de la Sección Británica de AI
© Amnistía Internacional Reino Unido

Adbusters

Adbusters se describe a sí misma como una «red global de artistas, activistas, escritores, bromistas, estudiantes, educadores y empresarios que quieren promover el nuevo movimiento social de activistas de la era de la información». La táctica clave de Adbusters es lo que ellos denominan «culturejamming», es decir, utilizar las mismas técnicas de publicidad y marketing que utilizan las grandes empresas para promocionar sus productos –y, desde luego, hacer adaptaciones o «jamming» de anuncios existentes–, para destacar problemas como la concentración de medios de comunicación, el consumismo y el poder empresarial. Los principales proyectos de Adbusters son su revista, con una tirada de 100.000 ejemplares, una lista de correo electrónico de 75.000 miembros, redes de activistas específicamente urbanas denominadas «Jammer Groups» (su propio término para los encuentros organizados a través de Internet) y la Fundación Adbusters Media, que compra espacio televisivo para emitir anuncios publicitarios producidos por miembros del público.

www.adbusters.org



Buenas prácticas

- ⇒ Utiliza y subvierte la cultura y la publicidad dominantes.
- ⇒ Permanece cerca de su comunidad; todo el mundo puede colaborar.

Chat the Planet

Chat the Planet es una serie de televisión creada por la productora NextNext Entertainment, con base en Nueva York, y que se ha emitido en diversos canales de todo el mundo. Chat the Planet conecta a jóvenes de países como Sudáfrica, Estados Unidos, Jordania, Irak y Australia vía satélite, y éstos conversan y expresan sus opiniones sobre temas importantes como el racismo, el activismo y la inmigración. Quizás los episodios más interesantes fueron tres especiales sobre la guerra en Irak, que conectaron a jóvenes de Nueva York y Bagdad. Aunque de índole experimental, y con un elevado coste de producción, Chat the Planet demuestra que las conexiones en directo entre jóvenes que hablan sobre temas serios puede hacer atractiva la televisión dominante. El programa se benefició de una edición de gran calidad, incorporaba música contemporánea y contaba con el complemento de un sitio web que permitía a los participantes continuar con la conversación a través de grupos de debate y encuentros físicos organizados en línea.

www.chatthepplanet.org



Jóvenes en Nueva York y Bagdad, conectados vía satélite
© NextNext Entertainment

puntos clave

- ⇒ Un producto televisivo inusual, donde se ve a jóvenes expresando opiniones inteligentes y valiosas.
- ⇒ Una edición dinámica y de ritmo veloz, con presentadores estilo MTV, música contemporánea y rápidos cambios de escena.

Generation Why

Generation Why es la «marca juvenil» de Oxfam Gran Bretaña. Dada la imagen conservadora que Oxfam tiene en el Reino Unido, se decidió que la organización benéfica necesitaba una identidad distinta, más juvenil, con el fin de atraer a la juventud. El sitio web de Generation Why, que reproduce gran parte del contenido del sitio principal de Oxfam, tiene un diseño colorista (inspirado en la animación japonesa) y una estructura de navegación simple. El sitio incluye una importante sección de «issues» (Problemas), con información clara e interesante sobre los temas principales en los que trabaja Oxfam, además de oportunidades para emprender acciones electrónicas. En la parte inferior de cada página, la sección denominada «jargon buster» (Descifrar la jerga) proporciona las definiciones de los términos complejos utilizados. Un calendario de eventos incluye información sobre festivales musicales, eventos políticos, días internacionales y programas de formación organizados por Oxfam o en los que participa la ONG. Una página titulada «Do something» (Haz algo) expone diversos modos en que la gente joven puede apoyar a Oxfam organizando eventos para captar fondos, colaborando de forma voluntaria en las tiendas de Oxfam, donando viejos teléfonos móviles o haciendo donativos, mientras que una tienda en línea ofrece material promocional y productos de comercio justo.



www.oxfam.org.uk/generationwhy

Buenas prácticas

- ⇒ Vincula la organización Oxfam con emprender acciones efectivas con otras cosas que la juventud puede percibir como divertidas, como los festivales musicales.
- ⇒ Escrito en un lenguaje juvenil.

YouthNoise

YouthNoise es un sitio web popular centrado en Estados Unidos y diseñado para animar a la juventud a implicarse en su comunidad, pensar críticamente y documentarse sobre temas importantes. Utiliza las técnicas de los nuevos medios de comunicación y revistas comerciales orientados a la gente joven (como Bolt.com, Seventeen o TeenPeople). Inicialmente desarrollada por Save the Children USA, con un presupuesto relativamente grande en la época de la «burbuja punto-com», se pensaba que YouthNoise se convertiría rápidamente en una unidad autónoma autosuficiente, pero tardó tres años en ser totalmente independiente. YouthNoise ganó fuerza después del 11 de septiembre, cuando el presidente Bush animó a la juventud a visitar el sitio para encontrar oportunidades de voluntariado y captación de fondos para las familias de las víctimas. El diseño del sitio web de YouthNoise utiliza colores primarios brillantes y una animación sencilla y está lleno de información sobre la labor benéfica de las celebridades. También utiliza eslóganes con gancho: «The Sound of Change for Our Generation» (El sonido del cambio para nuestra generación) fue sustituido recientemente por «Your World. Your Noise» (Tu mundo. Tu sonido). Cada semana YouthNoise adopta un tema destacado e incluye hojas informativas de lectura rápida, grupos de debate en línea bien moderados, un concurso, encuestas y una sección donde se pueden redactar correos electrónicos dirigidos a miembros del Congreso.

www.youthnoise.com

Buenas prácticas

- ⇒ Consigue afluencia de visitantes a través de asociaciones con revistas para adolescentes y otros recursos en la red.
- ⇒ Los temas que se tratan en el sitio se eligen entre los asuntos que los miembros están debatiendo en grupos bien moderados.
- ⇒ Una simple «llamada a la acción» semanal.

Create change

Create change (Crear un cambio) es una colaboración del Secretariado Internacional de AI con un colectivo de jóvenes artistas en el diseño de webs. El equipo web del Secretariado Internacional (SI) contactó con el Colectivo UHC, un grupo de jóvenes artistas y diseñadores gráficos con base en Manchester, Reino Unido, que anteriormente había ocupado los titulares de los medios nacionales al crear en Manchester una réplica a tamaño natural y plenamente operativa del Campo X-Ray de la Bahía de Guantánamo. En principio, el equipo web del SI pidió a UHC que diseñase un juego de postales electrónicas para utilizar en el sitio amnesty.org; la idea era ensayar esta colaboración en un proyecto muy específico, con la esperanza de que ello pudiera llevar a futuras colaboraciones. El debate preliminar del encargo dio como resultado un planteamiento interesante: las dos partes organizaron un taller con jóvenes artistas, de dentro y fuera del colectivo. Además, se pidió a los artistas que desarrollasen sus obras como respuestas individuales al trabajo de AI en lugar de como comunicaciones oficiales de su mensaje. Este enfoque añade un punto de interés a los productos terminados: merecen atención no sólo por lo que son, sino también por el proceso mediante el que fueron creados y, de ese modo, tienen el potencial de ser utilizados como parte de exposiciones y muestras, tanto en línea como reales.

www.amnesty.org/createchange



Siete razones por las que la imagen de muchas ONG importantes no atrae a la juventud

- ⇒ Uso de siglas que suenan igual y que no significan nada para los de fuera.
- ⇒ Colaboraciones con celebridades que sólo son valoradas por las personas ya adeptas, en lugar de atraer a audiencias más amplias. Conseguir el apoyo de una celebridad lleva tiempo, mientras que las modas en la música y la cultura juvenil cambian rápidamente.
- ⇒ Dificultad para diferenciar entre las distintas organizaciones benéficas en un espacio saturado; muchas utilizan los mismos «colores benéficos», como azules y verdes.
- ⇒ Escasa presencia de la organización y de su imagen de marca fuera de los medios de comunicación serios, que no son apenas leídos por las audiencias jóvenes.
- ⇒ Incapacidad para comunicar de un modo simple la misión de la organización, con una tendencia a centrarse en métodos complicados o poco atractivos en lugar de en la visión para el cambio.
- ⇒ Presencia pública (fuera de los medios informativos) dominada por premisas «trasnochadas», por ejemplo, optar por las tiendas de segunda mano, en lugar de por marcas o productos de moda.
- ⇒ Se consideran grandes y burocratizadas, desconectadas del activismo de base, donde con frecuencia se produce la verdadera acción.

También de interés:

Stand

Una de las iniciativas antitabaco más sobresalientes para jóvenes.

www.standonline.org

Youthink

Sitio informativo para jóvenes creado por el departamento de marketing del Banco Mundial.

youthink.worldbank.org

Vibewire.net

Red australiana de medios de comunicación juvenil con una impresionante red de colaboradores voluntarios.

www.vibewire.net

Animafac

Organización estudiantil francesa que, entre (muchas) otras cosas, desarrolla potentes campañas sobre temas de salud.

www.animafac.net

Shine

Impresionante iniciativa para prevenir la violencia juvenil con un sitio potente y numerosas asociaciones con medios de comunicación dominantes.

www.shine.com

Global Action Project

Grupo con base en Nueva York que apoya a la juventud de todo el mundo creando impactantes documentales para televisión sobre temas de derechos humanos.

www.global-action.org/

Youth Red Cross Content Committee

Grupo de jóvenes voluntarios en Estados Unidos que desarrollan contenido orientado a la juventud para el sitio web de la Cruz Roja.

www.redcross.org/news/yo/other/030731youthbios.html

Sitios web de Secciones de AI

AI tiene una gran variedad de sitios web orientados a la juventud y subpáginas en los sitios oficiales de la organización en todo el mundo.

La ejemplar página para jóvenes de AI Dinamarca [www.amnesty-youth.dk] tiene un espectacular diseño en negro y rojo e incluye una lista exhaustiva de grupos locales de jóvenes y estudiantes, un calendario de eventos, un apartado «Info Bank» con artículos sobre los principales temas de interés para AI, postales electrónicas, información sobre programas para jóvenes, logros recientes e información de contacto de la Sección Danesa. Al parecer, el elemento que menos éxito ha tenido dentro del sitio es el grupo de debate en línea, que sólo ha recibido unos pocos mensajes.

AI Canadá (de habla inglesa) contrató a una persona para que rediseñase el componente juvenil de su sitio web oficial [www.amnesty.ca/youth]. El sitio incluye gran cantidad de materiales que anteriormente sólo estaban disponibles en formato impreso, tales como un formulario de inscripción en un grupo de jóvenes, un calendario de eventos y una carpeta exhaustiva de materiales para ayudar a la gente joven a emprender acciones.

El sitio web para jóvenes de la Sección estadounidense de Amnistía Internacional [www.amnestyusa.org/youth] está integrado en el diseño del sitio oficial de la Sección, y los enlaces a él están marcados de modo visible. Contiene gran cantidad de información de interés para los estudiantes miembros de AI, tales como oportunidades para participar en la Reunión General Anual o el Youth Activist Kollege, una completa base de datos de grupos de jóvenes y estudiantes con enlaces a sus sitios web y una guía para crear su propio grupo juvenil. Un rasgo significativo de la «Semana Nacional de Acción Estudiantil» es que incluye un blog de noticias, una guía para organizar eventos, un extenso calendario interactivo de actos, ideas y trucos para el activismo, y resúmenes de datos y estadísticas. De mayor interés para los no miembros es el «centro de acción en línea», donde las personas pueden enviar correos electrónicos a los políticos, y el subsitio Music for Human Rights (véase *supra*).

AI Países Bajos, AI Irlanda y AI Bélgica (de habla francesa) han creado «Youth Watch» [www.youthwatch.amnesty.org/], una comunidad en línea para jóvenes. El sitio actual se creó tras el éxito de un proyecto piloto en el que escuelas neerlandesas se comunicaron con estudiantes de Sierra Leona para intercambiar cartas, postales y dibujos. El objetivo del programa es facilitar el diálogo intercultural y establecer contactos duraderos en torno a temas de derechos humanos. El sitio permite cargar cartas y artículos y establecer relaciones de hermandad con otras escuelas, y contiene información sobre algunas campañas de AI, así como una guía para educadores.



Otras Secciones con contenido específico para jóvenes en la red:

AI Suiza – www.amnesty.ch/Youth/

AI Bélgica (de habla francesa) – www.amnestyinternational.be/index.php3

AI Bélgica (de habla flamenca) – www.aivl.be/index.cfm?PageID=9

AI Francia – www.amnesty.asso.fr/05_amnesty/55_france/554/554_coord_jeunes2.htm

AI Reino Unido – www.amnesty.org.uk/education/youthandstudent

Nueve razones por las que los sitios web para jóvenes pueden no cumplir las expectativas

- ⇒ La tarea de construir el sitio web para jóvenes se asigna al coordinador del Trabajo con Jóvenes, aunque no tenga conocimientos de diseño gráfico o construcción de páginas web.
- ⇒ Los contenidos se ofrecen en un estilo que no ha sido elegido pensando en la gente joven, o que es demasiado simplificado y la subestima.
- ⇒ No se tiene en cuenta que los sitios web requieren un mantenimiento constante, incluida la renovación de los contenidos, para lograr que los usuarios visiten el sitio regularmente, así como una moderación constante de los debates para que los usuarios participen y los menores estén protegidos.
- ⇒ No se genera contenido fácil, por ejemplo, publicando contenidos ya distribuidos por la organización en otros formatos, permitiendo la edición de contenido creado por el usuario o celebrando competiciones de contenidos.
- ⇒ No se promociona el sitio web, en la creencia de que basta con crearlo para que acudan a visitarlo.
- ⇒ Innecesaria reutilización para otros propósitos o duplicación de contenidos que ya están disponibles en el sitio web oficial de la organización; la gente joven reaccionará en contra si se la trata con condescendencia y no se le ofrece ningún valor añadido.
- ⇒ No ser el mejor sitio web de su categoría; la duplicación del esfuerzo no añade valor.
- ⇒ Falta de capacidad técnica interna para mantener el sitio a medida que la tecnología se desarrolla y cambia o a medida que el sitio gana popularidad y la capacidad del alojamiento web deviene insuficiente.
- ⇒ Falta de apoyo lingüístico para las audiencias a las que se dirige. La red es global y debería estar disponible en las lenguas básicas del mundo.

Materiales para que la gente joven cree sus propios medios de comunicación

Media Toolkit for Youth (Media Awareness Network)

Materiales para jóvenes, de Media Awareness Network, en inglés y en francés.
www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/toolkit/index.cfm

The Groovy Little Youth Media Sourcebook

Con consejos, ideas, métodos y actividades que han servido a los miembros de Listen Up! Youth Media Network para realizar sus programas
www.listenup.org/resources

Educación en Derechos Humanos

A través de la educación de la juventud se puede conseguir un cambio de actitud a largo plazo en la sociedad. Si esa educación tiene lugar dentro de los sistemas de enseñanza existentes, puede sacar provecho de una audiencia cautiva. Si se hace bien, proporciona a las personas jóvenes una comprensión temprana de las fuerzas complejas que intervienen en la sociedad. Con frecuencia los profesores están dispuestos a ofrecer su apoyo a cambio de buenas ideas y materiales para confeccionar su programación escolar, y muchas ONG han establecido con éxito importantes programas de educación en derechos humanos. Algunos incluso ofrecen sus propias calificaciones acreditadas. Pero la Educación en Derechos Humanos no es tan sencilla, todavía se topa con la resistencia de quienes la perciben como política, y también tiene que afrontar el reto de adaptarse a los distintos programas educativos locales.

Vídeo de Al Reino Unido: «Small window»

A comienzos de la década de los noventa, Al Reino Unido produjo el vídeo titulado «Small Window» (Pequeña ventana), diseñado para ofrecer a los estudiantes de entre 14 y 18 años una introducción a la organización y su trabajo. El vídeo muestra, por ejemplo, la difícil situación de los niños de la calle en Brasil, la represión china en los monasterios tibetanos, así como historias sobre refugiados. Combina con éxito material filmado, entrevistas con ex presos de conciencia y perfiles de jóvenes activistas de Amnistía Internacional en el Reino Unido. Transcurridos 15 años desde de su lanzamiento, el vídeo sigue mostrando el valor y la importancia del trabajo de AI. La Sección Británica está estudiando desarrollar nuevos productos similares teniendo en cuenta acontecimientos actuales.

Canada World Youth

Canada World Youth (CWY) fue establecida en 1971 con apoyo del gobierno canadiense. Su misión es dirigir programas de intercambio internacionales para fomentar el aprendizaje a través de la experiencia. Pero así como otros programas como Rotary o AFS se centran en el intercambio cultural, Canada World Youth incluye un componente práctico de servicio voluntario, donde gente joven participa en proyectos de desarrollo local y estudia las relaciones entre los problemas locales y los desafíos globales. Activa en unos 25 países con 400 colocaciones al año, el trabajo de Canada World Youth se centra actualmente en África, VIH/Sida, desarrollo rural y el uso de la tecnología de la información para el desarrollo y los derechos humanos. Como ejemplo de uno de sus diversos proyectos de intercambio y colaboración, CWY ha establecido una asociación con la organización Journalists for Human Rights (Periodistas por los Derechos Humanos) con base en Toronto, en la que 36 jóvenes y dinámicos periodistas de Benín, Canadá y Senegal participan en un programa de formación e intercambio cultural de seis meses de duración. Los jóvenes periodistas trabajan juntos para informar sobre temas de derechos humanos en los dos continentes.

www.cwy-jcm.org/
www.jhr.ca



Participantes en un proyecto de periodismo de Journalists for Human Rights en África Occidental
© Journalists for Human Rights

Buenas prácticas

⇒ Permite un aprendizaje eminentemente práctico y empírico.

iEARN

iEARN (o Red Internacional de Educación y Recursos) es la red sin ánimo de lucro más grande del mundo que facilita el uso de Internet para crear conexiones globales y emprender proyectos conjuntos entre escuelas. Los proyectos (en su mayoría basados en el correo electrónico) se centran en temas como el trabajo infantil, los menores soldados, la corrupción, el respeto y los refugiados. Es una red muy descentralizada, en la que el desarrollo y la gestión de nuevos proyectos de colaboración corren a cargo mayoritariamente de los docentes participantes, que se han organizado voluntariamente en redes de apoyo y desarrollo profesional a escala nacional. La conferencia anual de iEARN, principal evento en línea sobre educación en derechos humanos y desarrollo, se celebra en un país diferente cada año. iEARN se desarrolló a partir de los diálogos telefónicos entre escuelas de la Unión Soviética y Estados Unidos a finales de la década de los ochenta. Recibe apoyo principalmente de fundaciones filantrópicas, tales como el Instituto Sociedad Abierta, para sus sistemas básicos de tecnología y fomento de la participación.

www.iearn.org



puntos clave

- ⇒ La descentralización ha permitido a la red crear un gran número de actividades educativas.
- ⇒ La descentralización también ha permitido la incorporación de nuevas tecnologías acordes con los diversos grados de capacidad de los grupos locales.

Global Nomads Group

Global Nomads Group (GNG) es una organización sin ánimo de lucro con base en Nueva York que promueve la cooperación y el entendimiento internacional a través de conexiones mediante videoconferencia entre escuelas (y ocasionalmente otros grupos de jóvenes) en Estados Unidos y en otros lugares. Las emisiones están disponibles en Internet para ser vistas por otras escuelas. Inmediatamente después del 11 de septiembre, GNG acogió tres foros que conectaron a jóvenes de seis ciudades estadounidenses con jóvenes en Australia, India, Jordania, Pakistán, Filipinas, Sri Lanka y Suiza, para debatir el efecto de los ataques y hablar sobre la experiencia de otras naciones en materia de terrorismo. Otras videoconferencias que han servido para empoderar a la juventud han conectado a jóvenes indígenas con la Cumbre de los Pueblos Indígenas de las Américas, explorado el conflicto palestino-israelí, conectado a jóvenes de Bagdad, Irak y Nueva York antes y después de la guerra de Irak (lo que dio lugar a un especial de 30 minutos en la cadena de televisión PBS), permitido el diálogo con jóvenes de Ruanda en el décimo aniversario del genocidio, y una emisión desde un campo de refugiados sudaneses en la remota región fronteriza del este de Chad. El sitio web de GNG incluye material de apoyo para elaborar una programación. GNG cuenta con el apoyo de la empresa líder mundial en sistemas de videoconferencia, Polycom, y de la Family Foundation de Jeff Bezos, el fundador de Amazon.com.

www.gng.org



Conferencia desde Chad. © Global Nomads Group

Buenas prácticas

- ⇒ Ofrece programación relacionada con temas de actualidad.
- ⇒ Las videoconferencias permiten una experiencia virtual de otras culturas, problemas y crisis globales, sin necesidad de viajar.
- ⇒ Permite que entre los estudiantes y el «material» que están estudiando se cree un vínculo personal.

NewzCrew

NewzCrew es un proyecto de Global Kids, una organización también con base en Nueva York muy conocida por sus proyectos prácticos con jóvenes de los barrios más desfavorecidos de la ciudad, a quienes implica en proyectos de liderazgo con sabor internacional. NewzCrew es un sitio web dinámico desarrollado en colaboración con el noticiero nocturno de la PBS, «The News Hour», con Jim Lehrer. El sitio web incluye planes de lecciones sobre problemas de la actualidad nacional e internacional, realizados por docentes, además de debates centrados y dirigidos en línea conocidos como «círculos de aprendizaje», para estudiantes. La labor de moderación de los debates corre a cargo de jóvenes voluntarios de Global Kids, que reciben una amplia formación. El sitio web es una continuación de un recurso similar de debate en línea denominado «EA9/11» o «Everything After 9/11» (Todo después del 11-S).

www.newzcrew.org

Buenas prácticas

- ⇒ La juventud participa en el desarrollo del sitio web.
- ⇒ El sitio trata temas de los que se ocupan actualmente los medios de comunicación.

Global Child Rights & Peer Education

Global Child Rights & Peer Education (Derechos Globales del Niño y Educación entre iguales) es un programa homologado a escala nacional, creado por la organización Save the Children UK, que enseña técnicas a jóvenes para que éstos instruyan a otros jóvenes sobre sus derechos y sobre problemas clave mundiales. Esta titulación lleva funcionando desde 2003 y más de 30 jóvenes han completado el programa. La colaboración con agencias locales (tanto oficiales como voluntarias) para facilitar la participación de un grupo diverso de jóvenes, ha permitido que los educadores pertenezcan a las comunidades en las que desean trabajar. La cualificación se obtiene mediante una serie de sesiones intensivas de formación práctica en internado, en las que los participantes adquieren técnicas y conocimientos básicos. Entre los módulos de que consta el programa se encuentran los siguientes: Trabajo de campaña, Pobreza, Solicitantes de asilo y refugiados y Técnicas de presentación.

www.savethechildren.org.uk

Buenas prácticas

- ⇒ Proporciona a jóvenes un título oficial.

También de interés:

Red global de educación en derechos humanos

Red internacional de expertos en educación en derechos humanos que comparten recursos y promueven la EDH.

www.hrea.org

NoWarZone

Sitio web que conecta a jóvenes de escuelas de Canadá con jóvenes de zonas en conflicto; es un proyecto de la organización War Child Canada.

www.nowarzone.com

«El aprendizaje por medio de la experiencia cala profundamente en la persona, y si ese aprendizaje toca una fibra emocional, la lección no se olvidará.»

Abby Falik, directora de Programas, Global Citizen Corps, NetAid

Concurso anual de creación juvenil de AI Países Bajos

Todos los años, AI Países Bajos organiza un concurso para que los estudiantes desarrollen materiales creativos que muestren solidaridad con un grupo de derechos humanos que esté llevando a cabo su labor en otra parte del mundo. Por ejemplo, un año se pidió a los estudiantes que diseñasen una camiseta que la Sección Peruana de AI pudiera llevar en una maratón nacional por los derechos humanos. En 2004 se pidió a los estudiantes que dibujasen una historieta destacando el problema de la violencia contra las mujeres, que pudiese distribuirse a la juventud en Colombia. Marcela Feras, activista de derechos humanos colombiana, fue invitada a los Países Bajos y visitó las escuelas participantes. En el programa están incluidas todas las escuelas neerlandesas en colaboración con la productora neerlandesa de programas de radio y televisión NRCV, con un paquete informativo que incluye carteles y lecciones sobre el tema del concurso. AI Países Bajos está muy satisfecha por el éxito de un programa que lleva la acción más allá de la redacción de cartas y peticiones, pero afirma que desarrollar ideas creativas y asociaciones nuevas cada año es un reto.

Cinco desafíos a los que se enfrentan las iniciativas de Educación en Derechos Humanos

- ⇒ Falta de comprensión de lo que es la Educación en Derechos Humanos, por ejemplo, en qué se parece y en qué se diferencia de otros estudios sociales como la Educación para el Desarrollo, la Educación Cívica o la Educación para la Paz.
- ⇒ Considerada como demasiado política por algunos administradores, especialmente en escuelas muy conservadoras o en países donde la libertad de expresión es limitada.
- ⇒ Los profesores no tienen tiempo suficiente para preparar el tipo de lecciones dinámicas que exige la Educación en Derechos Humanos, o para asistir a cursos de formación profesional sobre enfoques innovadores para impartir esta materia.
- ⇒ No hay tiempo suficiente en la jornada lectiva para integrar la Educación en Derechos humanos en la programación básica, especialmente cuando tiene que competir con otro tipo de trabajo extracurricular.
- ⇒ El coste significativo de desarrollar materiales lectivos que satisfagan las necesidades locales y de la programación a escala nacional.

Materiales para incluir a jóvenes en el diseño y la impartición de la Educación en Derechos Humanos

Youth Voice: A guide for Engaging Youth in Leadership and Decision-making in service learning programmes (Points of Light Foundation)

Una guía para implicar a jóvenes en el liderazgo y la toma de decisiones mediante programas combinados de aprendizaje y servicio a la comunidad. Publicada por Points of Light Foundation.

www.kidsforcommunity.org/pdf/tools/youthguide.pdf

Educación en Derechos Humanos (AI Estados Unidos)

www.amnestyusa.org/education/index.html

Colaboración, coaliciones y comunicaciones

Muchos de los programas mejores y más innovadores –los que consiguen mayores niveles de participación– están dirigidos por los propios jóvenes. Para las organizaciones grandes que desarrollan sus propios programas juveniles resulta efectivo centrarse en conectar y dotar de recursos a los grupos juveniles locales de base que ya existen. Y la juventud local puede encontrar más fácil innovar en el micronivel, sin las limitaciones que impone la burocracia de las ONG. Las organizaciones grandes pueden añadir, lógicamente, mucho más valor en términos de plataformas de comunicaciones, recursos, difusión de conocimientos, continuidad y conexiones con las principales iniciativas y partes interesadas.

TakingITGlobal

TakingITGlobal es una red juvenil internacional, centrada en TakingITGlobal.org, un sitio muy popular entre gente joven interesada en temas globales, con más de 400.000 visitantes al mes. Desarrollada por jóvenes (los fundadores eran todos adolescentes cuando se inauguró), la infraestructura de TakingITGlobal ha crecido para dar servicio a su membresía, crear contenido en línea atractivo y gestionar asociaciones y proyectos especiales; en la actualidad, en su oficina central de Toronto, Canadá, trabajan más de 25 personas, y en el resto del mundo hay 12 más. El sitio web incluye información sobre problemas clave, grupos de debate en línea, blogs, una revista en línea realizada por los usuarios, una galería global de obras de arte,



bases de datos de oportunidades, proyectos, eventos y acciones, así como perfiles individuales de sus más de 100.000 miembros. Más del 50 por ciento de los usuarios de TakingITGlobal están en países en vías de desarrollo, y el número de miembros crece sobre todo gracias al boca a boca, la promoción por parte de grupos de jóvenes y de organizaciones y agencias que colaboran con las Naciones Unidas, y la publicidad selectiva en Google.

www.takingitglobal.org

Buenas prácticas

- ⇒ Dirigida por jóvenes.
- ⇒ Satisface a jóvenes generalistas, interesados en una amplia variedad de temas.
- ⇒ Se organiza alrededor de una comunidad en línea, prescindiendo de procesos burocráticos.

Campamento Juvenil Intercontinental del Foro Social Mundial

El Campamento Juvenil Intercontinental del Foro Social Mundial es un evento de una semana de duración dentro del Foro Social Mundial, principal acto de convergencia de la sociedad civil creado originalmente como respuesta de los países en desarrollo al Foro Económico Mundial de Davos. El Campamento Juvenil se celebra cada año a gran escala; en 2003 participaron más de 25.000 jóvenes. El espacio de acampada se organiza alrededor de siete «centros de acción» que trabajan sobre distintos temas políticos: resistencia cultural, salud y cultura, comunicación y conocimiento libre, movimientos sociales y estudiantiles, derechos humanos y diversidad sexual, medio ambiente, lucha global y acción directa. Una de las prioridades del campamento es facilitar la colaboración entre distintos países y organizaciones; para ayudar al desarrollo de las nuevas asociaciones existen talleres y facilitadores voluntarios. El campamento también cuenta con una «biblioteca» compartida con miles de libros donados a lo largo de los años.

www.acampamentofsm.org/

Buenas prácticas

- ⇒ Participación abierta.
- ⇒ Vinculado a un evento más amplio.
- ⇒ Tamaño y alcance; todos los asistentes encuentran al menos algo de su interés.

Parlamento Internacional de la Juventud de Oxfam

El Parlamento Internacional de la Juventud de Oxfam reúne a 350 jóvenes una vez cada cuatro años, y proporciona una red de apoyo global para ayudar a los delegados a poner en práctica sus propios proyectos de cambio social y desarrollo cuando vuelven a sus lugares de origen. Aunque fue concebido y llevado a la práctica por Oxfam Australia, oficialmente es un proyecto internacional de la familia Oxfam. Los participantes en el evento tienen orígenes diversos: hay quienes dirigen su propia organización, así como activistas de organizaciones grandes como People and Planet o AI, además de afiliados locales de Oxfam. El énfasis no se pone simplemente en intercambiar opiniones y escribir declaraciones, sino en aprender técnicas, desarrollar proyectos personales y fomentar la colaboración. Los delegados han recibido más de 150.000 dólares australianos en forma de minisubvenciones a través de un proceso de concurso. El Parlamento Internacional de la Juventud de Oxfam también ha desarrollado sus propias campañas (véase «Highly Affected, Rarely Considered», pág. 41), y hace especial hincapié en el activismo cultural (incluida una colaboración con el Cirque du Soleil, véase *supra*). Existen planes para que la tercera sesión del Parlamento se celebre en Australia en 2007.

www.iyp.oxfam.org



Los Socios para la Acción del Parlamento Internacional de la Juventud se reúnen en Sydney, Australia. © Oxfam Australia

Buenas prácticas

- ⇒ No es sólo un evento, sino un programa continuo, con minisubvenciones para apoyar la acción.
- ⇒ Intensa labor de facilitación y agenda bien estructurada.
- ⇒ Diversidad de delegados, incluidos actores culturales.

Alianza de la Juventud Africana (AYA)

Alianza de la Juventud Africana (AYA, por sus siglas en inglés). Con el objeto de reducir la incidencia del VIH/Sida y despertar la conciencia de la juventud acerca de la salud sexual y reproductiva, la Alianza de la Juventud Africana es una de las iniciativas de participación juvenil más importantes que se han lanzado nunca. Con una subvención de 57 millones de dólares estadounidenses en cinco años, donada por la Fundación Bill y Melinda Gates, AYA es una alianza eficaz dirigida por el Fondo de Población de las Naciones Unidas y dos ONG independientes. Tiene un amplio conjunto de objetivos: defensa y sensibilización dirigida a actores comunitarios clave (incluidos parlamentarios, jueces y magistrados, periodistas, profesores, proveedores de servicios, líderes religiosos, líderes culturales, personal docente, figuras deportivas y progenitores) sobre la importancia de la salud sexual y reproductiva de la adolescencia; integración de la salud sexual y reproductiva en la programación escolar; y, especialmente, trabajo con la juventud y fomento de la participación de jóvenes. Estos son algunos de los procedimientos empleados para llegar a la gente joven: técnicas de planificación de la vida en la escuela y fuera de ella, música, expresión corporal, marionetas, debates en los medios de comunicación, partidos de fútbol, medios impresos, teatro, boletines y festivales culturales. AYA es un gran esfuerzo destinado a producir un cambio medible y en los cuatro países en los que se centra (Ghana, Tanzania, Botswana y Uganda) ha formado a 70.000 líderes comunitarios y a 130.000 educadores jóvenes. La metodología de AYA se basa, principalmente, en proporcionar fondos y herramientas a las instituciones comunitarias locales y a los programas culturales ya existentes para llegar a la comunidad.

www.ayaonline.org



Jóvenes educando a jóvenes sobre VIH/Sida
© Alianza de la Juventud Africana

Buenas prácticas

- ⇒ La gran escala del programa presupuestario permite un enfoque global que implica a todos los actores de la comunidad además de a los jóvenes.
- ⇒ Se acerca a la juventud en lugar de esperar que esta se acerque al programa.
- ⇒ Las alianzas de apoyo mutuo impulsan y desarrollan la capacidad de los grupos locales.

Siete razones por las que pueden fracasar las coaliciones lideradas por jóvenes

- ⇨ Pensar que la colaboración es simple, cuando de hecho es algo muy complejo que requiere una gobernanza clara, responsabilidades claramente definidas, comunicaciones abiertas y supervisión continua.
- ⇨ Excesiva confianza en los individuos que contribuyen más de lo que debería esperarse de ellos, o de lo que la organización a la que representan entiende que debería esperarse de ellos.
- ⇨ Suponer, erróneamente, que facilitar apoyo administrativo y de infraestructura (algo que las organizaciones de adultos consideran esencial) no es ético, dada la naturaleza propia de las organizaciones juveniles.
- ⇨ Una mentalidad de «última moda» en las Naciones Unidas y en los círculos internacionales en general. Una coalición puede crearse, fundarse y ser muy dinámica cuando un asunto está «de moda» (como el VIH/Sida, o el desarrollo sostenible), pero en cuanto el gran evento ha pasado u otra temática cobra mayor importancia (como la seguridad después del 11 de septiembre), se retira el apoyo drásticamente.
- ⇨ Una misión mal delimitada o con objetivos poco claros, en la que las responsabilidades individuales de las organizaciones no están bien definidas, y donde el trabajo de la coalición puede empezar a duplicarse o a entrar en competencia (por los jóvenes, los recursos o el reconocimiento) con los proyectos de las organizaciones que la integran.
- ⇨ Procedimientos no idóneos para la comunicación internacional, por ejemplo, si el secretariado de una coalición está repartido entre las organizaciones que la integran en continentes y husos horarios diferentes. Con frecuencia hay un presupuesto muy limitado para conferencias telefónicas o reuniones de equipos internacionales que fomentan una planificación más efectiva.
- ⇨ El ego de los jóvenes organizadores así como de los adultos en organizaciones más grandes.

También de interés:

Foro Internacional de Organizaciones Internacionales de Estudiantes

Es un foro nuevo de organizaciones internacionales de estudiantes (mayoritariamente europeas), con reuniones físicas y una lista de correo electrónico.

www.ifiso.org

Otro tipo de organizaciones en las que participan jóvenes miembros de AI

(de más comunes a menos comunes)

- * Derechos humanos
- * Paz / Contra la guerra / Desarme
- * Medio ambiente
- * Educación
- * Política
- * Desarrollo comunitario
- * Derechos de las mujeres
- * Racismo
- * HIV/Sida
- * Derechos de los animales
- * Derechos de identidad sexual
- * Bienestar social
- * Partido político
- * Pobreza
- * Pena de muerte
- * Derechos de la infancia
- * Derechos civiles
- * Sindicato de estudiantes
- * Temas de minorías étnicas
- * Globalización y sistemas de comercio global
- * Grupos religiosos
- * Salud
- * Desarrollo sostenible
- * Agua potable
- * Migración, trata de personas, desplazados y refugiados
- * Derechos de los pueblos indígenas
- * Derecho/impunidad
- * Iniciativas de medios de comunicación alternativos
- * Solidaridad internacional
- * Empleo
- * Sindicato

2. Activismo



Leaders Today (véase pág. 41)

Para muchas personas, la expresión «activismo juvenil» hace pensar en bulliciosos manifestantes estudiantiles que portan pancartas y se congregan frente a un muro de policías. Y aunque las protestas callejeras no han muerto en modo alguno –recuérdense las recientes manifestaciones multitudinarias por la paz–, el activismo juvenil de nuestros días abarca una variedad mucho más amplia de tácticas y estilos.

MUCHA GENTE JOVEN HARÁ ALGO CUANDO LA ACCIÓN SEA DIVERTIDA, PARTICIPATIVA, RELATIVAMENTE FÁCIL, INTERESANTE Y, SOBRE TODO, CUANDO PAREZCA NECESARIA

Mucha gente joven se siente atraída por las causas que ofrecen formas de actuar divertidas, participativas, relativamente fáciles e interesantes. Pero lo más importante es que los activistas juveniles se enganchan cuando se demuestra que su participación es necesaria. Este nuevo tipo de activismo accesible y ligero ha pasado a ser casi dominante, y en consecuencia ha aumentado el número

de jóvenes que desean marcar la diferencia.

Se ha hablado mucho de Internet como herramienta de acción dinámica. El uso generalizado de listas de distribución de correo electrónico, foros de debate a través de Internet, herramientas para establecer contactos sociales y tecnologías de la telefonía móvil como el envío de mensajes de texto ha generado nuevas formas de congregarse a la gente y de actuar conjuntamente. Los medios de comunicación en todas sus formas han pasado a tener una presencia tan dominante en la vida de la gente joven que la «culture jamming» o interferencia cultural –emprender acciones o hacer

declaraciones mediante la subversión de los medios y de la publicidad– es hoy una forma de protesta habitual.

La tecnología ha globalizado también el escenario en el que tiene lugar gran parte del activismo. Las protestas y campañas locales están cada vez más conectadas con cuestiones y movilizaciones internacionales de carácter general, por ejemplo sobre las normas que rigen el comercio, contra la guerra o en relación con la pobreza.

Pero muchas ONG no estaban preparadas –y se han sentido un tanto incómodas al respecto– para un mundo de activismo sin fronteras, en el que jóvenes de Sudáfrica pueden firmar una petición en el sitio web de una ONG británica, sitios web especializados pueden reunir a cientos de miles de activistas en línea y personas jóvenes acuden a reuniones internacionales en la ONU (que antes eran coto vedado de abogados y de directivos de ONG).

Las ONG que responden positivamente –diversificando sus tácticas de activismo, por ejemplo trasladando el envío de cartas a través de Internet, fomentando la creatividad, organizando actos públicos o creando desafíos legales de gran repercusión– han logrado conectar con la conciencia de la gente joven. Al ofrecer a la juventud una mayor variedad de formas de participación –desde simplemente llevar una pulsera hasta recibir formación intensiva en acciones de campaña–, han aumentado su «cuota de mercado» juvenil.

Este capítulo se basa en el precedente ya que explica cómo las ONG deben reconocer que trabajar con jóvenes significa trabajar para jóvenes. El activismo juvenil sólo funcionará si las ONG comprenden las preocupaciones de la juventud y las incorporan a las campañas. Este capítulo expone nuevos y apasionantes métodos que deben ser cada vez más familiares para todos los colectivos de activistas en los próximos años.

«Todo el mundo necesita tener la sensación de propiedad, sobre el proceso y sobre los resultados.»

Ashok Regmi, director de Programas, Fundación Internacional para la Juventud

Incorporación del activismo juvenil al diseño de proyectos

La estrategia más segura para garantizar el éxito de los programas de activismo juvenil es incluir a gente joven en todas las fases del proceso de diseño, recabando sus aportaciones a las cuestiones objeto de la acción, a la formulación de los mensajes clave y a la naturaleza de la petición de acción. A la inversa, una estrategia que tiene garantizado el fracaso es la que consiste en agregar una «acción» para la juventud a posteriori o cuando la gente joven pregunta «¿qué puedo hacer?». Es probable que las personas jóvenes incluidas en un proceso de consulta adopten como propia la acción y se conviertan en los mejores defensores ante sus iguales.

Al Canadá (de habla inglesa)

Integración de la juventud en la Campaña para Combatir la Violencia contra las Mujeres

Cheryl Hotchkiss, encargada de los derechos de la mujer de Al Canadá, y Shauna Maclean, coordinadora de jóvenes y estudiantes, colaboran estrechamente desde hace años, por lo que cuando llegó el momento de desarrollar un enfoque canadiense de la Campaña para Combatir la Violencia contra las Mujeres (Campaña SVAW), de ámbito mundial, unieron sus fuerzas. En vez de desarrollar una «campaña oficial» y una «campaña juvenil» aparte, en Canadá se diseñó un único juego de materiales para la Campaña SVAW que fueran accesibles a toda la membresía, prestándose especial atención a asegurar que fueran atractivos para la juventud. Cuando llegó el momento de contratar una empresa que diseñara el logotipo, los carteles y el material audiovisual de la Campaña SVAW, Al Canadá escogió una compañía conocida por su trabajo en mercadotecnia deportiva y con la juventud, en lugar de una firma tradicional orientada a entidades sin ánimo de lucro. Una encuesta realizada por Al Canadá reveló que la percepción de la campaña por parte del público juvenil fue positiva. En general, las personas que participan ponen el énfasis en el valor de contar con un responsable de activismo que comprenda la vital importancia de atraer a la juventud.

© Amnistía Internacional Canadá
(de habla inglesa)



Actos anuales de activismo coordinado

Los actos coordinados de periodicidad anual, como un «día de acción», pueden ser una de las mejores maneras de facilitar el activismo global. A la gente joven le agrada sentir que forma parte de algo mucho más grande que ella misma y tener la sensación de solidaridad con sus iguales en países de todo el mundo. Esta clase de actos son también eficaces para centrar la atención del público y crear la sensación de urgencia. Además, gran parte del trabajo puede delegarse en voluntariado local.

Semana Internacional de Acción de Estudiantes de AI

La Semana Internacional de Acción de Estudiantes de AI brinda todos los años la oportunidad de movilizar a la membresía juvenil y estudiantil del movimiento en todo el mundo por una sola cuestión. La Semana Internacional de 2004 se consideró un gran éxito, y contó con la participación de 1.000 grupos de jóvenes y estudiantes de 38 países. Entre las diversas actividades figuraron peticiones (se recogieron decenas de miles de firmas), vigiliadas con velas, un concurso de composición de canciones, acciones a través de Internet y envío de cartas sobre casos urgentes de derechos humanos. Entre los factores que se consideraron fundamentales para el éxito de la Semana de 2004 en comparación con años anteriores estaban: la elección de un tema global sencillo e importante: No a la ejecución de menores en Estados Unidos y Pakistán; la elaboración centralizada de materiales de acción, incluida una presencia básica en Internet; y las fechas elegidas en febrero, que facilitaron la máxima participación en los campus durante el periodo lectivo. La mayor duración del periodo de gestación de la planificación permitió que un número superior de Secciones de AI participaran, recibieran materiales y realizaran su propia traducción en caso necesario.



Jóvenes de AI en Líbano participan en la Semana Internacional de Acción de Estudiantes.

© Amnistía Internacional Líbano

Día Global del Servicio Voluntario Juvenil

El Día Global del Servicio Voluntario Juvenil es un día de acción juvenil coordinado internacionalmente sobre la salud, la educación, el medio ambiente y otras cuestiones globales. Fue ideado por Youth Service America (basándose en su Día Nacional del Servicio Juvenil) y la Red Global de Acción Juvenil. Aprovechando las alianzas nacionales de esta red de jóvenes, el Día Global del Servicio Voluntario Juvenil funciona de un modo muy descentralizado, con «agencias nacionales de coordinación» que son responsables de la preparación y la puesta en práctica de las actividades del voluntariado. Aunque ha habido temas anuales de carácter general, como el desarrollo sostenible, las actividades se adaptan en gran medida a las prioridades nacionales. A las agencias nacionales de coordinación se les proporciona una completa carpeta de materiales que incluye una guía, muestras de documentos y comunicados de prensa y materiales de promoción, así como minisubvenciones de unos 2.000 dólares estadounidenses. En muchos países, las agencias nacionales de coordinación también aportan o recaudan considerables recursos económicos y en especie adicionales. Millones de jóvenes han participado desde el lanzamiento del Día Global del Servicio Voluntario Juvenil en el año 2000.

www.gysd.net



Jóvenes de Corea del Sur participan en el Día Global del Servicio Voluntario Juvenil. © Korea Youth volunteer Centre

Buenas prácticas

- ⇒ La mayor parte del trabajo se descentraliza a la esfera nacional, donde se movilizan recursos y redes locales.
- ⇒ Se conceden minisubvenciones para estimular el activismo.
- ⇒ Procesos establecidos para captar lo que sucede y compartir el aprendizaje globalmente.

Formación en activismo

La oportunidad de aprender y practicar nuevas técnicas es un factor de motivación importante para que la gente joven entre en acción. Los mejores métodos de formación son los que reconocen los diversos estilos de aprendizaje de la gente, incluyen a otras personas jóvenes como facilitadores, ofrecen momentos para la reflexión personal y habilitan un espacio para que las personas que tienen intereses semejantes conecten. Sin embargo, la formación de jóvenes requiere abundantes recursos, y las organizaciones deben asegurarse de que se obtiene un beneficio claro para la cuestión que es objeto de su interés. En consecuencia, la formación debe considerarse un elemento dentro de un programa más amplio de desarrollo del activismo juvenil, incluidas pasantías (trabajo en prácticas), oportunidades de voluntariado o responsabilidades organizativas concretas.

Leaders Today

Leaders Today fue fundado por Marc y Craig Kielburger, que también han liderado la organización internacional de defensa de los derechos de la infancia Free the Children. Entre los proyectos principales de Leaders Today figuran los viajes de voluntarios internacionales, un circuito motivacional de oradores en el que intervienen jóvenes voluntarios y la Cumbre de Liderazgo Global, que se celebra con periodicidad anual en Toronto, Canadá.

www.leaderstoday.com



Participantes en un taller de Leaders Today
© Free the Children

Buenas prácticas

- ⇒ Liderado por jóvenes.
- ⇒ Una variedad creciente de materiales y folletos para apoyar el programa.

CHANGE Initiative

CHANGE Initiative es un programa nacional de Oxfam América que imparte formación a estudiantes universitarios para que participen activamente en la misión de justicia social de la organización. Los participantes son seleccionados mediante un proceso de solicitud muy competitivo y cada mes de julio se reúnen, a cargo de Oxfam, durante una semana de formación intensiva en liderazgo en Boston, Estados Unidos, para aprender sobre las técnicas de acción y sobre campañas concretas de Oxfam, como Comercio con justicia, Café de comercio justo, Hambre y No más oro sucio. Después del campamento de formación, se pide a las personas participantes que trabajen en una o más campañas de Oxfam en sus universidades, con el apoyo de miembros del personal y de asesores de campus. El programa CHANGE Initiative está siendo reproducido en programas para estudiantes de otros afiliados nacionales de Oxfam.



Participación en CHANGE Initiative. © Oxfam América

www.oxfamamerica.org/whatyoucando/act_now/student_action/change

Buenas prácticas

⇒ Basado en las prioridades de acción existentes de la organización.

Youth Activist Kollege

La Sección Estadounidense de AI organiza todos los años desde 2003 el campamento de verano «Youth Activist Kollege» para jóvenes con posibilidades de dirigir AI en el futuro. El acto se basa en un modelo establecido por AI Canadá (de habla inglesa). Se selecciona para asistir a 50 estudiantes de enseñanza secundaria y universitaria (de entre 15 y 23 años de edad) procedentes de todo el país, que en su mayoría son elegidos para liderar Grupos de estudiantes durante el año escolar siguiente. Aunque pueden obtenerse subvenciones, se ha fijado una tasa general de participación de 125 dólares, y los participantes deben hacerse cargo de sus gastos de viaje. El programa de trabajo se divide en dos, para quienes tienen un buen conocimiento previo de AI y para las personas nuevas. Se organizan talleres sobre cuestiones como la violencia contra las mujeres, la Ley Patriótica de Estados Unidos y la pena de muerte. Estas personas jóvenes reciben asimismo formación para dirigir grupos mediante talleres de conocimientos prácticos, como trabajo de captación, defensa y conservación de la membresía. Además de estos talleres, el campamento ofrece proyecciones de películas sobre derechos humanos, una representación teatral de activistas y excursiones por la zona. Las evaluaciones formales e informales indican que algunos de los aspectos más positivos son el establecimiento de contactos informales que tiene lugar en el campamento y la tendencia de los «yaktivistas» a asumir nuevas funciones, incluso de coordinación, en diversos comités de AI. Para facilitar el aprendizaje y la colaboración, AI Estados Unidos y AI Canadá están intercambiando ya delegados y delegadas en sus principales actividades de formación para la juventud.

www.amnestyusa.org/yak



Campamento de verano «Youth Activist Kollege» de AI Estados Unidos.

© Amnistía Internacional Estados Unidos

Semillas de Paz

Semillas de Paz fue fundada en 1993 con el fin de empoderar a la gente joven de regiones en conflicto para que desarrollen las aptitudes de liderazgo necesarias para fomentar la reconciliación y la coexistencia. Desde hace años, Semillas de Paz trabaja de forma intensiva con más de 2.500 jóvenes procedentes de cuatro regiones en conflicto –Oriente Medio, Sur de Asia, Chipre y los Balcanes– en el Campamento Internacional de Maine, Estados Unidos, y efectúa tareas de seguimiento a través de un centro en Jerusalén, otras conferencias internacionales de la juventud, talleres regionales, un programa de educación de adultos y una red y un programa de antiguos alumnos en línea. Muchos líderes mundiales han aplaudido la labor de Semillas de Paz.

www.seedsofpeace.org

Buenas prácticas

- ⇒ Saca a jóvenes de regiones en conflicto de las presiones y el contexto político de su vida cotidiana.
- ⇒ Ofrece una red de apoyo permanente, un centro de recursos y formación.
- ⇒ Tiene el apoyo de destacados líderes comunitarios en los dos lados del conflicto.

También de interés:

Advocates For Youth

Organización estadounidense dedicada a la salud reproductiva de la adolescencia que pone un gran énfasis en formadores de igual a igual

www.advocatesforyouth.org

European Minority Youth Network

Organización dedicada al fomento de la capacidad de acción para activistas de derechos humanos de grupos minoritarios en Europa

www.network.ngo.lv

Campamentos de Acción de The Ruckus Society

Programa de formación de esta organización estadounidense dedicada a la formación y al apoyo de activistas por la justicia social, el medio ambiente y los derechos humanos

www.ruckus.org/article.php?id=64

Materiales para la acción orientados a la juventud

Siete pasos para la acción social (Free the Children)

www.freethechildren.com/youthzone/makeithappen/startupkit.htm

Guía para la Acción (TakingITGlobal)

www.takingitglobal.org/action/guide/Guia_para_la_Accion.pdf/

Action Toolkit (Fundación Internacional para la Juventud)

www.youthactionnet.org/toolkit

FireItUp! - A youth action manual (Youth Action Network)

www.youthactionnetwork.org/rac/Fireitup/index.html

Just Add Consciousness: A Guide to Social Activism (Oxfam América)

www.oxfamamerica.org/materials/just_add_consciousness/justaddconsciousness.pdf

Organizational Development Manual for Youth-Driven Organizations (Environmental Youth Alliance)

www.eya.ca/index.php?id=71 (concebido para iniciativas juveniles de mayor escala)

Action Guide: Tips (Shine)

www.shine.com/resources_action_guide_tips.php

«No subestimen a la juventud. A veces descubrirán que han leído más documentos informativos sobre la conferencia que ustedes y que están más dispuestos a formular comentarios.»

Terri Willard, Instituto Internacional de Desarrollo Sostenible

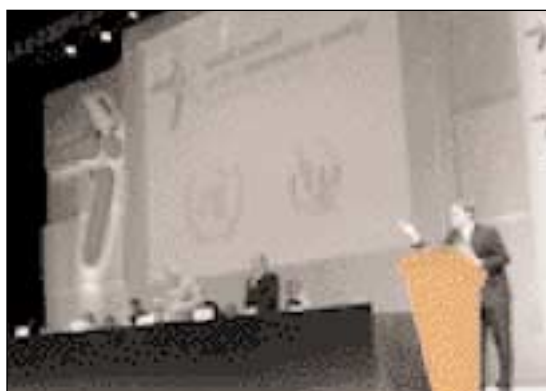
Activismo en relación con negociaciones internacionales

Quedan muy lejos los tiempos en que el activismo juvenil se limitaba a actos de simulacro o protestas al otro lado de las barricadas policiales. La juventud ha tenido una presencia activa en recientes reuniones internacionales y procesos políticos importantes a medida que las organizaciones y estructuras internacionales han ido comprendiendo la importancia de escuchar la voz de las generaciones futuras. En reuniones fundamentales de la ONU sobre cuestiones relativas a la infancia, la gente joven ha realizado gestiones de captación de apoyos con las delegaciones de sus gobiernos en relación con el uso de la pena de muerte en casos que afectaban a menores. La juventud tiene también asignado un espacio habitual para intervenir ante la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible. En la mayoría de los procesos intergubernamentales, a la juventud se la reconoce ya como «parte interesada importante», con sus propios grupos de debate, redes transnacionales y posiciones políticas.

Grupo de la Juventud de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

El Grupo de la Juventud de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información fue fundado por varias organizaciones de ideas afines en la primera reunión preparatoria de la Cumbre Mundial de la ONU sobre la Sociedad de la Información, en julio de 2002. Su propósito era asegurar la inclusión de la voz de la juventud en las cuestiones de política pública global relativas a la revolución tecnológica. Una de las fortalezas principales del Grupo ha sido una representación diversa de jóvenes pertenecientes a una amplia variedad de campos tecnológicos (programadores de sitios web, productores de radio, programadores de código abierto y jóvenes activos en proyectos de tecnologías de la información y la comunicación relacionados con la accesibilidad, el medio ambiente, la educación y los derechos humanos). El Grupo entabló contacto con otros agentes de la sociedad civil y creó documentos de debate oportunos y completos para apoyar la captación de apoyos, estableció relaciones con gobiernos amigos y consiguió algunos cambios en el comunicado de la Cumbre. El Grupo fue el único grupo de la sociedad civil que trasladó temporalmente a un miembro del personal a la Secretaría Ejecutiva de la cumbre, y organizó un amplio pabellón y una serie de actos secundarios en las Cumbres de diciembre de 2003 y noviembre de 2005. El Grupo coordinó las actividades de ámbito nacional a través de su red de voluntariado en 30 países, que recibió minisubvenciones para captar a otros 90.000 jóvenes que no podían asistir a las reuniones internacionales.

www.wsisyouth.org



Un delegado joven se dirige al plenario de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

© TakingITGlobal

Buenas prácticas

- ⇒ Dirigido por personas jóvenes.
- ⇒ Las acciones en los ámbitos nacional e internacional se alimentan mutuamente.
- ⇒ Presencia en momentos y lugares clave.

Delegaciones juveniles en la ONU

Las delegaciones de los gobiernos nacionales ante la ONU incluyen con creciente frecuencia a delegados y delegadas juveniles. Hay varias resoluciones permanentes –que se repiten con carácter bienal como parte de la resolución de la Asamblea General de la ONU sobre políticas y programas relativos a la Juventud¹– que piden que los países incluyan a jóvenes en sus delegaciones en todas las reuniones de la ONU, en particular la Asamblea General. Algunos países, como Dinamarca, los Países Bajos, Noruega y Suecia, lo han hecho asiduamente. Australia envía a un delegado juvenil a la Asamblea General desde 1999. Varios países en desarrollo, como Bangladesh, India e Indonesia, han incluido a delegados juveniles al menos en una ocasión. El Reino Unido envió a dos delegados juveniles a la Asamblea General en 2005. Otros países incluyen asiduamente a jóvenes en sus delegaciones para otras reuniones internacionales (en particular, la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible y la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información). Los delegados juveniles son designados oficialmente por el ministro de Exteriores de cada país, pero a menudo esta tarea se delega en un consejo nacional de la juventud o en la Asociación Juvenil de las Naciones Unidas. La juventud puede influir ocasionalmente en el enfoque de sus delegaciones sobre cuestiones concretas, además de actuar a modo de avanzadilla de preocupaciones específicas de la juventud. Casi todos los delegados juveniles desempeñan también un importante papel de reclamo público –captación de jóvenes de su país mediante reuniones y en los medios de comunicación– antes, durante y después de su estancia en la ONU.

www.un.org/esa/socdev/unyin/youthrep.htm

¹ Doc. ONU: A/RES/60/2.



Personas jóvenes participan en sus delegaciones nacionales ante la ONU © UNESCO

Buenas prácticas

- ⇒ La selección de jóvenes es a menudo responsabilidad de sus iguales en organizaciones juveniles nacionales.
- ⇒ Comunicación eficaz por parte de las delegaciones juveniles al regresar con sus sectores comprometidos.
- ⇒ Creciente diversidad de delegados juveniles.

Daily Summit

Daily Summit (Diario de la cumbre) fue un blog en línea creado por el Consejo Británico para ofrecer una cobertura completa de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Daily Summit, que formaba parte de su iniciativa «Connecting Futures», que incluye numerosos proyectos concebidos para facilitar el diálogo entre jóvenes del Reino Unido y de otros países, suponía un equipo de 10 jóvenes periodistas profesionales de organizaciones informativas de Gran Bretaña y Oriente Medio (desde la BBC y Al Yazira hasta pequeños periódicos locales). El equipo incorporó más de 500 entradas al blog: breves notas convenientemente organizadas por temas sobre materias que iban desde la censura iraní y los estafadores nigerianos hasta la vida en la Cumbre. Las personas que participaron en la Cumbre podían agregar comentarios sobre cada artículo, interactuar con los autores y enviar ideas para artículos. El blog estaba perfectamente adaptado a la naturaleza intensa y múltiple de la Cumbre; la multiplicidad de ideas, actos y actividades que pululaban por todo el sitio web eran un reflejo de la propia conferencia. El Consejo Británico ha organizado blogs similares en relación con la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible y la Reunión de Jefes de Gobierno de la Commonwealth celebrada en Johannesburgo.

www.dailysummit.net

Buenas prácticas

- ⇒ Creación de un nuevo espacio para el diálogo abierto y para compartir ideas.
- ⇒ Participación de personas presentes en el acto y de otras personas de todo el mundo.
- ⇒ El espacio neutral de la ONU constituye un espacio seguro para la colaboración entre periodistas jóvenes de diferentes procedencias.

Navegando por reuniones internacionales. Guía de bolsillo para la participación eficaz de la juventud

Navegando por reuniones internacionales es un libro útil para la gente joven que asiste a las reuniones internacionales y a los comités preparatorios organizados por la ONU y otros organismos multilaterales. Concebida con la intención de animar a otros jóvenes a asistir a las reuniones de la ONU y de permitir que sean participantes eficaces, esta guía ofrece información general sobre las reuniones, las estructuras y los procesos, expone las diferentes formas de participación de la juventud y proporciona información práctica, por ejemplo para recaudar fondos, presupuestar acertadamente, colaborar con otras personas jóvenes y dar continuidad a las acciones una vez que la reunión ha terminado. Elaborada por la Asociación de las Naciones Unidas en Canadá, esta guía de bolsillo se basa sobre todo en la experiencia de jóvenes que participaron en el proceso de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de 2002, y ha sido revisada por muchas organizaciones y redes de jóvenes.

www.unac.org/en/pocketbook/reun_intl_sp.pdf



Buenas prácticas

- ⇒ Redactada por jóvenes a partir de su experiencia personal.
- ⇒ Adecuada tanto para jóvenes del Norte como del Sur.

Ocho razones por las que la participación de jóvenes en reuniones internacionales puede ser ineficaz

- ⇒ Falta de apoyo político real a la presencia de jóvenes.
- ⇒ Movilización de jóvenes de manera simbólica por secretarías adultas para generar publicidad.
- ⇒ Participación de jóvenes al final del proceso en actos solemnes, en vez de cuando se toman realmente las decisiones.
- ⇒ Falta de competencia de las personas jóvenes en la cuestión concreta o ausencia de argumentos de peso para explicar su presencia; sólo se los considera valiosos por sus testimonios o experiencias personales, en vez de ser escuchados por sus opiniones.
- ⇒ Falta de presencia sostenida durante todas las etapas de los procesos políticos largos, o falta de experiencia o de conocimientos significativos sobre procesos previos que se han incorporado al proceso en curso.
- ⇒ No inclusión de jóvenes de un conjunto diverso de países (y falta de compromiso con los gobiernos en el mundo en desarrollo).
- ⇒ La gente joven dedica demasiado tiempo a organizarse y comunicarse entre sí, en vez de dedicarlo a influir hacia el exterior.
- ⇒ Falta de compromiso con y por parte de ONG mayoritarias aliadas que puedan prestar recursos y asistencia para las relaciones públicas.

También de interés:

The Youth Coalition

Grupo canadiense que facilita las acciones de defensa de la juventud en las negociaciones internacionales sobre salud reproductiva.

www.youthcoalition.org

SustainUS

Coalición estadounidense de grupos y jóvenes a título individual que actúan sobre el desarrollo sostenible, en particular en el periodo previo a la conferencia mundial Río +10.

www.sustainus.org

Herramientas, técnicas y tecnologías creativas

La gente joven enseguida está dispuesta a utilizar las nuevas tecnologías para comunicarse, conectarse, expresarse y demostrar solidaridad. El aprovechamiento de la interactividad en línea y a través del envío de mensajes es hoy un fenómeno muy habitual en el Norte, y la juventud de países como China y Filipinas también utiliza estos medios con gran eficacia. Mientras tanto, muchas organizaciones de todo el mundo están volviendo a descubrir también el poder de formas de comunicación con tecnologías menos avanzadas—como proyectos artísticos, representaciones y movilizaciones masivas— que atraen a tipos diferentes de personas y no siempre dependen del nivel de alfabetización ni de que se comparta el idioma.

La petición «Un millón de rostros» de la campaña Armas bajo Control

La petición «Un millón de rostros» es la acción pública fundamental de la campaña Armas bajo Control, una iniciativa conjunta de Amnistía Internacional, Oxfam y la Red Internacional de Acción contra las Armas Ligeras con la visión de poner fin al sufrimiento humano que causan las ventas irresponsables de armas. En lugar de una lista de firmas tradicional, la petición reúne imágenes de personas de todo el mundo para demostrar a los gobiernos

la necesidad de una acción eficaz y urgente. Las personas se adhieren a la campaña aportando una fotografía de su rostro (o un dibujo); el objetivo es recoger un millón de rostros antes de julio de 2006 para presentarlos en la Conferencia de Revisión de la ONU sobre Armas Pequeñas y Armas Ligeras y pedir a los gobiernos que suscriban un Tratado sobre el Comercio de Armas de ámbito mundial. Hasta enero de 2006, más de 700.000 personas habían participado en la petición, y 290.000 imágenes se habían expuesto en el sitio web. La campaña Armas bajo Control ha tenido especial éxito



con la juventud debido a su enfoque creativo y sencillo del activismo, a su lenguaje claro y convincente y a una serie de descargas de Internet, como fondos de pantalla y anuncios publicitarios (*banners*).

www.controlarms.org/es/index.htm

MoveOn.org

MoveOn.org es una red de acción a través de Internet radicada en Estados Unidos. Fundada durante el escándalo Lewinsky de 1998, al principio MoveOn sólo era una petición en línea para «censurar al presidente Clinton y pasar a cuestiones urgentes que afectan a la nación». En cuestión de días, cientos de miles de personas se habían adherido. Reconociendo que podían crear enormes sectores de público comprometido en línea en favor de cuestiones progresistas, MoveOn se convirtió en un programa permanente que después se fusionaría con la mayor petición de paz a través de Internet tras los sucesos del 11 de septiembre de 2001. MoveOn entró realmente en la conciencia pública durante la campaña presidencial de 2004, recaudando millones de dólares para anuncios en televisión sobre cuestiones clave. Una de las innovaciones importantes fue el carácter participativo del sitio; en vez de contratar a personajes famosos o a agencias de publicidad para sus anuncios de servicio público, organizó un concurso de ámbito nacional en el que la membresía podía presentar sus propios anuncios y votar los que debían emitirse. Los anuncios eran en muchos casos tan divertidos o mordaces que incluso los no emitidos por televisión se difundieron a través de envíos víricos de correo electrónico. MoveOn tiene en la actualidad dos millones de activistas en línea registrados que actúan sobre cuestiones clave; entre las prioridades actuales figuran la seguridad social y la campaña para el Congreso de 2006. La membresía también hace aportaciones electrónicas sobre qué cuestiones deben ser asumidas por MoveOn.

www.moveon.org



Buenas prácticas

- ⇒ Ha conseguido una gran notoriedad en los medios de comunicación convencionales y una audiencia masiva.
- ⇒ Nace a partir de un hecho de palpitante actualidad.
- ⇒ Espera poco de la membresía al principio, pero reúne información de contacto para que vuelva a participar a largo plazo.
- ⇒ Crea subproyectos o hitos de campaña que parecen alcanzables para los participantes.

Indymedia

Indymedia fue fundado en 1999 por varias personas y organizaciones de medios de comunicación alternativos para ofrecer cobertura popular de las protestas contra la Organización Mundial del Comercio en Seattle, Estados Unidos, mediante la publicación de informaciones en vivo, fotografías y material de audio y vídeo a través de su sitio web. Este sitio, considerado el «vehículo de comunicación del movimiento antiglobalización», recibió una considerable atención de los medios de comunicación convencionales, y después se ha ampliado para convertirse en una extensa red de sitios web y Centros Indymedia autónomos, que informan sobre protestas y cuestiones progresistas de carácter más general en más de 30 países y en todos los continentes, en un gran número de idiomas. Aunque Indymedia supone el trabajo de cientos de personas voluntarias, no hay personal asalariado. El gasto principal –el alojamiento del servidor web– se sufraga mediante el patrocinio de una compañía de alojamiento importante. El lema de Indymedia, «no odies los medios, sé tú los medios», refleja su enfoque de base, que anima a difuminar las líneas que separan a periodistas y activistas.

www.indymedia.org



Buenas prácticas

- ⇒ Los eventos constituyen un centro de atención para movilizar a periodistas y organizar la cobertura.
- ⇒ El uso de una plataforma de software de código abierto permite nuevos sitios locales.

PhotoVoice

PhotoVoice está especializada en proyectos participativos que dan voz a personas marginadas (en muchos casos analfabetas) y a víctimas de abusos contra los derechos humanos mediante el poder de la fotografía. PhotoVoice fue fundada en 1998, y ha organizado proyectos con adultos sin techo y niñas y niños refugiados en Londres, Reino Unido (donde está su sede), niñas en Afganistán, personas de Bután refugiadas en Nepal, niñas y niños de la calle en Vietnam, niñas y niños huérfanos en Camboya y jóvenes con discapacidad en Bangladesh. PhotoVoice proporciona a las personas participantes cámaras y formación fotográfica profesional, y les pide que capten –mediante imágenes– a sus familias, sus experiencias cotidianas, sus ideas acerca de la sociedad y sus esperanzas para el futuro. La obra de PhotoVoice se ha exhibido en más de 40 lugares, en muchos casos en espacios de exposición cercanos a los lugares donde se realizaron los proyectos (incluido un campo de refugiados). Sus fotografías se han publicado también en medios de comunicación convencionales, como *The Guardian* y *The Boston Globe*. PhotoVoice está promoviendo una red en crecimiento de asociados independientes en todo el mundo que emplean la misma técnica.

www.photovoice.org



© Tiffany Fairey/PhotoVoice

Buenas prácticas

- ⇒ Modelo sencillo, barato y fácilmente reproducible.
- ⇒ Utiliza el poder de la imagen para contar una historia: una imagen vale más que mil palabras!
- ⇒ Empodera a comunidades marginadas para que se expresen sin necesidad de que sepan leer y escribir (o sin que conozcan el idioma dominante).

El Movimiento de los Niños por la Paz en Colombia

El Movimiento de los Niños por la Paz en Colombia fue propuesto para el Premio Nobel de la Paz en 1998 por su valeroso intento de crear un «cortafuegos» en la prolongada guerra civil de Colombia. El movimiento se puso en marcha cuando UNICEF y varias iglesias y ONG reunieron a dirigentes juveniles de comunidades de todo el país para debatir sobre la colaboración nacional. Muchas personas jóvenes habían perdido a familiares y amigos en el conflicto. Juntas lanzaron el Mandato de los Niños por la Paz, la Vida y la Libertad, un «referéndum» nacional en el que los niños pudieron «votar» sobre sus derechos humanos. La gente joven movilizó y educó a otros niños y niñas acerca de la paz y de sus derechos mediante concentraciones, marchas, campañas en los medios de comunicación, concursos artísticos, proyectos escolares y charlas con la gente de puerta en puerta. El 25 de octubre de 1996, más de 2,7 millones de niños y niñas de todo



Una estudiante actúa como educadora para la paz con niñas más jóvenes en Colombia.

© UNICEF/HQ99-0165/Jeremy Horner – Colombia

el país acudieron a las urnas para expresar su deseo de paz y respeto de los derechos humanos. Su valeroso acto inspiró a más de 10 millones de adultos en Colombia para votar «sí» a un Mandato Ciudadano por la Paz, la Vida y la Libertad semejante al suyo un año después. UNICEF atribuye al Movimiento de los Niños el mérito de haber ayudado a lograr la reanudación de las conversaciones de paz entre el gobierno y la oposición armada. Fue la mayor movilización social conocida en Colombia y la mayor participación en una convocatoria electoral de la historia del país. (El Movimiento de los Niños es también el protagonista de una impactante película de la CNN, «Soldiers of Peace».)

www.peaceneeds.info/issues/2444/cameron.html

www.turnerlearning.com/cnn/soldiers/

Buenas prácticas

- ⇒ Dirigido totalmente por jóvenes locales, lo que genera una importante integración con jóvenes y adultos.
- ⇒ Varias ONG importantes y organismos de la ONU han proporcionado apoyo logístico sin intervenir de forma significativa en las acciones y los planes de la gente joven.
- ⇒ Usa el marco de normas de derechos humanos acordadas internacionalmente para cuestionar asuntos «políticos» en el ámbito local.

Uso de SMS de telefonía móvil por Al Países Bajos

Al Países Bajos utiliza los servicios de mensajes cortos (SMS) como forma de acción de base desde 2000, año en que la Sección comenzó a utilizarlos como parte de la Campaña contra la Tortura. Cada dos semanas se envía a las personas que integran la Red de Acción a través de SMS un mensaje con información sobre una Acción Urgente. Al responder al mensaje, la gente añade automáticamente su nombre a una petición sobre la cuestión que se remite a las autoridades pertinentes. Recibir y enviar cada mensaje tiene un coste de 0,25 euros. El programa recibió el nombre de «Stop Torture Fast». (Acabar rápido con la tortura) y se promovió mediante una gran campaña publicitaria, que incluyó carteles en estaciones de ferrocarril, anuncios en radio y televisión, volantes y minifolletos a modo de «tarjeta de visita». Miles de personas –especialmente las no relacionadas todavía con Al– se han inscrito para recibir las alertas de SMS, que entre la gente joven tienen ya más aceptación que el envío de cartas.



La popularidad de los teléfonos móviles los convierte en una herramienta de acción ideal. © Particular

«Estén abiertos a las risas y a las lágrimas, y tengan paciencia; la gente joven también tiene una vida muy atareada»

Pip Collin, director de Participación Juvenil, Inspire Foundation

Meetup.com 20 Million Loud

Meetup.com 20 Million Loud fue una iniciativa conjunta de Meetup.com y MTV en Estados Unidos con la misión de movilizar a 20 millones de jóvenes ciudadanos y ciudadanas estadounidenses para que fueran un «factor decisivo» en las elecciones presidenciales de 2004. A través del sencillo sitio web de Meetup.com, gente joven interesada en la política pudo organizar, promover o enterarse de reuniones locales en sus ciudades y comunidades para debatir sobre las elecciones, cargar fotografías y mantenerse en contacto. Decenas de miles de jóvenes de todo el territorio de Estados Unidos participaron los martes por la noche en los encuentros («meet-ups») de 20 Million Loud, celebrados en campus universitarios, en bares y cafés, o incluso en forma de fiestas callejeras. Muchos eventos han pasado a ser redes permanentes de activistas políticos locales. Meetup.com se usa de modo más general para muchas otras campañas y actividades; dos de los encuentros de temática activista más populares son una línea general de derechos humanos y la Campaña de Derechos Humanos, que se centra en los derechos de lesbianas, gays, bisexuales y personas transgénero en Estados Unidos. Incluso algunos Grupos locales de Al usan Meetup.com para coordinarse.

www.20millionloud.meetup.com
www.humanrights.meetup.com

Buenas prácticas

- ⇒ Proporciona alimentación *off-line* (actividades fuera de Internet) para activistas *on-line* (en línea).
- ⇒ El marco está coordinado en su práctica totalidad por participantes finales voluntarios.

También de interés:

Wiretap

Revista en línea escrita por y para activistas jóvenes, con especial atención a Estados Unidos
www.alternet.org/wiretap20945

Comunidad de ciberactivistas de Greenpeace

Centro de activismo en línea sencillo pero eficaz desarrollado por una importante ONG internacional
act.greenpeace.org

Proyecto Nuevas Tácticas

Recurso y debate sobre tácticas de derechos humanos en línea
<http://www.newtactics.org/main.php/ProyectoNuevasTacticas>

Acciones de campaña sobre los derechos económicos, sociales y culturales

Gran parte de la atención del activismo juvenil en los últimos años se ha centrado en la pobreza y la justicia en el comercio en el seno del movimiento «antiglobalización». Muchas subcampañas, sobre cuestiones que van desde las prendas de vestir confeccionadas en fábricas que explotan a las personas que trabajan en ellas hasta el precio del agua privatizada, han presentado las cuestiones económicas, sociales y laborales dentro de un marco de derechos humanos. Las iniciativas de esta clase más duraderas y que han cosechado más éxito han combinado actividades y redes de comunicación globales con la participación sobre el terreno de jóvenes en países en desarrollo.

Campaña Global de la Cumbre de Empleo Juvenil

La Campaña Global de la Cumbre de Empleo Juvenil (Youth Employment Summit, YES) es una iniciativa de múltiples partes interesadas que promueve proyectos y cambios de política para abordar el problema global del desempleo juvenil, con el objetivo de crear 500 millones de puestos de trabajo sostenibles antes de 2012. Lo que distingue a YES de otras campañas (incluida la Red de Empleo de Jóvenes auspiciada por la ONU y el Banco Mundial) es su atención a la construcción de redes populares de partes interesadas (YES Country Networks) para estimular el cambio de las políticas locales y el desarrollo de iniciativas piloto, conectadas mediante una comunidad de conocimientos compartidos en línea.



Delegaciones en la Cumbre Mundial de Empleo Juvenil en México © Education Development Centre

La campaña de YES se ha centrado también en la inclusión significativa de jóvenes en su trabajo. Más de la mitad de los 2.000 delegados en el lanzamiento de YES 2002 en Alejandría, Egipto, eran líderes y empresarios juveniles (el resto procedían de instituciones gubernamentales, empresas y la ONU). Junto con las Country Networks, entre los principales programas de YES figuran la investigación y la información sobre cuestiones relativas al empleo juvenil, las reuniones internacionales para compartir conocimientos, los programas de becas y tutorías y las «academias» de formación empresarial.

www.yesweb.org

Buenas prácticas

- ⇒ Se pone el mismo énfasis en la construcción de redes locales de partes interesadas que en los grandes actos globales.
- ⇒ Las cumbres de la Campaña de YES sirven de hitos para reflexionar sobre la campaña y renovarla.

«Highly Affected, Rarely Considered»

«Highly Affected, Rarely Considered» (Muy afectados, poco considerados) fue la primera campaña lanzada por el Parlamento Internacional de la Juventud de Oxfam, y tenía por objeto los efectos de la globalización sobre las personas jóvenes. Las consultas con más de 400 organizaciones juveniles de unos 120 países dieron como resultado un informe pormenorizado que abarcaba temas fundamentales, desde la privatización de la educación y el acceso al agua hasta la trata de mujeres jóvenes, violencia y seguridad y la prevención del VIH/sida. Se produjo también una carpeta de materiales atractiva y sencilla. Los mensajes clave de la campaña se presentaron en varias reuniones internacionales, entre ellas el Foro Social Mundial y las reuniones ministeriales de la Organización Mundial del Comercio.

www.iyp.oxfam.org/news/publications

Buenas prácticas

- ⇒ Proporciona una tribuna para que voces del Sur participen en el debate sobre la globalización, antes dominado por jóvenes del Norte.
- ⇒ Publicaciones en diversos formatos dirigidas a públicos distintos: jóvenes, responsables políticos, etc.

Campaña Nacional Juvenil contra el Sarampión

La Campaña Nacional Juvenil contra el Sarampión es una iniciativa de recaudación de fondos y de sensibilización auspiciada por el Consejo Nacional de la Juventud de la Cruz Roja de Estados Unidos y sus asociados en la Iniciativa Global contra el Sarampión: la Organización Mundial de la Salud, UNICEF, la Fundación de las Naciones Unidas y los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades estadounidenses. El objetivo general de la Iniciativa contra el Sarampión es suministrar inmunización a 200 millones de jóvenes, que impida la muerte de 1,2 millones de niños y niñas cada año por causas evitables. Estudiantes de al menos 100 capítulos de la Cruz Roja han recaudado casi medio millón de dólares para esta iniciativa, recurriendo a métodos de lo más variado, desde organizar actos deportivos, concursos de grupos musicales y proyecciones de películas hasta lavar automóviles. El Consejo Nacional de la Juventud ha proporcionado a los capítulos de la Cruz Roja estadounidense información sencilla sobre el problema del sarampión, una carpeta de materiales para utilizar en la educación de iguales y en conferencias en centros de enseñanza, y consejos sobre posibles eventos y actividades de recaudación de fondos. Jóvenes que han recibido formación en técnicas de primeros auxilios en otras sociedades de la Cruz Roja en todo el mundo participan en la administración de la vacuna sobre el terreno. El Consejo Juvenil de la Cruz Roja confía en que, al comprometer a la juventud en una iniciativa en la que la contribución es clara y alcanzable (con un dólar se compra una vacuna y se salva una vida), se inculque una sensación de compromiso cívico global y finalmente se estimule la acción en torno a otros grandes desafíos en materia de salud.

www.measlesinitiative.org/youth/news.asp

Buenas prácticas

- ⇒ Mensaje claro sobre la diferencia que marcará la juventud participando en el programa, es decir, «donar la cantidad x proporcionará vacunas para x personas».

Students for Bhopal

Students for Bhopal (Estudiantes por Bhopal) es una iniciativa liderada por jóvenes y dedicada a hacer campaña en favor de las víctimas de la catástrofe de Bhopal, la peor tragedia industrial de la historia. Establecida al principio como una red de grupos de estudiantes universitarios en Estados Unidos para ocuparse de la ausencia de pagos adecuados de la empresa Dow Chemical a las víctimas en concepto de daños y perjuicios, grupos juveniles de todo el mundo han ampliado el alcance de la campaña para resaltar las conexiones con la contaminación y con cuestiones relacionadas con el peligro público en sus propias comunidades. Por ejemplo, se ha celebrado recientemente en Kpémé, Togo, una conferencia juvenil africana sobre Bhopal a la que asistieron hasta 700 miembros de la comunidad local y jóvenes activistas medioambientales de Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil, Ghana, Guinea, Liberia, Níger y Nigeria. En Kpémé hubo una importante mina de fosfato, y los organizadores quisieron que la comunidad local viera su injusticia en el contexto del movimiento medioambiental global. El acto incluyó una proyección de diapositivas que presentaba las historias de Kpémé y Bhopal una junto a otra, lecturas de poesía, un acto de plantación de árboles y la confección de una pancarta para enviarla a Bhopal en solidaridad con la juventud de esa zona. Como consecuencia del acto juvenil, la comunidad de Kpémé ha decidido entablar su propia demanda judicial por daños y perjuicios.

www.studentsforbhopal.org

Buenas prácticas

- ⇒ Crea conexiones de base entre comunidades de diferentes continentes que se enfrentan a la misma lucha por sus derechos económicos, sociales y culturales.
- ⇒ Usa diversas técnicas prácticas para implicar a toda la comunidad.

Materiales para jóvenes sobre la evaluación de políticas locales o nacionales relativas a la juventud

Haciendo realidad los compromisos: Guía juvenil para evaluar políticas nacionales de juventud (Programa de Juventud de la ONU)

www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/spanishtoolkit.pdf

Materiales para informar e investigar sobre la infancia

Principios éticos: Principios éticos para informar acerca de la infancia (UNICEF)

www.unicef.org/spanish/media/media_tools_guidelines.html

También de interés:

Global Justice

Organización estudiantil de Estados Unidos que organiza campañas nacionales de éxito sobre el VIH/sida y cuestiones relativas a los derechos de la infancia

www.globaljusticenow.org

Apoyo a jóvenes defensores de los derechos humanos

La abundancia de causas que necesitan apoyo y el uso por parte de las ONG con visión de futuro de las técnicas que se exponen en esta publicación han propiciado sin duda un incremento del activismo juvenil. Sin embargo, para que la gente joven mantenga su compromiso es necesario apoyarla y animarla. En consecuencia, han surgido varios programas que ofrecen subvenciones, proporcionan asistencia técnica, construyen redes de acción y ofrecen al colectivo de jóvenes activistas el reconocimiento que merecen. Pero es mucho lo que aún queda por hacer en este campo.

El Premio Reebok de Derechos Humanos

El Premio Reebok de Derechos Humanos se fundó en 1988 para reconocer la obra de activistas jóvenes (de un máximo de 30 años) que han hecho contribuciones importantes a causas de derechos humanos por medios no violentos. El premio tiene como objetivo generar una atención internacional positiva para los receptores, además de conceder una subvención de 50.000 dólares de la Fundación Reebok de Derechos Humanos para fomentar su labor. Entre los recientes galardonados figuran una activista de la lucha contra el VIH/sida de Nigeria, una abogada de Nueva York que lucha contra el racismo en el sistema de justicia y un joven afgano que trabaja para crear una cultura de derechos humanos. En 2002, Dita Sari declinó aceptar el premio, por considerar que era hipócrita que la empresa reconociera sus esfuerzos como sindicalista en Indonesia al tiempo que seguía ofreciendo a los trabajadores y trabajadoras en su país unas condiciones que incumplen las normas al uso.

www.reebok.com/static/global/initiatives/rights/awards/index.html

Buenas prácticas

- ⇒ Reconoce logros destacados.
- ⇒ Se ha considerado generalmente parte de un programa positivo más amplio de Reebok para mejorar su compromiso con los derechos humanos (en vez de un gesto simbólico para buscar publicidad).

Forefront Leaders

Forefront Leaders (Líderes de vanguardia) fue fundada por las personas galardonadas con el Premio Reebok de Derechos Humanos en 1998 como una «red global de defensores de los derechos humanos». En la actualidad, Forefront trabaja con más de 50 organizaciones de derechos humanos en 30 países. Forefront proporciona a estos asociados asistencia técnica focalizada, acceso a tecnología y financiación, apoyo en momentos de crisis y formación que pone el énfasis en el intercambio entre activistas. Forefront también fortalece y sirve a la comunidad más amplia de derechos humanos de base compartiendo y extrayendo la amplia base de conocimientos y experiencias de sus asociados y difundiéndola en publicaciones, estudios de casos y otras herramientas prácticas.

www.forefrontleaders.org

Buenas prácticas

- ⇒ Pequeña y ágil, con capacidad para responder con rapidez a las crisis.
- ⇒ Aprovecha la experiencia, la competencia, los contactos y el perfil de una red de iguales de activistas juveniles de derechos humanos.

Innovative Learning Initiative

Innovative Learning Initiative (Iniciativa de aprendizaje innovador) es la denominación de trabajo que aglutina una serie de iniciativas orientadas a la gente joven afiliada a la organización Ashoka, que es pionera en la profesión de «emprendedor social». Fundada en 1980, Ashoka tiene ahora más de 1.500 «miembros de número» en 53 países que reciben inversión económica y servicios profesionales que les permiten poner en marcha con éxito sus empresas sociales. El primer proyecto de Innovative Learning Initiative fue Youth Venture (Operación Juvenil), que proporciona financiación para la puesta en marcha, tutoría y apoyo de equipos de jóvenes para desarrollar empresas voluntarias de servicios a la comunidad. El objetivo es cambiar el modo de pensar de la sociedad para que valore, apoye y confíe en el cambio social liderado por la juventud. Otros proyectos de Innovative Learning Initiative se están iniciando en Brasil, India, Sudáfrica y Tailandia, que aspiran a crear un movimiento global de miles de jóvenes agentes del cambio.

www.ashoka.org

www.youthventure.org



Reunión de jóvenes emprendedores sociales en Tailandia © Ashoka

Buenas prácticas

- ⇒ Aprovecha la red, la financiación y la imagen del conocido y considerado programa de Ashoka.
- ⇒ Se beneficia del profundo conocimiento y la experiencia de los más de 400 emprendedores sociales de Ashoka que trabajan con la juventud.
- ⇒ Se están desarrollando nuevos programas en el ámbito local para responder a contextos concretos.

Al Canadá (de habla inglesa) Programa de becas para la juventud

El programa de becas de Al Canadá, con cinco años de antigüedad, ofrece a las personas jóvenes minisubvenciones de hasta 600 dólares canadienses (490 dólares de EE. UU.) para promover su trabajo de activismo por los derechos humanos. Esto se interpreta en términos amplios y puede incluir contribuciones para sufragar pasajes de avión para personas que van a trabajar como voluntarias en proyectos de derechos humanos en otros países, el coste de la asistencia a conferencias de organizaciones distintas de Al o las tasas de breves cursos de formación (sin embargo, no pueden utilizarse para cursar estudios universitarios). Aunque el programa está abierto a personas que no pertenecen a Al, hasta ahora sólo se ha promovido en publicaciones de la organización. Un comité de selección se reúne cuatro veces al año para examinar las solicitudes y tomar decisiones, y el coordinador de jóvenes y estudiantes de Al supervisa el desembolso de fondos. Al término de su proyecto, las personas beneficiarias de las becas presentan a Al un informe escrito.

Premios Internacionales de Acción Juvenil

Los Premios Internacionales de Acción Juvenil son un programa de la Red Global de Acción Juvenil, grupo de jóvenes radicado en Nueva York. El programa premia cada año con una subvención de 1.000 dólares a unos 10 jóvenes, con el apoyo de donantes como UNESCO, Prodigy Internet y la Fundación Shei'rah. Entre los beneficiarios recientes figuran una joven keniana de 21 años que puso en marcha una organización llamada Kids Rights (Derechos de los niños) para ofrecer a las niñas de la calle conocimientos para desenvolverse en la vida y que les permitan generar ingresos, y una joven afgana de 21 años que puso en marcha una serie de bibliotecas para prestar libros a las mujeres jóvenes de Kabul. Cada año se reciben cientos de solicitudes de personas que aspiran a recibir el premio, que son valoradas por un grupo de dirigentes juveniles de todo el mundo mediante un sistema de evaluación y decisión en línea.

www.youthlink.org

Buenas prácticas

⇒ Programa bien promovido que recibe un buen número de solicitudes de gran calidad.

World Youth Centre

World Youth Centre (WYC) (Centro Mundial de la Juventud) es un ambicioso proyecto que aspira a crear un centro internacional para apoyar iniciativas juveniles globales. Lanzado originalmente como «proyecto heredado» de la fallida candidatura de Toronto, Canadá, para organizar los Juegos Olímpicos de 2008, WYC ha sido llevado adelante por jóvenes y personas que trabajaron para el municipio. Aunque los planes para construir un centro físico se encuentran en fase de elaboración, se han presentado varios proyectos piloto, como una reunión anual de 15 emprendedores sociales excepcionales de edad inferior a 24 años. El programa incluye formación en aptitudes, seminarios sobre valores, oradores que marcan la pauta, visitas a organizaciones locales sin fines de lucro en Toronto y planificación de proyectos locales que los emprendedores aplicarán cuando regresen a sus hogares. Lo que hace que WYC sea una iniciativa fuera de lo corriente es la duración de su programa intensivo: cuatro semanas.

www.worldyouthcentre.com

Buenas prácticas

⇒ Desarrollo de un programa piloto para poner a prueba conceptos básicos y conseguir apoyo.

punto clave

⇒ Toronto es un centro de iniciativas juveniles internacionales, y hay varias radicadas en la ciudad.

Youth Leadership Jams

Las Youth Leadership Jams (concentraciones de líderes juveniles) constituyen el proyecto principal de Youth for Environmental Sanity (Juventud por la Sensatez Medioambiental), una organización de California, Estados Unidos, que «conecta, inspira y empodera a jóvenes agentes del cambio para que unan sus fuerzas por una forma de vida próspera, justa y sostenible para todos». Un número creciente de «jams» reúnen cada año a jóvenes defensores de los derechos humanos y de la justicia social para compartir ideas y reflexionar sobre su trabajo. Las «jams» son reuniones reducidas y flexibles, que centran la atención tanto en la inspiración como en el aprendizaje de nuevos conocimientos o en la planificación de acciones. La «jam» insignia es la World Youth Leadership Jam (concentración mundial de líderes juveniles), que se celebró en 2004 en la India y en 2005 en Senegal. Otras «jams» recientes han sido la Youth Jam USA



© Particular

(concentración de jóvenes estadounidenses, con el lema «aprovechar los privilegios para el cambio social»), sólo con participantes de altos niveles de riqueza; la Art In Action YES Jam (concentración de «arte en acción»), que reunió a activistas culturales jóvenes, otras «jams» en América Latina y una exclusivamente para activistas indígenas.

www.youthjams.org

Buenas prácticas

- ⇒ Énfasis en la facilitación de expertos.
- ⇒ Raro espacio para la reflexión: tiene lugar lejos de los hogares y lugares de trabajo de los jóvenes activistas.

También de interés:

GlobalYouthConnect

Red dirigida por jóvenes que envía delegaciones para visitar e informar sobre países que sufren abusos contra los derechos humanos.

www.globalyouthconnect.org

Premios de YouthAction Net

Subvenciones de 1.000 dólares para jóvenes de todo el mundo que hayan actuado para generar cambios; patrocinado por Nokia.

www.youthactionnet.org

YouthBank

Importante iniciativa del Reino Unido que concede minisubvenciones a jóvenes que dirigen proyectos que benefician a sus comunidades locales

www.youthbank.org.uk

Children and Youth in Action

Red de grupos de niños y niñas trabajadores y de la calle de 20 países africanos

www.enda.sn/eja/

Reunión de World Movement of Working Children and Adolescents

Reunión que congrega a niños y niñas trabajadores y de la calle para encontrar una causa común; se celebra en Berlín, Alemania.

www.iicrd.org/cap/node/view/144

3. Participación



Sudan Correspondents, véase página 71

Ahora ya han planeado campañas e iniciativas para captar a la juventud, han efectuado amplias consultas, han escuchado opiniones de jóvenes y han usado su voz para presentar sus objetivos, les han ofrecido una red, un sitio web, un boletín informativo. Miles de jóvenes, tal vez decenas de miles, han secundado varias acciones.

Pero sigue faltando algo. No hay ninguna estructura que aliente el apoyo de la juventud a largo plazo; una vez terminada la acción, la gente joven pasa a otra cosa. Las expectativas sobre el crecimiento del activismo quedan truncadas, las predicciones económicas no se cumplen. La creación de una estructura de membresía juvenil clara es una opción. Otras organizaciones, como los organismos de la ONU, no desean necesariamente contar con una estructura juvenil propia, pero aun así consideran a la juventud una parte interesada que debe incorporarse a los procesos de planificación y gobernanza.

En los últimos 10 años ha tenido lugar una explosión en el número de iniciativas para la participación juvenil, desde juntas consultivas de jóvenes hasta programas de trabajo en prácticas, desde foros juveniles hasta talleres de formación. Algunas de estas iniciativas han cosechado un éxito considerable y han añadido fuerza organizativa en cuanto a número, diversidad, fondos y activismo. Pero el fracaso de otras ha dejado hastiados a sus promotores, que se preguntan por qué, si tenían las mejores intenciones, sus programas juveniles no tuvieron impacto ni resultaron sostenibles.

NO EXISTE UNA ÚNICA «FORMA CORRECTA» DE ESTRUCTURAR LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD EN UNA ORGANIZACIÓN.

No existe una única forma correcta de estructurar la participación de la juventud en una organización. Lo que funciona para el Banco Mundial es improbable que funcione para Greenpeace. Lo que funciona para Amnistía Internacional puede no funcionar para una red regional de estudiantes de África. Las organizaciones deben identificar sus prioridades fundamentales y hacerse algunas preguntas cruciales:

¿Necesita la organización que las personas jóvenes pasen a ser miembros formales o concede más valor a su participación esporádica?

¿Son sus hábitos de trabajo y su imagen tan poco atractivos para la juventud que es necesario establecer una división nueva e independiente para el público más joven?

¿Debe estar presente la responsabilidad sobre la juventud en todos los sectores de la organización, o debe haber un equipo específico para el trabajo con jóvenes?

Las iniciativas de participación de más éxito serán las que se basen en diversos enfoques, y por tanto las que puedan satisfacer todas las complejidades de la participación juvenil.

Para garantizar la participación de la juventud a largo plazo –y gestionar la transición de miembro-activista juvenil a miembro-activista adulto– es necesario un enfoque múltiple y una comprensión clara de las necesidades de la gente joven que se espera que participe. Lo que necesita una persona de 15 años es muy diferente de lo que necesita una de 23 años, que a su vez es diferente de lo que miembros y participantes de toda la vida necesitan para permanecer activos cuando han cumplido 30 años.

Por su naturaleza, una estructura juvenil entregada –tanto profesional como voluntaria– tendrá un elevado índice de renovación, que requiere una gestión cuidadosa. Y si no se da ese elevado índice de renovación, debería haberlo. La responsabilidad debe transferirse de forma periódica y efectiva de unos dirigentes juveniles a otros, para evitar la creación de «jóvenes profesionales». El objetivo no es sólo que haya un participante juvenil dentro de una burocracia adulta, sino utilizar esa participación para cambiar y crecer y para llegar a nuevos públicos.

Este capítulo ilustra la tercera parte de la estrategia de AI para el trabajo con jóvenes, con ejemplos claros de buenas prácticas. Las organizaciones que se reseñan disponen de infraestructuras claras y diferenciadas para la participación juvenil o trabajan con denuedo en otras áreas para que la gente joven siga trabajando en ellas el resto de su vida.

Formación y estructuras juveniles eficaces

Una cuidadosa estructuración de la participación de la juventud es fundamental para garantizar la eficacia. Las buenas prácticas que se ilustran en estas páginas atribuyen por lo general la máxima responsabilidad posible a la gente joven y las estructuras juveniles locales. De este modo los costes son bajos, pero sólo funciona con apoyo, formación y recursos firmes y centralizados.

Red de Acción de Estudiantes de AI Reino Unido

La Red de Acción de Estudiantes de la Sección Británica de AI (STAN, por sus siglas en inglés) es posiblemente la estructura estudiantil más antigua dentro del movimiento de AI: las actas de su primera conferencia datan de 1979, pero es probable que su fundación sea aún más antigua. La red conecta a casi un centenar de grupos estudiantiles en campus universitarios de todo el Reino Unido, cada uno con hasta 300 miembros. Estos grupos se reúnen regularmente, participan en los Expedientes de Acción de AI (trabajo a largo plazo, normalmente en favor de una víctima de violaciones de derechos humanos conocida), organizan recaudaciones de fondos y realizan trabajo sectorial de medios de comunicación con la prensa local. Cada grupo elige democráticamente a las personas que ocuparán la presidencia, la secretaría y el puesto de responsable de actividades. La Sección Británica de AI proporciona apoyo a las personas titulares de los cargos, que incluye una serie de folletos de la serie «How To» (*How to Run a Great Freshers' Fair* –actividades para nuevos estudiantes–, *How to Recruit and Retain Members*, etc.), así como una actividad de formación de ámbito nacional en el mes de junio como preparación para el comienzo del siguiente año académico. El otro acto clave en el calendario de la Red de Acción es la Conferencia General Anual de Estudiantes y la Asamblea General Anual: dos días y medio repletos de talleres sobre actividades de campaña, establecimiento de contactos y formación, con inspiradores oradores externos como ex presos de conciencia.

El comité de la Red de Acción es elegido por todos los grupos de estudiantes en la Asamblea General Anual, en la que a menudo se presentan muchos candidatos para las seis plazas. El comité se reúne una vez al mes. El mandato incluye realizar aportaciones al trabajo de AI a través de la Conferencia de Planificación del Activismo y de consultas ad hoc, así como la elaboración de políticas y la participación en la Asamblea General Anual de la Sección Británica de AI, en la que el comité de la Red de Acción, entre otras cosas, ha desempeñado un papel fundamental en la defensa de la inclusión de personas menores de 18 años.

Encontrarán más ejemplos de formación en el capítulo sobre **Activismo**.

Programa de formación de dirigentes de AI Suecia

En 2003, la Sección Sueca de AI puso en marcha su programa de formación de dirigentes, un programa intensivo de dos años de duración concebido para aumentar la actividad y fomentar el desarrollo de nuevos líderes dentro de la Sección. Aunque la mayoría de los participantes son jóvenes, el programa funciona mejor cuando incluye también a algunos participantes de más edad. El programa de formación consta de seis secciones distintas: derechos humanos y AI; oratoria pública y formación; acciones de campaña; dinámica de grupos; gestión y toma de decisiones formales, y liderazgo. En cada sección, los participantes pueden intercambiar experiencias e ideas y conocerse mejor. La selección de participantes se lleva a cabo mediante solicitudes por escrito. El programa ha incrementado ya el activismo dentro de la Sección Sueca, y su reducido coste ha sido compensado con creces por las iniciativas de recaudación de fondos desarrolladas por las personas participantes.

AI Canadá (de habla inglesa) Programa de trabajo en prácticas para jóvenes

El programa homologado de pasantías para jóvenes de la Sección Canadiense de AI se estableció en 2000 para ayudar a la gente joven que iniciaba su carrera en el sector de los derechos humanos. Para garantizar que el programa es accesible y atractivo para canadienses de diversas condiciones, se asigna (excepcionalmente) a las pasantías de AI Canadá un pequeño salario equivalente al de otros trabajos de verano, lo que permite que estudiantes en dificultades puedan presentar su solicitud. El programa se promueve a través de las publicaciones de AI y en el sitio web de la Sección, así como en sitios web de empleo en organizaciones benéficas y en universidades. Cada año se reciben más de 600 solicitudes. Para seleccionar a las dos personas que trabajarán en prácticas cada año, se da preferencia a las que carecen de experiencia previa comparable. El comité de selección incluye a una persona que desempeñó con anterioridad una pasantía.

Las personas en prácticas tienen asignado un tutor de entre los miembros del personal, reciben orientación intensiva durante dos semanas y asisten a diversas reuniones. Durante su estancia veraniega con AI, estas personas aplican sus propios conocimientos a diversos proyectos, como la mejora del sitio web juvenil o la elaboración de una carpeta de materiales para el activismo en relación con una campaña prioritaria. El programa incluye una evaluación intermedia y la presentación de un informe seguida de una evaluación final.

Al Reino Unido: Trabajo en prácticas para fomentar la capacidad de acción de los Grupos locales

El amplio apoyo de la Sección Británica de AI a sus grupos locales de estudiantes no sería posible sin el trabajo en régimen de pasantía de dos personas dedicadas exclusivamente a ello cada año. Estos dos puestos no remunerados tienen una duración de seis meses y suponen la coordinación del apoyo a los grupos existentes, el desarrollo de grupos y el trabajo sectorial en universidades donde no hay presencia de AI. El primer puesto se dedica a apoyar la «Semana de los Novatos», primera semana del año académico en la que muchos estudiantes se inscriben en clubes universitarios. La persona que desempeña la pasantía viaja a las universidades en las que no hay presencia de AI y organiza puestos para estimular la formación de grupos, y ayuda a los grupos nuevos y en desarrollo a organizar sus primeras reuniones del año, reservar salas, hablar sobre AI y facilitar las relaciones con los sindicatos estudiantiles locales. La segunda persona en prácticas coordina una gira anual de oradores de dos semanas de duración, durante la cual defensores de los derechos humanos de otros países comparten sus experiencias con estudiantes miembros de AI. La gira visita entre 10 y 15 universidades del Reino Unido. La persona que ocupa la pasantía coordina todos los aspectos, desde la identificación del orador, la organización de visados, la coordinación con grupos de estudiantes, la obtención de cobertura de los medios de comunicación y la realización de una evaluación. La Sección Británica promueve el trabajo en prácticas a través de su membresía y sus redes, así como en universidades concretas, y en el pasado ha destinado al menos a una de las pasantías un estipendio relativamente generoso.

Fundación Heritage

La Fundación Heritage, uno de los laboratorios conservadores de ideas más destacados de Estados Unidos, pone en marcha cada año un programa de pasantías para jóvenes amplio y bien dotado de recursos, que alcanza su punto culminante durante el periodo de vacaciones universitarias de los meses de verano. En 2005, el programa de verano supuso la asignación de 64 personas para trabajos en prácticas en todos los sectores de la organización, desde la investigación sobre política nacional o exterior hasta las comunicaciones, la gestión de actos y la contabilidad. En comparación con otras ONG, la Fundación Heritage ha realizado una inversión inusitadamente elevada en su programa de pasantías; con un coste global del programa de 570.000 dólares al año, todas las personas que trabajan en prácticas reciben un estipendio de 2.500 dólares y la oportunidad de participar en formación, actos especiales y excursiones. Además, Heritage proporciona alojamiento a 30 personas que desempeñan trabajos en régimen de pasantía.

www.heritage.org/About/Internships/

Buenas prácticas

- ⇒ El prestigio de la Fundación Heritage atrae a un número elevado de solicitantes.
- ⇒ La inversión en alojamiento y estipendios racionaliza la gestión del programa y amplía la oportunidad a una variedad mayor de solicitantes.
- ⇒ Compromiso de alto nivel de la dirección superior de la Fundación Heritage con el éxito del programa.

Participación de la juventud en la toma de decisiones

Organizaciones diferentes necesitan –y alientan– diferentes niveles de participación de la juventud en sus estructuras decisorias. Para las asociaciones basadas en una estructura de membresía, garantizar la presencia de miembros jóvenes en el gobierno es una necesidad democrática. Otras organizaciones han establecido mecanismos formales para captar a jóvenes para sus juntas directivas y reuniones anuales. Varias instituciones han creado foros y han fomentado la creación de «caucus» o grupos juveniles que permiten la presencia de jóvenes –y posiblemente su influencia– en la toma de decisiones sin concederles el derecho de voto efectivo.

Foro de la Juventud de la UNESCO

El Foro de la Juventud de la UNESCO precede inmediatamente a la reunión del máximo órgano decisorio de la organización, la Conferencia General, que se celebra cada dos años en la sede de la organización en París, Francia. El primer Foro de la Juventud se celebró en 1999. Las 150 personas que asisten como delegadas son propuestas por la Comisión Nacional para la UNESCO de cada país, y un número reducido –pero en aumento– están plenamente integradas en sus delegaciones nacionales para la Conferencia General además de en el Foro de la Juventud. Sin embargo, este enfoque tiene el inconveniente de que, al delegar la selección en el nivel nacional, el proceso es menos transparente. En cada Foro se ha tratado un reducido número de cuestiones fundamentales (como la paz, el agua, las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo, la reducción de la pobreza y el VIH/sida) y se han examinado las modalidades de captación de la juventud por parte de la UNESCO. Cada Foro elige un comité de redacción, que es responsable de elaborar recomendaciones y un informe pormenorizado. El grupo elige asimismo a una persona joven para que haga una presentación ante la Conferencia General una vez concluido el Foro de la Juventud. En 2003 esta presentación (y la ulterior captación de apoyos) contó con un número sin precedentes de copatrocinadores de una resolución que reforzaba el apoyo a la programación juvenil de la UNESCO.



Una delegada en el Foro de la Juventud de la UNESCO
© UNESCO

www.unesco.org/youth

Buenas prácticas

- ⇒ La UNESCO tiene un compromiso a largo plazo con el Foro de la Juventud, y en consecuencia pone el énfasis en aprender y mejorar con cada sesión.
- ⇒ Oportunidad de que la gente joven materialice sus aportaciones y las presente directamente a las delegaciones gubernamentales en el Plenario de Apertura.

Retiro Mundial Juvenil y Consejo Asesor Juvenil del Programa de la ONU para el Medio Ambiente

El Retiro Mundial Juvenil y el Consejo Asesor Juvenil del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) es una reunión bienal que se celebra coincidiendo con la reunión del Consejo de Administración del PNUMA. El acto de 2005 reunió a 44 líderes de organizaciones medioambientales juveniles de 34 países. Las delegaciones son seleccionadas por el PNUMA y no por los gobiernos nacionales. Durante el retiro, las delegaciones eligen a los 12 miembros (dos por región) del Consejo Asesor Juvenil, en quienes recae la responsabilidad de representar a la juventud en las negociaciones intergubernamentales e internacionales sobre cuestiones medioambientales durante los dos años siguientes. Tanto si las personas jóvenes pueden representar de hecho con eficacia a sus iguales como si no, realizan una importante función de coordinación y establecimiento de contactos para los activistas juveniles internacionales en materia de medio ambiente. También han asesorado al PNUMA acerca de la mejor manera de incorporar a la juventud a las actividades del Programa.

www.unep.org/tunza

Buenas prácticas

⇒ El Consejo Asesor Juvenil del PNUMA constituye un foro permanente para la organización de la juventud entre un retiro y el siguiente.

punto clave

⇒ El tamaño del Consejo Asesor garantiza que siempre quedará un grupo activo.

«Según mi experiencia, el problema de la participación juvenil nunca reside en la juventud. ¡Siempre reside en los adultos! Así pues, la regla de oro para quienes deseen promover la participación de la juventud en cualquier campo es EDUCAR A LOS ADULTOS con los que intentan participar.»

David Woollcombe, presidente de Peace Child International

Seis desafíos relacionados con la inclusión de jóvenes en las juntas directivas de las organizaciones

- ⇒ La duración del nombramiento. En algunas ocasiones, las personas que integran las juntas sólo pueden adquirir un conocimiento pleno y hacer una contribución real en el transcurso de varios mandatos, mientras que los representantes juveniles suelen ser sustituidos después de un solo mandato.
- ⇒ Es improbable que la gente joven tenga conocimientos especializados sobre un área práctica que la junta directiva considere de valor (como el derecho o la contabilidad).
- ⇒ Existe a menudo falta de respeto a las contribuciones de personas jóvenes, aun cuando sus competencias o experiencias personales son pertinentes.
- ⇒ Las responsabilidades de la gente joven suelen limitarse a áreas triviales o puramente superficiales.
- ⇒ Las personas jóvenes que acceden por primera vez a una junta directiva pueden experimentar en ese entorno un intenso choque cultural. Lo mismo puede sucederles a otros integrantes de la junta, que en consecuencia pueden tratarlas con condescendencia y limitar aún más la participación juvenil.
- ⇒ Puede haber falta de información apropiada sobre las estructuras, la historia, la política y la estrategia de la organización.

Materiales sobre la inclusión de jóvenes en la toma de decisiones de una organización

How To Successfully Involve Young Women In Decision Making (Women's Institute for Leadership Development for Human Rights)

www.wildforhumanrights.org/hrtoolkit/callforinclusion/p7.html

McCreary's Youth Advisory Council (McCreary Centre Society)

www.mcs.bc.ca/ya_yac.htm

Youth Involvement Toolkit (National Foster Youth Advisory Council).

Incluye un recurso sobre asociación intergeneracional.

www.fyi3.com/fyi3/toolkit/index.cfm

Why and How to Involve Young People in Organizational Decision-Making y 14 Points to Successfully Involving Youth in Decision Making (Youth on Board)

www.youthonboard.org/publications.htm

Participation: Sharing the stage. Guía práctica para ayudar a los responsables de tomar decisiones en las organizaciones a comprender la importancia de la participación juvenil (Children and Young People's Commission of NSW, Australia).

www.kids.nsw.gov.au/files/sharingthestage2.pdf

Meaningful Youth Participation in International Conferences. A Case Study of the International Conference on War-Affected Children (Canadian International Development Agency)

[www.acdi-cida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Childprotection/\\$file/war-affected-children.pdf](http://www.acdi-cida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Childprotection/$file/war-affected-children.pdf)

At the Table

www.atthetable.org/

Designación de jóvenes como portavoces

La función oficial de portavoz juvenil dentro de la estructura de una organización puede ayudar a captar a otras personas jóvenes, pues la presión de los iguales es una forma poderosa de influir en la juventud. Si una persona joven ve que otras como ella hablan de cuestiones serias, es más probable que piense que podría y debería involucrarse, en vez de considerar que se trata de algo que mejor se deja a los adultos. Muchas organizaciones imparten formación a jóvenes para que las representen oficialmente en la comunidad, en las asambleas escolares e incluso en los medios de comunicación.

Free the Children

Free the Children fue fundada en Canadá en 1996 por Craig Kielburger, que entonces tenía 12 años de edad, tras leer un artículo sobre el asesinato de Iqbal Masih, de 14 años, ex menor trabajador y activista de los derechos humanos en Pakistán. Con la consigna «niños ayudando a niños», Free the Children se convirtió rápidamente en una fuerza de derechos humanos, gracias al dinamismo de su fundador, al apoyo de sus progenitores y a la competencia administrativa de su hermano de 16 años. Cuando tenía 13 años, Craig viajó a la India para reunirse con menores trabajadores, un viaje que coincidió casualmente con una visita oficial del primer ministro de Canadá, Jean Chrétien. Con la celebración de una conferencia de prensa en la que exigió una entrevista con el primer ministro de su país para hablar del historial de la India en materia de derechos de la infancia, Craig logró «apropiarse» del viaje oficial en apoyo de su causa. A este viaje le siguieron más de 45 para reunirse con niñas y niños marginados de todo el mundo. Free the Children ha movilizado desde entonces a 100.000 miembros juveniles en Canadá y otros países



Craig Kielburger
© Free the Children

es y ha recaudado dinero para construir cientos de escuelas y distribuir material de atención a la salud. La organización ha establecido asimismo alianzas con organismos como la Oficina del representante del secretario general de la ONU para la infancia y los conflictos armados. Craig ha seguido teniendo un papel fundamental en Free the Children, ha defendido la causa mediante apasionadas intervenciones públicas y ha sido el protagonista de un libro y de una galardonada película documental. Craig es ya estudiante universitario, por lo que se han planteado legítimas dudas acerca de la longevidad de Free the Children y de la dependencia de la organización de su dinámico líder. Sin embargo, Free the Children sigue creciendo y demuestra la fuerza de la juventud para defender causas entre sus iguales.

www.freethechildren.org

puntos clave

- ⇒ Líder bien conocido cuyo dinamismo personal y la cobertura que ha obtenido de los medios de comunicación han generado un inmenso apoyo, tanto económico como en términos de membresía.
- ⇒ Unas de las escasas organizaciones grandes establecidas «por menores para menores».

UNICEF REINO UNIDO

UNICEF Reino Unido ha seleccionado recientemente a un grupo de seis jóvenes para que represente a la organización antes sus iguales y en los medios de comunicación. Mediante visitas a proyectos de UNICEF, el grupo aprende acerca de los derechos de la infancia, adquiere los conocimientos necesarios para transmitir esas enseñanzas a otras personas y aprende a comunicar los mensajes fundamentales de UNICEF a través de los medios de comunicación. El grupo cuenta con el apoyo de un miembro del personal radicado en Londres que coordina sus actividades. Cada miembro del grupo trabaja como voluntario entre 10 y 20 días para UNICEF durante un periodo de dos años. Debido a la escasez de puestos de esta naturaleza, a muchos jóvenes que no son seleccionados se les ofrecen otras oportunidades en la organización.

www.therightssite.org.uk

Buenas prácticas

⇒ Se imparte formación en el trabajo de UNICEF.

Sudan Correspondents

Sudan Correspondents (Corresponsales en Sudán) fue una iniciativa organizada por mtvU, la red universitaria estadounidense de MTV, en abril de 2005, coincidiendo con el undécimo aniversario del comienzo del genocidio de Ruanda. La red mtvU seleccionó para una misión de 10 días a tres estudiantes para actuar de corresponsales e informar sobre la crisis humanitaria de Darfur, en Sudán. Sin embargo, el gobierno sudanés no concedió visados a los estudiantes, por lo que estos realizaron una gira por varios campos de refugiados en el vecino Chad. El viaje fue filmado y emitido en mtvU como parte de un día de programación dedicada a la crisis y relacionada con STANDFast, jornada nacional de recuerdo y acción por Darfur.

www.mtvu.com/on_mtvu/activism/



Campo de refugiados visitado por los «corresponsales en Sudán» © MTV

Buenas prácticas

⇒ Personas jóvenes utilizaron medios de comunicación de sus iguales para presentar su mensaje

Adopción de un enfoque de ciclo vital para la membresía juvenil

Las necesidades de una persona de 14 años son muy diferentes de las de una persona de 25. Esto explica que algunas de las organizaciones que obtienen mejores resultados a la hora de implicar a la juventud en sus estructuras segmenten aún más la participación. En ese proceso pueden analizar los diversos niveles y formas de educación así como las circunstancias económicas de las personas jóvenes. De este modo se garantiza que los materiales y las actividades se dirigen a los destinatarios adecuados y que la gente joven sigue interesada e implicada durante un periodo más prolongado y a lo largo de las diferentes etapas de su vida. Es interesante constatar que, en algunas de las iniciativas de mayor éxito, diferentes segmentos de la juventud han logrado complementarse mutuamente en habilidades concretas.

Al Canadá (de habla inglesa) Programa de Trabajo sobre el Terreno

En los últimos años, Al Canadá ha llevado a cabo un esfuerzo coordinado para implicar a la membresía juvenil y estudiantil en su Programa de Trabajo sobre el Terreno, de carácter voluntario. Este programa intensivo se considera una «estructura intermedia» entre la membresía y el personal, que coordina el apoyo y la formación de la membresía sobre el terreno, ayuda a establecer grupos y presta asistencia en la resolución de conflictos. Dominado tradicionalmente por membresía de mayor edad de Al Canadá, el Programa de Trabajo sobre el Terreno ha tenido una aceptación especial por parte de los alumnos graduados en la «Universidad de Derechos Humanos» de la Sección, y ha resultado ser una manera útil de mantener el interés de las personas más jóvenes una vez que han dejado el programa de Jóvenes y Estudiantes. El Programa de Trabajo sobre el Terreno también se ha adaptado para que sea más accesible a la juventud: la formación tiene lugar ahora durante fines de semana; la gente joven participa en la realización de talleres; se ofrece más información sobre organización de grupos escolares; y se comunica con más claridad que los costes son sufragados por AI. La tutoría que se produce de manera intrínseca entre trabajadoras y trabajadores sobre el terreno con distinto grado de experiencia han sido decisivas para su éxito. En la actualidad, de los 80 trabajadores sobre el terreno comprometidos con carácter voluntario, aproximadamente un tercio son jóvenes, y la actual presidencia del Consejo de Trabajadores sobre el Terreno la ocupa un miembro joven que asistió a la primera Universidad de Derechos Humanos.

Grupos de Estados Unidos Fusión intergeneracional

En Madison (Wisconsin, Estados Unidos), el Grupo Local 139 y el Grupo de estudiantes de la Universidad de Wisconsin-Madison se han fusionado recientemente, ya que el tamaño y la eficacia de ambos Grupos estaban disminuyendo. El Grupo de estudiantes de AI se enfrentaba en el campus a la competencia de grupos dedicados a una sola cuestión (como Estudiantes por Darfur) que llevaban a cabo acciones más centradas y exigían menos tiempo a la gente. El Grupo local, por su parte, no lograba captar miembros más jóvenes. La fusión exigió cambios y concesiones por ambas partes. Los estudiantes estaban acostumbrados a reunirse con mucha frecuencia pero sin horarios fijados de antemano, mientras que el Grupo local se reunía una sola vez al mes en una fecha regular. Las reuniones estudiantiles se celebraban generalmente en lugares muy informales, que no disponían de aforo suficiente y eran demasiado ruidosos para la membresía de mayor edad. Ahora las reuniones se programan con periodicidad semanal y se celebran en lugares más formales del campus. El nuevo Grupo fusionado se ha beneficiado de las circunstancias especiales de los dos Grupos anteriores: los estudiantes pueden movilizar a un número mayor de personas en torno a las campañas de AI, pueden acceder de forma gratuita a salas de reunión y aportan ideas creativas y energía; la membresía del antiguo Grupo local aporta mayores recursos económicos, conexiones en la comunidad (por ejemplo, con medios de comunicación o autoridades locales) y mayor experiencia en el trabajo de AI y en los recursos y las oportunidades que AI puede ofrecer. Un estudiante señala: «Las personas que no son estudiantes y la gente de mayor edad ensanchan los horizontes de los estudiantes y los sacan de su propio mundo y del pequeño territorio del campus».

«La participación juvenil tiene mucho que ver con la asociación, con trabajar juntos como iguales y mostrar respeto por la contribución que hace la juventud.»

**Pip Collin, director de participación juvenil,
Inspire Foundation**

Coordinación nacional e internacional del trabajo con la juventud

En el mundo en proceso de globalización de nuestros días, las principales cuestiones objeto de defensa y los métodos de comunicación son de carácter internacional, como el calentamiento global, la trata de niñas y niños o Internet. Afortunadamente, esto concuerda a la perfección con los intereses y conocimientos de la juventud. La mejor vía para satisfacer la necesidad de mejorar la comunicación internacional y de formar coaliciones pasa por estructuras dirigidas por jóvenes y por sacar partido de la reducción de las barreras para los viajes internacionales, el aumento de la movilidad (especialmente en la Unión Europea) y la posibilidad de redes globales de comunicación en línea.

AEGEE

AEGEE es una de las asociaciones independientes de estudiantes más grandes de Europa, con más de 17.000 miembros en 260 secciones universitarias («antenas»). Su misión es promover una Europa unificada y fomentar la democracia, los derechos humanos, la tolerancia, la movilidad y una dimensión europea en la educación. Entre las actividades figuran días de acción sobre temas clave, viajes para el estudio de casos y proyectos de intercambio, talleres, cabildeo, universidades de verano, formación, publicaciones y medios de comunicación. AEGEE está dotada de una estructura de gobierno y gestión única y eficaz. Cada seis meses se celebra una asamblea («Ágora») de ámbito europeo, que decide las cuestiones prioritarias y elige a una junta directiva, compuesta por tres personas que ocupan la presidencia, la secretaría y la tesorería y un máximo de seis miembros adicionales. La junta no sólo actúa como secretaría de la organización para los asuntos cotidianos –presta apoyo administrativo, se reúne con partes externas y viaja a conferencias en toda Europa–, sino que sus integrantes viven juntos en la sede de AEGEE, una espaciosa casa de tres plantas en Bruselas, Bélgica.

www.aegee.org

Buenas prácticas

- ⇒ La ausencia de estructuras nacionales (sólo locales y regionales) contribuye a una estructura de gobierno más simple y rápida que resulta atractiva en una época de globalización.
- ⇒ La movilidad dentro de la Unión Europea (en términos de derecho al trabajo) permite a los miembros de la junta directiva de AEGEE viajar desde sus respectivos países para trabajar juntos en Bruselas.

AIESEC International

AIESEC International es una de las mayores organizaciones estudiantiles del mundo, con presencia en casi 1.000 universidades de todo el planeta. Dirigida íntegramente por estudiantes, la actividad principal de AIESEC es organizar un programa internacional en gran escala de colocación laboral para estudiantes. Aunque gran parte del trabajo de AIESEC se delega en voluntariado nacional y local, la coordinación global es responsabilidad de una Secretaría Internacional de seis miembros radicada en Rotterdam, Países Bajos. Las seis personas que ejercen funciones directivas son elegidas entre la membresía por las delegaciones de los 59 países miembros, y se les proporciona un salario y alojamiento. Hay un periodo formal de transición de ocho semanas cada año para facilitar la transferencia de las labores de dirección.

www.aiesec.org

Buenas prácticas

- ⇒ La gestión de los conocimientos es fundamental para asegurar el éxito de la transición durante la renovación institucionalizada del personal.
- ⇒ AIESEC tiene un modelo empresarial de éxito que le permite cubrir de manera íntegra y permanente los costes de su Secretaría Internacional y de los viajes internacionales necesarios.

75

Juventud – Activismo – Compromiso – Participación

Boletín *Plugged In* de AI Estados Unidos

La Sección Estadounidense de AI produce un boletín electrónico mensual, *Plugged In*, concebido para adolescentes y estudiantes. Distribuido a más de 20.000 personas, tanto de la membresía como ajenas a la organización (la suscripción está disponible en el sitio web www.amnestyusa.org), el boletín incluye una actualización sobre las campañas, las noticias, los recursos, los actos y las asociaciones de AI. El boletín está diseñado en formato HTML, incluye ilustraciones y su diseño es sencillo y nítido.

<http://takeaction.amnestyusa.org/newsletter/>



«Los adultos deben dejar libre el camino; la gente joven es la que está más capacitada para adoptar comportamientos colectivos, ejercer el autocontrol y motivar al grupo, en ausencia de la intervención de adultos.»

Justine Cassell, profesora de Medios de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Northwestern University

Siete razones por las que el trabajo juvenil puede fracasar en organizaciones grandes

- ⇒ No asignar siquiera una persona de manera exclusiva al trabajo con jóvenes.
- ⇒ Asignar de forma automática las competencias sobre la juventud a la persona más joven de la organización (dando por supuesto que está más en contacto con la juventud) sin tomar en consideración la pertinencia de sus conocimientos o capacidades; a menudo esto significa no sólo que se asignan las competencias sobre la juventud a personas no cualificadas, sino que éstas luchan por conseguir los recursos y el perfil necesarios para el trabajo con la juventud en el seno de la organización.
- ⇒ No reconocer el trabajo con la juventud como un elemento estratégico o importante por parte de la dirección superior. Esto significa que la dirección no considera las dimensiones juveniles a la hora de elaborar nuevos programas y políticas, sino que se deja al coordinador de trabajo sobre juventud la tarea de «añadir» algo, que en consecuencia es probable que adolezca de una integración deficiente, carezca de recursos y se aplique de forma ineficaz.
- ⇒ Atención excesiva a la selección de personas basada en sus cualificaciones (e incluso políticas restrictivas al respecto), en vez de tomar en cuenta la experiencia demostrada en la captación y organización de jóvenes.
- ⇒ Dependencia excesiva de un programa juvenil aislado, en vez de transversalizar la responsabilidad de lograr el compromiso de la juventud en toda la organización.
- ⇒ Falta de atención a una labor permanente de documentación, evaluación y gestión del conocimiento que permita una transición eficaz del personal. Especialmente frecuente (y de consecuencias más catastróficas) en organizaciones en las que a la persona más joven (y a menudo promovida rápidamente) se le asignan las competencias sobre la juventud.
- ⇒ Falta de formación y desarrollo profesional a los coordinadores del trabajo sobre juventud (por ejemplo, acerca de metodologías de participación juvenil o de políticas para la protección de la infancia), debido probablemente a la sensación, no declarada por la dirección, de que el compromiso de la juventud «no es en realidad una disciplina profesional».

Reuniones y consejos asesores de la juventud

Para que la gente joven mantenga su compromiso con una organización y trabaje de forma productiva dentro de sus estructuras, necesita motivación, inspiración y a veces sólo una caja de resonancia. Las conferencias, los foros, los campamentos y las reuniones de los consejos asesores brindan a la juventud la oportunidad de experimentar otras culturas, compartir perspectivas, recibir formación y desarrollar proyectos de colaboración. Los mejores actos no son «hechos excepcionales», sino hitos en el marco de programas mucho más amplios.

World Scout Jamboree

World Scout Jamboree es un congreso de scouts procedentes de todo el mundo que se celebra cada cuatro años durante 10 días de actividades y de intercambio cultural. Se espera que unos 40.000 jóvenes acampen, vivan y trabajen codo con codo en el XXI congreso, que se celebrará en el Reino Unido en el verano de 2007. El tema del evento será «Un mundo, una promesa», y uno de los aspectos principales será la Aldea de Desarrollo Global, que incluirá talleres, debates y exposiciones interactivas sobre desafíos globales clave y fórmulas para que el movimiento scout pueda hacer contribuciones prácticas a la resolución de estos problemas. La mayoría de las ediciones anteriores de este congreso mundial de scouts se han celebrado en el Norte, aunque los dos últimos tuvieron lugar en Chile (1999) y Tailandia (2002). Cada año se celebran también hasta 10 congresos regionales más reducidos.

www.scouting2007.org/english/2007/introduction.php

Buenas prácticas

⇒ La enorme magnitud del evento lo convierte en una experiencia irrepetible.

punto clave

⇒ Fuerte tradición e historia detrás de la reunión.

«Traten de conectar con todo el mundo en la esfera personal: entérense de cuales son los intereses individuales de la gente y relaciónenlos con su visión.»

Maja Andjelkovic, Instituto Internacional de Desarrollo Sostenible

Junior Summit 1998

Junior Summit 1998 (Conferencia juvenil 1998) fue una ambiciosa iniciativa organizada por el laboratorio de medios de comunicación del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), Estados Unidos, como continuación de un acto anterior que se celebró en Japón en 1995. El MIT invitó a jóvenes (de entre 10 y 16 años) a presentar su solicitud y participar enviando ensayos, imágenes, relatos e ideas sobre la forma en que la tecnología podía mejorar la vida de la gente. Se seleccionó a 3.000 jóvenes, a los que se conectó en un debate en línea de tres meses de duración. Muchas de estas personas nunca habían tenido acceso a Internet, y el MIT pagó sus conexiones, viajando a lugares remotos de países en desarrollo para instalar computadoras y conexiones a través de satélite. La comunidad en línea constituida especialmente para la ocasión mostró un uso innovador de la «traducción esencial» en el correo electrónico, lo que permitió a los participantes comunicarse sin tener en cuenta su idioma. Para un buen número de participantes fue una oportunidad trascendental para entablar amistades más allá de las fronteras y hablar con gente joven que vivía en lugares donde se producían «noticias globales». Al cabo de dos meses, el MIT invitó a las personas participantes a elegir entre ellas a 100 representantes para que se reunieran cara a cara y presentaran sus ideas a los líderes mundiales, incluida una audiencia por videoconferencia con la Asamblea General de la ONU. Al término del evento se lanzaron varios proyectos juveniles innovadores (aunque el MIT sólo brindó un apoyo reducido a estas iniciativas). El coste total del proyecto superó los dos millones de dólares, que fueron donados por patrocinadores empresariales.

<http://web.mit.edu/newsoffice/1998/summit-1125.html>

Buenas prácticas

- ⇒ La magnitud y el alcance del programa hicieron que la gente joven que participó se sintiera valorada y comprometida con su éxito.
- ⇒ Dado que el programa comenzó como un foro en línea, cuando los delegados regresaron a casa existía ya una infraestructura de comunicaciones que les permitió mantenerse en contacto (a diferencia de la mayoría de las conferencias juveniles, en las que a las delegaciones les resulta difícil mantener un diálogo significativo en línea después de la intensidad de la experiencia real).

ReachOut

ReachOut es un popular portal de Internet que ofrece a la juventud de Australia información sobre asistencia médica preventiva, con especial énfasis en la salud mental. En el momento de su lanzamiento en 1998, la organización estableció también un Consejo Asesor de la Juventud para brindar a jóvenes de entre 16 y 21 años de edad la oportunidad de contribuir al desarrollo y la promoción de ReachOut y de los programas de su organización matriz, Inspire Foundation. La solicitud de participación se presenta a través de Internet y ReachOut selecciona a 18 jóvenes tres veces al año. Durante su mandato, las personas que integran el Consejo Asesor trabajan juntas en foros en línea para desarrollar fórmulas que permitan mejorar el servicio. Después de 10 semanas, sus debates en el foro se consolidan en un taller que se celebra durante tres días en Sidney, Australia, en el que también se invita a esas personas a seguir siendo voluntarias como embajadoras de la juventud. La gente joven aporta actualmente en torno al 80 por ciento del contenido en línea de ReachOut, y cada miembro del Consejo Asesor proporciona un valioso apoyo promocional en su comunidad local. Inspire emplea a un coordinador juvenil a tiempo completo que presta apoyo al Consejo Asesor.

www.reachout.asn.au



Reunión del Consejo Asesor de la Juventud de ReachOut © Inspire Foundation

Buenas prácticas

- ⇒ La combinación de compromiso en línea y cara a cara dota a la gente joven de conocimientos relevantes, confianza en sí misma y la sensación de propósito compartido.

Trece razones por las que pueden fracasar las iniciativas de contacto con la juventud

- ⇒ Objetivos poco claros. Se necesita algo más que «deberíamos celebrar una conferencia/un acto/un taller para la juventud».
- ⇒ Pensar en todos los aspectos excepto en la selección de los integrantes de las delegaciones, o dejar la selección para el último instante.
- ⇒ Contar únicamente con delegadas y delegados (por elección o designados de otro modo) que han asistido a muchas conferencias.
- ⇒ Contar con partes interesadas de la organización importantes pero aburridas, como «oradores clave» o para que ofrezcan «información general».
- ⇒ Tener oradores aburridos (jóvenes, viejos, internos, externos) en general.
- ⇒ Utilizar lugares carentes de flexibilidad para adaptarse a cambios de formato de última hora en las reuniones, como subgrupos adicionales.
- ⇒ Esperar que la gente joven presente un comunicado para el acto acordado por consenso, sobre todo cuando el proceso de redacción y aprobación de ese comunicado se inicia en una fase tardía del programa.
- ⇒ Mantener una seriedad excesiva durante el día y relegar los aspectos divertidos (representaciones, actos sociales, actividades culturales) a un horario nocturno limitado.
- ⇒ Falta de diversidad en los formatos en vez de programar una variedad de talleres, grupos reducidos de debate, presentaciones multimedia, representaciones culturales, actuaciones improvisadas, juegos y ejercicios en grupo, etc.
- ⇒ Considerar el acto como un hecho «excepcional repetible», en vez de como parte de un programa a más largo plazo relacionado directamente con la misión general de la organización.
- ⇒ Pensar que es la primera vez que se celebra un acto de esa naturaleza, dejando de investigar o de formar asociaciones con otros.
- ⇒ Dar por sentado que todos los jóvenes permanecerán en estrecho contacto con los organizadores del acto; por ejemplo, esperar que la gente joven rellene formularios de evaluación y transmita otras reacciones de vital importancia una vez que regrese a su hogar.
- ⇒ Creer que, porque las encuestas realizadas a las personas participantes dicen que «el 100 por ciento de la gente joven piensa que debería celebrarse otra conferencia», esto es un indicador fiable de que todo ha sido perfecto.

Materiales para evaluar la programación juvenil

Evaluation Toolkit for Community Youth Programmers

www.offordcentre.com/rsd/hac/ (Offord Centre for Child Studies)

Checking the Scoreboard: Assessing how well youth participation is working in your organization (Comisión de la Infancia y la Juventud de Nueva Gales del Sur, Australia)

www.kids.nsw.gov.au/publications/tps_scoreboard.html

«Sean ambiciosos, asuman riesgos y sigan adelante»

Richard Curtain, Curtain Consulting (entre sus clientes figura el Programa de Juventud de la ONU)

Glosario

Anuncio de servicio público: Anuncio que transmite un mensaje creado por sociedades benéficas, gobiernos o grupos de interés, a menudo (en el caso de anuncios de carácter no político) utilizando espacio donado.

Blog: Página pública en Internet, por lo general creada por una persona, en la que se agregan entradas de forma muy parecida a un diario en línea. Por lo general, las entradas de los blogs incluyen texto, enlaces a otros sitios web y blogs e ilustraciones. Las personas que visitan los blogs suelen agregar comentarios.

Caucus: Término de uso habitual en la ONU (y en otros procesos políticos) para designar un grupo sin estructuras rígidas o una reunión regular de participantes basada en una identidad o un objetivo compartidos.

Comunicado: Documento público producido por las personas participantes en una conferencia al término de ésta, en el que exponen su visión compartida.

De igual a igual (*peer-to-peer*): Término técnico que ha pasado a ser de uso general para designar las conexiones establecidas o las actividades realizadas directamente entre individuos en vez de a través de una organización jerárquica o un sistema centralizado.

Emprendedor social: Persona que utiliza técnicas empleadas tradicionalmente por las empresas para encontrar una solución innovadora a una preocupación social.

Encuentro (*meet-up*): Reunión física de personas, a menudo desconocidas entre sí, en torno a un interés compartido, organizada a través de Internet.

Envío vírico de correo electrónico: Forma evolucionada de la promoción tradicional «de boca en boca», en virtud de la cual la gente transmite un correo electrónico curioso o interesante a su lista de contactos. Especialistas en marketing y activistas están desarrollando ya correos electrónicos específicos para fomentar los envíos.

Grupo de debate en línea: Espacio en Internet en el que las personas que visitan un sitio web pueden agregar rápidamente mensajes que pueden ser vistos por otros usuarios, que a su vez pueden responder, como en una conversación virtual.

Minisubvención: Subvención de pequeña cuantía que se concede a jóvenes para apoyar un proyecto local.

Palabra hablada: Representación artística en la que se pone música a poemas (u otras composiciones líricas), pero en forma hablada en vez de cantada.

Publicidad en Google: Publicidad en el popular motor de búsqueda de Internet por palabras clave que aparece junto a los resultados de la búsqueda.

SMS («servicio de mensajes cortos»): Se refiere generalmente al envío de un mensaje corto entre teléfonos móviles.

Videoconferencia: Tecnología de la comunicación que permite que las personas participantes puedan verse además de oírse. Aunque las líneas a través de satélite y las líneas de uso exclusivo ofrecen un producto de gran calidad, las videoconferencias a través de Internet también ofrecen ya una gran calidad gracias al uso de la banda ancha.

Vírico: Término empleado en un contexto de marketing para designar los mensajes difundidos a través de redes personales o sociales existentes en vez de a través de los medios de comunicación de masas.

Fanzine: Revista del tipo «hágalo usted mismo», por lo general de contenido alternativo, con una distribución limitada generalmente a través de librerías independientes, tiendas de música, cafés y conciertos.

Al desea atraer a más gente joven, para crecer, para ser más eficaz, para servir a un mundo que cambia. Este libro, escrito a partir de innumerables conversaciones con expertos y activistas de ONG de todas las formas y tamaños en todo el mundo, ofrece consejos, estudios de casos, sugerencias de mejores prácticas, materiales y consejos personales.

La estructura del libro está relacionada con la nueva Estrategia para el Trabajo con Jóvenes de la organización y refleja el hecho de que el mundo ha cambiado; la juventud se está volviendo más activa en muchos aspectos nuevos y más concretos, pero menos activa en los aspectos más tradicionales y generales, como sentadas, manifestaciones y protestas.

Aquí exponemos en detalle ese giro y señalamos las organizaciones que han agarrado una tabla de surf y han saltado a la nueva ola de la juventud.

Esta ola crece gracias a la tecnología, la información y la convicción creciente de que la juventud debe intervenir en las decisiones que se tomen sobre ella.