

NUEVOS RECURSOS:

El uso de los medios para fomentar
la sensibilización



GIJTR

Global Initiative for Justice
Truth & Reconciliation

ACERCA DE LA COALICIÓN INTERNACIONAL DE SITIOS DE CONCIENCIA

La Coalición Internacional de Sitios de Conciencia (International Coalition of Sites of Conscience, ICSC) es una red global de museos, sitios históricos e iniciativas de esfuerzos comunitarios dedicados a construir un futuro más justo y pacífico impulsando a las comunidades a recordar las luchas por los derechos humanos y a que aborden sus repercusiones actuales. Fundada en 1999, la ICSC ahora incluye a más de 300 miembros de Sitios de Conciencia en 65 países. La ICSC brinda apoyo a estos miembros a través de siete redes regionales que promueven la colaboración y el intercambio internacional de conocimiento y mejores prácticas.



International Coalition of
SITES of CONSCIENCE

Para más información, visite
www.sitesofconscience.org

Crédito de foto: [Justin Essah](#)

ACERCA DE ESTE KIT DE HERRAMIENTAS

Si bien este kit de herramientas puede resultar provechoso para las organizaciones de la sociedad civil en forma general, fue escrito explícitamente para cubrir las necesidades y los contextos de los socios locales que trabajan con la Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación. En este sentido, se centra especialmente en cómo crear y difundir campañas de sensibilización que amplifiquen las voces de los sobrevivientes, que aborden las necesidades holísticas de comunidades que estén saliendo de un conflicto, y que ofrezcan sugerencias para sortear las complicaciones más frecuentes en contextos de posconflicto, incluyendo problemas de seguridad y tabúes en torno a la discusión de historias dolorosas. Publicado en 2021 y diseñado como una guía concisa, ofrece consejos generales para el desarrollo, implementación y lanzamiento de campañas de sensibilización. Se incluyen recursos adicionales al final de este kit. Para más ayuda, se recomienda que los socios de la GIJTR se comuniquen con coalition@sitesofconscience.org.

Finalmente, este kit de herramientas se encuentra disponible junto con una serie de imágenes que fueron diseñadas en colaboración con [Amplifier](#), un laboratorio de diseño sin fines de lucro que crea experimentos artísticos y mediáticos para amplificar los movimientos más importantes de nuestros tiempos. Amplifier busca desarrollar campañas mediáticas que modifiquen la cultura y cambien las narrativas nacionales, regionales e internacionales que se basan en la igualdad, dignidad, diversidad, verdad y belleza. Estas imágenes, que pueden emplearse para propugnar una gran variedad de iniciativas de verdad y justicia, se encuentran disponibles para su descarga como carteles, pegatinas, placas o GIF en www.gijtr.org.

AGRADECIMIENTOS:

Escrito por:

Ashley Nelson, Allison Tucker and Angi Williams

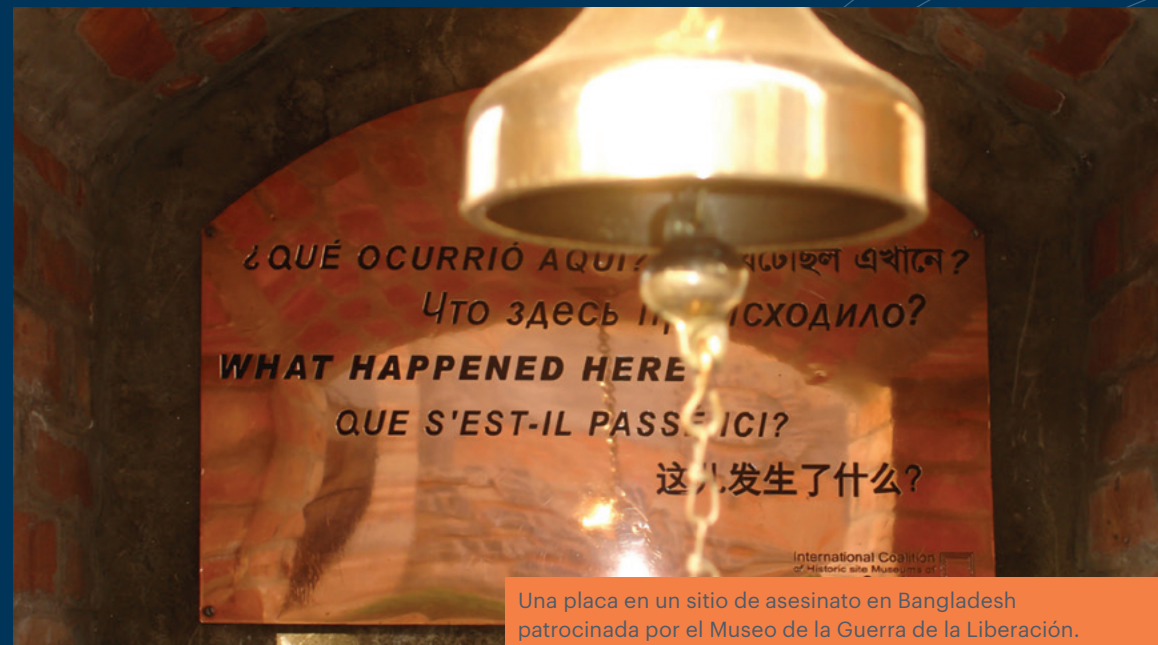
Para conocer más visite nuestro sitio web
www.gijtr.org

ACERCA DEL CONSORCIO DE LA INICIATIVA GLOBAL DE JUSTICIA, VERDAD Y RECONCILIACIÓN

En todo el mundo, existe una demanda creciente de justicia, verdad y reconciliación en los países donde el legado de las violaciones graves a los derechos humanos representa una sombra que se cierne sobre las transiciones. Para satisfacer esta necesidad, la Coalición Internacional de Sitios de Conciencia (International Coalition of Sites of Conscience, ICSC) lanzó la nueva Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación (GIJTR) en agosto de 2014. El objetivo de la GIJTR es abordar nuevos desafíos en países que atraviesan un conflicto o una transición y que deben hacer frente a sus legados de violaciones manifiestas de los derechos humanos pasadas o actuales.

El Consorcio de GIJTR comprende las siguientes nueve organizaciones asociadas:

- Coalición Internacional de Sitios de Conciencia (International Coalition of Sites of Conscience) en los Estados Unidos (socio principal);
- Iniciativa de Estado de Derecho del Colegio de Abogados de los Estados Unidos (American Bar Association Rule of Law Initiative);
- Justicia y Derechos de Asia (Asia Justice and Rights) en Indonesia;
- Centro para el Estudio de la Violencia y la Reconciliación, en Sudáfrica;



Una placa en un sitio de asesinato en Bangladesh patrocinada por el Museo de la Guerra de la Liberación.

- Centro de Documentación de Camboya (Documentation Center of Cambodia) en Camboya;
- Fundación del Debido Proceso (Due Process of Law Foundation) en los Estados Unidos;
- Centro de Ley Humanitaria (Humanitarian Law Center) en Serbia;
- Fundación de Antropología Forense de Guatemala (FAFG) en Guatemala y
- Grupo de Política y Ley Pública Internacional en los Estados Unidos.

Además de aprovechar las distintas áreas de especialización de los socios del Consorcio, la ICSC recurre al conocimiento y a las conexiones comunitarias de larga data de sus más de 250 miembros en 65 países para fortalecer y ampliar el trabajo del Consorcio. Los socios del Consorcio, junto con los miembros de la red de la ICSC, desarrollan e implementan una serie de programas de respuesta rápida y alto impacto, que utilizan abordajes tanto reparadores como retributivos respecto de la justicia penal y la responsabilidad por violaciones graves a los derechos humanos. El Consorcio adopta un abordaje interdisciplinario en materia de justicia, verdad y responsabilidad. En general, los socios del Consorcio se especializan en las siguientes áreas:

- Búsqueda de la verdad, memorialización y otras formas de memoria histórica y reconciliación
- Documentación de las violaciones de los derechos humanos con fines de justicia transicional;
- Análisis forense y otros esfuerzos relacionados con personas perdidas o desaparecidas;
- Defensa de las víctimas, incluidos su derecho de acceso a la justicia y su necesidad de obtener apoyo psicológico, y realización de actividades de mitigación del trauma;
- Asistencia técnica y capacitación a activistas y organizaciones de la sociedad civil para fortalecer su participación en procesos de justicia transicional;
- Ejecución de iniciativas de justicia reparadora; y
- Incorporación de justicia de género en estos y otros procesos de justicia transicional.

Dada la diversidad de experiencias, conocimientos y capacidades dentro del Consorcio y los miembros de la red de la ICSC, la programación del Consorcio ofrece a los países que atravesaron un conflicto y a los países emergentes de regímenes represivos una oportunidad única de abordar las necesidades de la justicia transicional de manera puntual a la vez que se promueve la participación local y se fortalecen las capacidades de las contrapartes en las comunidades.



Participantes de la iniciativa "Testimonios de la Muñeca El Castillo" en Colombia, 2018.

CONTENIDO

Introducción

la sensibilización y el cambio social	8
Los medios, la sensibilización y la justicia transicional	13
Cómo utilizar este kit de herramientas	15

Antes de empezar seguridad

Necesidades, preparaciones y problemas de seguridad física	17
Conozca sus derechos internacionales	17
Conozca sus derechos locales	18
Necesidades, preparaciones y problemas de seguridad digitales	19
Necesidades, preparaciones y problemas de seguridad psicosociales	20

Pasos básicos para la creación de una campaña de sensibilización una campaña en ocho pasos

1. Determine los objetivos de su campaña	23
2. Investigue el legado histórico e iniciativas recientes con respecto a su objetivo	24
3. Partes interesadas y el público objetivo	25
3.1. Asociaciones y alianzas	27
3.2. Trabajar con sobrevivientes	28
4. Cree un mensaje	33
5. Conozca sus recursos y su presupuesto	35
6. Planifique medios estratégicos	35
7. Establezca un cronograma	39
8. Mida y documente el impacto	39

Los medios sociales y la sensibilización

el abc de los medios sociales	43
-------------------------------------	----

Ejemplos de sensibilización en el mundo

concientización	49
Marcar su recuerdo	49
Mapeo del mena	49
Traer historias a casa	50

Compartir las historias de los sobrevivientes

Recuerdos cotidianos	51
Las experiencias del conflicto de las mujeres	52
Jamás olvidados	52
Los sobrevivientes se ponen de pie	53
Humans of new york (humanos de nueva york)	54

Crear diálogo

Canales de confianza	55
Documentar el pasado hoy	56
Paredesque hablan	57

Conclusión

RECURSOS

Los medios, la sensibilización y la justicia transicional	59
Libertad de opinión y expresión	59
Seguridad y sensibilización	59
Cómo crear campañas de sensibilización	60
Medios sociales, públicos y marketing	61
Estrategias prácticas para la sensibilización, el arte y la justicia social	61

INTRODUCCIÓN

La sensibilización y el cambio social

Las iniciativas de concientización son armas poderosas para combatir la violencia sistémica y el maltrato, así como para luchar por la verdad, la justicia y la rendición de cuentas. Las iniciativas de sensibilización comunitarias buscan cambiar el sistema político, económico o social o influir en él. Los organizadores pueden emplear distintas tácticas, estrategias e iniciativas de movilización según el tipo de iniciativa de sensibilización y sus objetivos. Algunas iniciativas de concientización buscan sensibilizar al público e informarlo sobre un problema social. Otras se centran en una agenda legislativa y en promulgar políticas específicas a nivel local o nacional.

Las iniciativas de sensibilización trabajan contra el legado de las violaciones a los derechos humanos y ayudan a construir un futuro pacífico porque, ante todo, rompen el silencio que envuelve a los abusos y la opresión sistémica a la vez que ofrecen en forma simultánea una voz y un espacio para las víctimas. El silencio y la invisibilidad son dos fuerzas que emplean los regímenes opresores para permitir graves violaciones a los derechos humanos y crear culturas de impunidad. Los Estados pueden imponer el silencio mediante la intimidación y la represión de las voces disidentes, en forma implícita y explícita. Al negarse a participar en procesos de búsqueda de la verdad y reconciliación, los Estados promueven la invisibilidad marginando aún más e ignorando a las víctimas del conflicto y de las violaciones.

Desde el movimiento por los derechos civiles en los Estados Unidos y la lucha contra el apartheid en Sudáfrica hasta los levantamientos de la Primavera Árabe, los activistas han empleado campañas de sensibilización para forjar cambios sociales concretos y, en algunos casos, extensos destacando injusticias, elevando las experiencias de las



La plaza Tahrir durante la revolución árabe en Egipto. Crédito de imagen: Giusi Cosentino

víctimas y exigiendo una rendición de cuentas. Esta concientización eficaz implica movilizar mentes y corazones, educar aliados y nuevos públicos, así como tener objetivos cronológicos estratégicos a corto y largo plazo y planificar el impacto intergeneracional.

Si bien los ejemplos indicados tuvieron una respuesta mundial, las lecciones que extraemos de ellos pueden reproducirse a pequeña escala en las comunidades locales. De hecho, los movimientos sociales extensos, nacionales o internacionales, suelen ser alentados por el activismo a pequeña escala basado en la comunidad y las iniciativas de sensibilización. La Marcha en Washington de 1963, en la cual Martin Luther King Jr. dio su famoso discurso “I have a dream” (“Tengo un sueño”), nunca hubiera sido posible sin el boicot de autobuses de Montgomery de 1955, el fallo de Brown contra el Consejo de Educación que prohibió la segregación en las escuelas estadounidenses (1954), o la valentía de Recy Taylor, una mujer afroamericana, en 1944 al contar cómo fue violada por seis hombres blancos, provocando un escándalo en la comunidad negra. Cada uno de estos actos fueron iniciados y respaldados por activistas locales y organizaciones de la sociedad civil, como aquellas que trabajan en relación estrecha con la Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación. Este kit de herramientas busca compartir pasos y preguntas esenciales de planificación para tener en cuenta durante el desarrollo de una iniciativa de sensibilización digital o física. Muchas campañas incluyen un componente de medios digitales, así como un componente físico. Este kit de herramientas abarca la planificación de ambos.

Los medios de comunicación son un componente esencial para todas las iniciativas de sensibilización. Desde las imágenes icónicas de “I am a Man” (“Soy un hombre”) de la huelga de los trabajadores de saneamiento de 1968 en Memphis, Estados Unidos, hasta las fotos de las Madres de Plaza de Mayo en Buenos Aires, Argentina, las imágenes poderosas nos ayudan a inculcar distintas luchas por la justicia social en las narraciones culturales. En un contexto de medios mundiales donde prevalece la insensibilidad, los recursos poderosos humanizan a los sobrevivientes de la opresión para aquellas comunidades que desconocen sus historias. Los medios eficaces pueden movilizar a las personas, posibilitar el desarrollo de coaliciones y facilitar la asociación. Todos estos son componentes fundamentales para una campaña de concientización comunitaria.

Hay varios factores que permiten que las iniciativas de sensibilización comunitarias sean particularmente eficaces en la actualidad, sobre todo debido a la prevalencia de los medios sociales. Según el informe de Hootsuite, [“Digital State of the Union” \(Estado digital de la unión\)](#) de 2020, 5,2 mil millones de personas a nivel mundial tienen un teléfono; 4,5 mil millones tienen conexión a internet y 3,8 mil millones (aproximadamente la mitad de la población mundial de 7,7 mil millones) son usuarios activos de los medios sociales. Si bien los activistas pueden emplear plataformas como Instagram, YouTube,

Facebook, Twitter, TikTok y Whatsapp para relucir sus propias narrativas y compartir sus experiencias en forma directa, su trabajo puede quedar desacreditado y marginado por estas mismas plataformas. Las normas de reglamentación de contenidos suelen implementarse de manera arbitraria o reforzando los sistemas de opresión. La censura, las noticias falsas o campañas de desinformación, la publicidad, la supresión disimulada y la ultrafalsificación son prevalentes en todas las plataformas de medios sociales e influyen en la eficacia de las iniciativas de



Los trabajadores sanitarios huelgan en Memphis, TN, en 1968. Crédito de imagen: Richard L. Época de Copley

sensibilización. La eficacia y seguridad, digital y física, de todos los activistas y organizadores debe ser una prioridad en cada movimiento e iniciativa.

Además, la accesibilidad creciente del internet y los medios sociales¹ significa que las comunicaciones locales se vuelven cada vez más mundiales. Las campañas de sensibilización que antes se limitaban a un nivel local o regional ahora pueden alcanzar e influir en aliados en otros países y contextos. Esta proliferación transfronteriza de la comunicación mundial crea una multitud de alianzas potencialmente provechosas. Ya sea con otros grupos activistas, respaldos económicos o redes solidarias, estas relaciones pueden ofrecer una variedad holística de habilidades para desarrollar movimientos y capacidades que mantengan y amplíen las iniciativas locales de la sociedad civil.

Las coaliciones mundiales y el desarrollo de alianzas también crea un lenguaje mundial en torno a los derechos humanos. Inserta y normaliza conceptos vinculados a la verdad y la justicia en la vida de la gente común y moviliza recursos contra los políticos y Estados represivos.

Hay numerosos ejemplos de movimientos locales que se universalizaron, entre los cuales se destaca el de #BlackLivesMatter. Fundado en 2013, [Black Lives Matter \(BLM\)](#) es un “movimiento activista internacional, cuyo origen se encuentra en la comunidad afroamericana, que lucha contra la violencia y el racismo sistémico hacia las personas negras.”² Es una de las campañas de sensibilización más exitosas que creció en los medios sociales y llevó a la acción a millones de personas en Norteamérica y el mundo entero a fin de enfrentar al racismo sistémico.

El hashtag #BlackLivesMatter fue usado por primera vez en los medios sociales en respuesta a la exoneración de George Zimmerman en 2013 por el asesinato de Trayvon Martin, de 17 años. Martin, un adolescente afroamericano desarmado sin antecedentes penales, fue asesinado de un disparo por Zimmerman. Este [acontecimiento](#) y la exoneración ulterior de Zimmerman desataron la furia nacional para pedir la erradicación del sentimiento anti-negro violento que se encuentra en el sistema judicial penal de los Estados Unidos, así como en los sistemas sociales en general.



Las madres de personas que desaparecieron en Argentina en protesta por el regreso seguro de sus seres queridos en abril 1977: muchos aún hoy en día. dominio de imagen: Wiki Commons

El movimiento #BlackLivesMatter, que comenzó como una mera presencia en los medios sociales, creció, sobre todo después del asesinato de Michael Brown en 2014 en Ferguson, Missouri y del asesinato de Eric Garner ese mismo año en Nueva York, NY. En todos los Estados Unidos, el movimiento fue defendido por organizaciones locales de la sociedad civil, cada una a su manera, adaptando los valores compartidos a su contexto particular. Las organizaciones locales realizaron manifestaciones y otras acciones directas, como protestas tirados en el piso, campañas políticas y legislativas, boicots económicos, movilizaciones y arte público, desde murales hasta funciones. En 2020, el movimiento se convirtió en un levantamiento racial internacional y un “ajuste de cuentas mundial” con el racismo tras el asesinato de George Floyd por el agente de policía Derek Chauvin.³

#BlackLivesMatter catalizó y sigue activando comunidades del mundo entero para

que protesten contra las injusticias sistémicas que se cometen en sus propios contextos. En 2020, hubo un aumento de protestas de BLM en los Estados Unidos. Asimismo, activistas en varios países, incluyendo Brasil, Rusia, China y Palestina también salieron a la calle coordinando manifestaciones masivas.

Muchos otros movimientos, organizaciones y activistas han surgido a nivel mundial, impulsados por el movimiento BLM, incluyendo la Fundación Black Lives Matter Global Network (BLMGN), cuya misión es impulsar el trabajo de activistas y organizadores dentro del movimiento más amplio. Por ejemplo, en 2021, la Fundación BLMGN se comprometió públicamente a



Manifestantes pacíficos en la demostración #BlackLivesMatter en Salzburgo, Austria. Crédito de imagen: Simone Fischer

apoyar a los palestinos tras el resurgimiento de la violencia masiva contra ellos en el conflicto israelo-palestino. Este movimiento, que tuvo sus inicios en línea, se convirtió en una movilización internacional masiva, influyó en la educación pública, cambió leyes y transformó las prácticas opresivas mientras generaba solidaridad mundial contra la violencia hacia los civiles y le otorgaba una voz a las poblaciones marginadas.



El 20 de septiembre de 2015, un Black Lives Matter se muere sobre vías ferroviarias, protestando por la presunta brutalidad policial en Saint Paul, Minnesota dominio de imagen: Wiki Commons

Los medios, la sensibilización y la justicia transicional

La sensibilización y la participación de los medios también pueden jugar un rol importante en aquellos países que están pasando por procesos de justicia transicional. Además de echar luz sobre perpetradores notorios y problemas de rendición de cuentas, si un país tiene medios de comunicación relativamente libres (aunque este es un gran interrogante en muchos contextos posconflicto), estos pueden ofrecer y promover plataformas para las víctimas y los sobrevivientes, humanizando a las personas estigmatizadas y mostrando la diversidad y profundidad de sus historias. En el mejor de los casos, los medios pueden funcionar como un conducto para la comunicación, volviendo más accesibles los procesos políticos y jurídicos complejos. El caso más citado de esto es Sudáfrica, cuya comisión de la verdad fue cubierta ampliamente por la prensa. “A diferencia de muchas otras comisiones de la verdad”, indicó Alex Boraine, director adjunto de la CVR del país, “esta cumplió un papel protagónico y la cobertura de los medios, sobre todo de la radio, permitió que los pobres, los analfabetos y las personas que vivían en áreas rurales pudieran participar en el trabajo de la comisión, de modo que fuera una verdadera experiencia nacional en lugar de una restringida a un pequeño puñado de miembros selectos”.⁴

Ya sea que los medios de comunicación sean comprensivos, divisorios o partidistas (como lo fueron notablemente en Perú y la antigua Yugoslavia⁵), las campañas de sensibilización son más fuertes cuando incluyen una estrategia de difusión mediática. Como desarrollaremos en este kit de herramientas, esta relación puede manifestarse de distintas maneras, desde la formación de periodistas con respecto a los procesos



Un taller para periodistas y activistas sobre justicia transitoria, facilitado por la Iniciativa Global para la Justicia, la Verdad y la Reconciliación en julio de 2018.

de justicia transicional de modo que puedan cubrir los procedimientos de manera eficaz, hasta el otorgamiento de pautas a los periodistas para hablar con sobrevivientes o contrarrestar la cobertura mediática unilateral. En definitiva, uno de los objetivos primordiales de una campaña de sensibilización en un contexto de conflicto o posconflicto es crear espacios democráticos donde las personas marginadas puedan hablar y ser escuchadas y respetadas por el resto de la sociedad civil y otros actores clave. Idealmente, los defensores, los activistas y los medios pueden trabajar juntos para lograrlo. Así fue en Ucrania, donde muchos reconocieron a los tuits iniciales de activistas y periodistas como el catalizador principal que llevó a cientos de miles de ucranianos a las calles durante las manifestaciones de Euromaidán en 2014.⁶

Cómo utilizar este kit de herramientas

Aunque este kit de herramientas puede ser útil para las organizaciones de la sociedad civil en general, se ha escrito explícitamente para adaptarse a las necesidades y contextos de los socios locales que trabajan con la Iniciativa Global para la Justicia, la Verdad y la Reconciliación. En este sentido, presta especial atención a crear y compartir campañas de defensa que amplifiquen las voces de los sobrevivientes, aborden las necesidades holísticas de las comunidades que surgen de los conflictos y ofrezcan sugerencias para navegar complicaciones que son frecuentes en entornos postconflictos, incluidas las preocupaciones de seguridad y los tabúes sobre el análisis de historias dolorosas. Diseñado como una guía concisa, proporciona asesoramiento general sobre el desarrollo, la implementación y el lanzamiento de campañas de defensa. Se incluyen más recursos al final de este kit de herramientas, y se anima a los socios de GIJTR a ponerse en contacto con coalition@sitesofconscience.org para obtener más ayuda.

Por último, este kit de herramientas está disponible junto con una gama de imágenes que se diseñaron en colaboración con Amplifier, un laboratorio de diseño sin ánimo de lucro que crea experimentos de arte y medios para amplificar los movimientos más importantes de nuestros tiempos. El objetivo de [Amplifier](http://Amplifier.org), es crear campañas en los medios de comunicación que cambien la cultura y cambien las narraciones nacionales, regionales e internacionales basadas en la igualdad, la dignidad, la diversidad, la verdad y la belleza. Estas imágenes, que se pueden utilizar para defender una serie de iniciativas de verdad y justicia, se pueden descargar como pósteres, pegatinas, botones y GIF visitando www.gijtr.org.

ANTES DE EMPEZAR

Seguridad

Antes de empezar a diseñar e implementar una campaña, hay muchos factores por considerar. El primero debería ser siempre la seguridad, tanto de los activistas como de aquellos que los ayudan, incluyendo víctimas, testigos, intérpretes, etc. Resulta conveniente contemplar los problemas de seguridad en tres dimensiones: física, digital y psicosocial. Las precauciones que se tomen para abordar estos problemas potenciales de seguridad pueden superponerse en estas tres dimensiones. Muchas veces, los problemas de seguridad se determinan en gran medida según el clima político y cultural hacia el activismo en un país. Si bien resulta imposible analizar todos los contextos en este kit de herramientas, ofrecemos pasos que pueden realizarse para enfrentar algunos problemas frecuentes de seguridad.

Aún en las mejores circunstancias, la concientización implica un riesgo. En ciertos contextos, la organización de una campaña de sensibilización pública, como una protesta o un evento público, puede implicar demasiados riesgos para los organizadores y los participantes. En estos casos, las campañas digitales u “ocultas” pueden ser más recomendables. Indicaremos algunos ejemplos más adelante. Sin embargo, si es posible realizar una campaña en persona, se pueden reducir los riesgos tomando ciertas precauciones y compartiéndolas con sus compañeros.

Necesidades, preparaciones y problemas de seguridad física

Conozca sus derechos internacionales

[La Declaración Universal de Derechos Humanos](#) adoptada por las Naciones Unidas en 1948, detalla treinta derechos humanos fundamentales que deben protegerse en forma universal. Incluye varios derechos vinculados a la defensa y concientización tales como el derecho a la libertad de opinión y de expresión; el derecho a la libertad de reunión pacífica y de asociación; el derecho a una audiencia justa y pública por un tribunal independiente e imparcial; y la libertad de no ser sometido a detención arbitraria o al exilio.

Si bien no constituye un documento jurídicamente vinculante, las protecciones y los derechos descritos en la declaración han moldeado muchos tratados internacionales sobre los derechos humanos y han influido en numerosos marcos jurídicos y constituciones nacionales. Asimismo, constituyen la base del derecho internacional de los derechos humanos, lo cual incluye los tratados de derechos humanos internacionales de la ONU. Estos son supervisados por comités compuestos por expertos independientes que se dedican a analizar su implementación. Los comités incluyen el “Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer”, el “Comité de los Derechos del Niño” y el “Comité contra la Desaparición Forzada”, entre otros. No todos los países, aún aquellos que ratifican ciertos tratados, siguen las normas establecidas en ellos. No obstante, resulta importante familiarizarse con estos documentos. No solo pueden empoderar a los activistas a nivel personal, sino que tienen un peso significativo en la política internacional. Aún los gobiernos más opresivos no logran evitarla totalmente. Visite [este sitio web](#) para ver los países que han ratificado cada tratado.

Conozca sus derechos locales: ¿Cuáles son sus derechos constitucionales en su país y su municipio?

Cada país cuenta con una constitución o marcos jurídicos diferentes que delinean y protegen los derechos de la sociedad civil. Resulta importante saber los derechos que están legalmente protegidos en su contexto, aunque se debe reconocer que, en la práctica, la aplicación e implementación real de estos derechos puede no coincidir. La difusión de esta información a su comunidad antes de una campaña, a través de los medios sociales o mediante infografías, puede ser de gran utilidad.

Si bien se refiere específicamente al contexto de los Estados Unidos, la [Unión Estadounidense por las Libertades Civiles](#) indica lo siguiente respecto de los derechos de los manifestantes:

- Sus derechos son más fuertes en los “foros públicos tradicionales”, como las calles, aceras y parques. Puede tener el derecho de hablar en otras propiedades públicas, como las plazas frente a los edificios del Gobierno, siempre y cuando no impida el acceso al edificio ni interfiera con otros fines para los que fue diseñada la propiedad.
- Los dueños de una propiedad privada pueden determinar las normas para la expresión en su propiedad. El Gobierno no puede restringir su derecho a la expresión si lo está haciendo en su propia propiedad o con el consentimiento del dueño de la propiedad.
- Los contramanifestantes también tienen derecho a la libre expresión. La policía debe tratar a los manifestantes y contramanifestantes de igual manera. Se permite que la policía mantenga grupos antagónicos separados pero debería permitir que estén a una distancia donde se puedan ver y escuchar.

Investigue: Ya sea que esté organizando una manifestación, creando y documentando un archivo público para registrar las violaciones a los derechos humanos o instalando una exposición de arte pública, obtenga los permisos adecuados de sus autoridades locales. Asimismo, si resulta aplicable, acceda al lugar y determine salidas fáciles y seguras y el grado de presencia policial.

Prepare un bolso: Si asiste a un evento de sensibilización en persona, lleve agua y manténgase hidratado. Lleve meriendas de alto valor proteico como mezclas de frutos secos o barritas energéticas. Si toma medicamentos diarios, lleve un pequeño suministro.

Reduzca la intensidad: Aún una protesta o evento pacífico puede volverse violento, por lo que es importante mantenerse alerta. Si hubiera algún disturbio, se sugiere que usted se aleje de la zona de inmediato. La concientización puede resultar difícil emocionalmente y las personas pueden ser volátiles si son retraumatizadas. Esto puede desencadenar comportamientos irracionales o violentos. Si elige quedarse, o se ve

forzado a hacerlo, haga todo lo posible para reducir la intensidad de la situación con su lenguaje corporal: mantenga las manos visibles y baje el volumen si está hablando.

A su vez, prepárese para la intensificación: La policía y los cuerpos de seguridad pueden emplear gas lacrimógeno y químicos contra los manifestantes (a pesar de que el gas lacrimógeno es un agente químico y, por lo tanto, se encuentra prohibido según el Convenio de Ginebra). Si bien la probabilidad de que esto ocurra depende de su contexto, esté preparado para ello, aún si lo considera poco probable. No lleve lentes de contacto, no se restrigie los ojos y solo emplee agua para limpiarse los ojos si es expuesto a gas lacrimógeno. Tome una ducha tan pronto como sea posible. Lo más importante, en todas las circunstancias, es que haga todo lo posible para mantener la calma y no entrar en pánico.

Necesidades, preparaciones y problemas de seguridad digitales:

Desactive los servicios que comparten su ubicación: Si normalmente comparte su ubicación por GPS con amigos o familiares mediante un teléfono inteligente, cuando asiste a una protesta o evento de sensibilización, coordine un tiempo y lugar para encontrarse con ellos en lugar de compartir su ubicación. No publique su ubicación en los medios sociales. Esta información puede emplearse para la vigilancia y el seguimiento. Asimismo, usted puede necesitar su teléfono para hacer llamadas de emergencia. Apagar los servicios que comparten su ubicación puede ahorrarle batería.

Tenga cuidado con las transmisiones en vivo (live-streaming): Si bien las transmisiones en vivo (y otra documentación) de un evento pueden resultar increíblemente poderosas para fomentar una campaña de concientización, también pueden resultar peligrosas para los participantes y asistentes. Tanto para su propia seguridad como la de las personas a su alrededor, filme el escenario o los oradores que saben cuáles son las consecuencias de hablar en público, si las hubiera, y que están dispuestos a enfrentarlas. Filme desde atrás del público para ayudar a anonimizar y proteger a los activistas de modo que sus rostros no resulten reconocibles.

- WITNESS, una organización internacional comprometida con el uso de videos para promover la defensa de los derechos humanos, publicó [consejos para la transmisión en vivo de manifestaciones](#) (disponibles en inglés).
- Para garantizar la seguridad de los asistentes en contextos particularmente sensibles, documente, filme, grabe y tome fotos de la acción pero no lo publique en una plataforma pública de los medios sociales hasta que haya confirmado activamente el consentimiento de todas las personas que pueden identificarse en las imágenes.

Proteja su teléfono (y tenga un plan B): Durante un evento en persona, como una protesta o vigilia, si tiene un teléfono, protéjalo con una contraseña. Si tiene un teléfono con reconocimiento facial o de huellas digitales, desactive estas funciones. Esto ayudará a proteger su privacidad si los organismos de seguridad incautan su teléfono. También se recomienda recordar, o escribir en su cuerpo, el número de teléfono de un organismo de asistencia o de un confidente cercano que pueda ayudarlo si tomaran su teléfono, o si llegara a perderlo. Si se encuentra en un área remota, es una buena idea llevar un teléfono satelital para urgencias.

Emplee plataformas de mensajería cifradas, sobre todo cuando planifica detalles delicados de una acción o evento: Muchas apps de mensajería tienen condiciones de privacidad poco precisas o pueden ser fácilmente vigiladas, hackeadas e infiltradas. El uso de servicios de mensajería cifrados de extremo a extremo para la planificación de los detalles más sensibles del evento puede ayudarlo a proteger su seguridad y la de sus colaboradores.

Si cree que sus derechos han sido violados, la Unión Estadounidense por las Libertades Civiles sugiere que anote todo lo que pueda recordar. Si el incidente implicó a un agente policial/de las fuerzas de seguridad, intente anotar su número de placa, los números de los patrulleros y la agencia para la que trabaja. Obtenga la información de contacto de los testigos y tome fotografías de toda herida. Comparta esta documentación mediante una plataforma cifrada con amigos de confianza.

Necesidades, preparaciones y problemas de seguridad psicosociales:

Cuando se encuentre en una circunstancia estresante, primero observe su entorno y evalúe las potenciales amenazas inminentes. Antes de un evento en persona, considere cómo resolverá o mitigará estos riesgos a fin de prevenir daños y violencia, si los hubiera. Si surge un peligro durante el evento, asegúrese de seguir respirando mientras responde a él y aléjese y aleje a otros de él.

Informe integral: Después de un evento en persona o de un hecho estresante en línea, tómese un momento para ver cómo están usted y su equipo. Programe momentos para realizar informes y reflexiones. La reflexión activa es un componente fundamental del proceso después de un evento de sensibilización. ¿Qué partes de la planificación fueron exitosas? ¿Qué partes de la iniciativa deben mejorarse para ocasiones futuras?

Tenga uno o dos compañeros: Es mejor asistir a eventos de concientización con al menos una persona y tener un plan por si se separan. Este es también un componente de la seguridad física. Asimismo, es importante compartir su paradero con al menos una persona que no asiste al evento en caso de urgencia.

Relájese: La sensibilización puede ser desafiante a nivel mental y físico. En contextos de conflicto y posconflicto, resulta especialmente importante crear un espacio para descomprimirse y asegurarse de que los activistas y organizadores no corran el riesgo de agotarse o quedar desesperanzados.

Recursos útiles (disponibles en Inglés):

Folleto sobre la seguridad durante una protesta (Amnesty International)
https://www.amnestyusa.org/pdfs/SafetyDuringProtest_F.pdf

Consejos de seguridad (Greenpeace)
<https://www.greenpeace.org/usa/toolkits/protest-safety-tips-from-greenpeace/>

Consejos para manifestaciones pacíficas y seguras (Human Rights Campaign)
<https://www.hrc.org/news/tips-for-protesting-peacefully-and-safely>

Una guía para protestar de manera segura específicamente durante la pandemia y sobre los problemas de seguridad durante la pandemia (Frontline Medics)
<https://www.instagram.com/p/CA5b2Dkg9VI/>

PASOS BÁSICOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

Una campaña en ocho pasos

1. Determine los objetivos de su campaña
2. Investigue el legado histórico e iniciativas recientes con respecto a su objetivo
3. Partes interesadas y el público objetivo
 - 3.1. Asociaciones y alianzas
 - 3.2. Trabajar con sobrevivientes
4. Cree un mensaje
5. Conozca sus recursos y su presupuesto
6. Planifique medios estratégicos
7. Establezca un cronograma
8. Mida y documente el impacto

1. Determine los objetivos de su campaña

En una campaña de sensibilización, es importante establecer objetivos claros. ¿Qué quiere lograr con su campaña? Sea lo más específico posible. No diga solamente “Quiero informar sobre la justicia transicional”. En lugar de eso, diga: “Queremos que los ciudadanos comprendan el rol vital de los sobrevivientes en los procesos de justicia transicional” o “Queremos informar a los sobrevivientes sobre los procesos de justicia transicional y permitir que participen en ellos”.

Cree una afirmación

Determine el problema, para usted primero, a fin de poder comunicarlo de manera eficaz a otros. ¿Cuál es el problema y cuál es la solución? Sea lo más claro y conciso posible. Utilice palabras de acción: “Los sobrevivientes de atrocidades merecen que se cuenten sus historias. Debemos otorgarles una plataforma.”



En Irlanda, defensores centraron su campaña exitosa para poner fin a la 8.ª Enmienda de la Constitución de Irlanda, que prohibió el aborto, alrededor de un verbo simple: REPEAL.(Revocar).

Determine metas

Las metas son objetivos refinados, y deben ser multifacéticas y de enfoque múltiple. Una iniciativa de sensibilización puede tener muchas metas pero también resulta útil recordar la variabilidad potencial y la influencia de otros factores e instituciones sociales.

Utilice el acrónimo **CAPAZ** para recordar los rasgos que debería tener su objetivo:



Un objetivo CAPAZ puede ser cualitativo y cuantitativo. Un objetivo CAPAZ sería: “1000 personas en este barrio específico deberían ver este documental o esta exposición en el primer mes después de su apertura”. Otro ejemplo sería: “Quiero que 100 residentes de una ciudad que no han interactuado previamente con un tema específico firmen una petición y vengan a una reunión municipal sobre dicho tema”.

2. Investigue

Si su campaña trabaja con sobrevivientes, además de priorizar la seguridad y sensibilidad, es importante comparar su campaña con otras que ya se han realizado. ¿Qué cosas nuevas hará y dirá en su campaña? En otras palabras, ¿qué se ha hecho hasta ahora? ¿Qué puede hacer usted de otra manera? Además, pregúntese: ¿qué se necesita en términos prácticos para lograr mis metas y objetivos? (permisos, un diseñador, un traductor...)

¿Cuáles son los últimos acontecimientos con respecto a estos problemas y qué cobertura recibieron? ¿Qué respuestas negativas puedo esperar? Contemple la historia del tema, noticias y cobertura mediática precedentes, iniciativas y campañas anteriores y el

contexto general. Manténgase actualizado con respecto a los acontecimientos actuales. Se recomienda comunicarse con el personal de la GIJTR y miembros de la Coalición Internacional de Sitios de Conciencia ya que pueden compartir su trabajo y lecciones aprendidas en contextos similares.

3. Partes interesadas y públicos objetivo

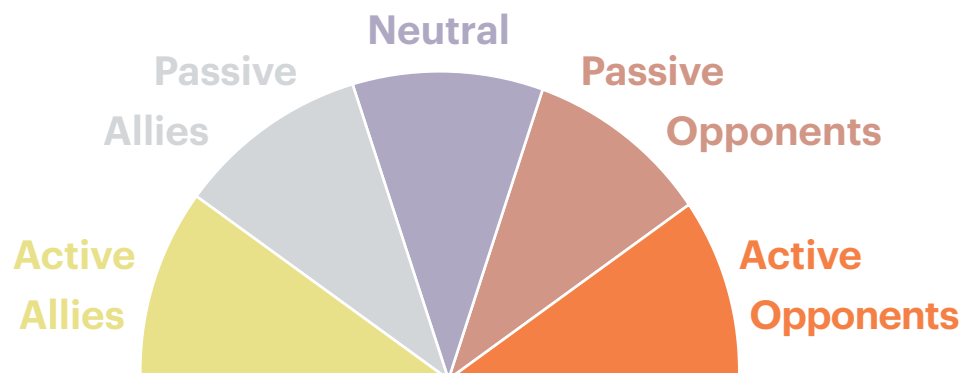
Un componente fundamental de la sensibilización digital es activar, fortalecer y hacer crecer la comunidad de partidarios que están dispuestos a movilizarse para transformar el statu quo. Para lograr cambios, debemos incrementar la cantidad de partidarios activos. Esto significa que la campaña debe llegar más allá de los grupos de personas que ya apoyan su causa.

En toda campaña, es importante determinar objetivos específicos en cuanto a los públicos objetivo. Una campaña no tiene que atraer a todos y aún así puede ser eficaz. Generalmente, resulta útil centrarse en dos públicos objetivo:

Personas con capacidad decisoria: Estos son los actores que pueden cambiar la situación en la práctica: políticos, ministros de salud, agencias de financiación, etc. En muchos casos, serán su público primario.

Personas influyentes: Estos agentes también son vitales para llevar su mensaje a nuevos ámbitos. Pueden incluir periodistas, grupos de fe, otras organizaciones de víctimas, personalidades del entretenimiento y académicos.

Muchas iniciativas de sensibilización emplean una herramienta, conocida como el “espectro de aliados”, que se encuentra en el gráfico a continuación, para esquematizar cómo los agentes clave se alinean con sus objetivos generales. El espectro de aliados permite que los organizadores determinen quiénes más respaldan o menos respaldan el objetivo antes de emprender una iniciativa de sensibilización. Esto posibilita que los organizadores reflexionen estratégicamente sobre quiénes y cómo esperan influir con su iniciativa, ya que pueden enumerar las maneras en que los grupos se identifican con una causa. Por ejemplo, quizás un sindicato específico es un aliado pasivo mientras que una escuela es un oponente pasivo al cambio que desea implementar. Muchas veces, los objetivos de una campaña se vuelven más específicos a fin de enfocarse en actores determinados y desplazar ciertos sectores o actores hacia la izquierda en el gráfico del espectro de aliados. Tal como escribe 350.Org: “En la mayoría de las campañas de cambio social, no es necesario conquistar al oponente con su punto de vista. Solo es necesario mover los trozos centrales un paso hacia su dirección”.



“[Spectrum of Allies \(Espectro de aliados\)](#)” de Howard Clark, Javier Gárate, Joanne Sheehan y Dorie Wilsnack, de “Manual para campañas no violentas”, 2014.

Una vez que ha identificado personas específicas en sus grupos objetivo, y sobre todo si incluyen grupos amplios como sobrevivientes, estudiantes o jóvenes, puede ser interesante considerar cómo los factores demográficos pueden moldear los públicos de su campaña, así como sus metodologías generales.

- **Aspectos demográficos:** ¿Cómo influyen la raza, el género, la identidad étnica, la edad, la educación y la religión en este contexto?
- **Geografía:** ¿Su público es local, nacional, internacional, remoto, urbano y/o rural?
- **Actitudes:** ¿Cómo suele percibir este problema el grupo? ¿Suelen ser más bien compasivos? ¿O deberán ser persuadidos? ¿Cuán proactivos son? ¿Qué se necesitaría para que tomen acción?
- **Hábitos mediáticos:** ¿A qué medios acceden? ¿Cuáles emplean? ¿Cuáles les gusta?
- **Cultura:** ¿Cuál es su trasfondo cultural? ¿Qué idiomas hablan o leen? ¿Pueden ser analfabetos?

3.1: Asociaciones y alianzas

Nunca es demasiado temprano para considerar asociaciones y alianzas en un movimiento de sensibilización. Pueden volverse actores clave para fomentar su movimiento. Aún a inicios del proceso de diseño, no tema contactarse con individuos con ideas afines que pueden asociarse con usted en cualquier iniciativa. Esto no solo aumenta su alcance potencial sino que también crea un espíritu de pertenencia entre los activistas y quienes trabajan para promover la justicia social. Asimismo, los socios pueden brindar un apoyo logístico imprescindible.

Por ejemplo, si está organizando una campaña de documentación en la que recopila las historias de sobrevivientes después de un conflicto, puede ayudar que se haga amigo de líderes comunitarios, tales como líderes religiosos. Estos son miembros de confianza de la comunidad y pueden ofrecer espacios seguros para hablar con los sobrevivientes o llegar a comunidades que pueden ser escépticas o que no saben si quisieran participar.

Recuerde que asociarse con aliados no significa que usted no puede centrarse en problemas específicos que son importantes para usted. Las redes, grandes y pequeñas, reconocen que si bien a todos los miembros les importa el estado general de los derechos humanos, hay distintos problemas y necesidades en cada región del país. Dos grupos que representan distintas etnias o grupos religiosos pueden colaborar en un proyecto conjunto. Aunque cada uno dedica la mayoría de sus recursos a su propia causa, pueden trabajar juntos para facilitar el intercambio de información y aumentar la eficiencia. La formación generalizada de coaliciones, aún entre aquellos grupos que no tienen nada en común en la superficie, puede generar confianza, empatía y, muchas veces, credibilidad. El trabajo en equipo, más allá de diferencias religiosas o regionales, puede decir mucho. Es un acto de paz en sí mismo y con eso llegan la credibilidad, el respeto y la autoridad, lo cual aumenta el éxito potencial de una iniciativa de sensibilización.

La identificación de actores clave, alianzas, asociaciones y públicos objetivo externos requiere un análisis interno para evaluar con quién está colaborando y trabajando.

Para promulgar el cambio, las iniciativas de concientización necesitan

distintos tipos de persona, cada uno con una amplia gama de experiencias y habilidades. Si alguien quiere participar en su iniciativa, hay un rol para ellos donde pueden emplear mejor su pasión a fin de fomentar el movimiento.

Esto se ve ilustrado en el [Mapa del ecosistema del cambio social](#), un gráfico y guía del Building Movement Project que puede ayudar a los individuos, redes y comunidades a encontrar su lugar en las campañas de sensibilización. Los sanadores, cuentistas, artistas, rescatistas y constructores son solo algunos de los arquetipos que el Building Movement Project ha definido para ayudar a visualizar dónde están las fortalezas del equipo y dónde se deberían desarrollar asociaciones y alianzas.

3.2. Trabajar con sobrevivientes

Uno de los objetivos primarios de la Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación es elevar y alzar las voces de los sobrevivientes, garantizar que sus experiencias se compartan y que tengan un papel protagónico a la hora de crear un futuro más justo y pacífico. La difusión de las historias de los sobrevivientes es un componente fundamental de la construcción de la paz ya que sus experiencias suelen ser silenciadas, estigmatizadas para luego quedar en el olvido. Esto detiene todo proceso cultural colectivo del conflicto mientras las comunidades buscan construir un futuro pacífico. Como activistas, muchos de los cuales también son sobrevivientes, es importante enfrentar el trabajo de concientización en este contexto con sumo cuidado. Al trabajar con sobrevivientes, el objetivo no es tenerles lástima sino tratarlos con dignidad, como seres humanos. Idealmente, como veremos en algunos de nuestros ejemplos, la concientización puede jugar un papel primordial en la sanación de los sobrevivientes.

Ya sea mediante una campaña de video, un ensayo fotográfico, una exposición artística o una manifestación, las campañas de sensibilización suelen centrarse en compartir las historias de los sobrevivientes. Sin embargo, se debe recordar que si bien los sobrevivientes suelen, finalmente, sentirse empoderados por sus historias, puede resultar abrumador eliminar estigmas, sobre todo en contextos de conflicto y posconflicto. Al entrevistar o plasmar la historia de un

The Social Change Ecosystem Map



Attribution : Deepa Iyer, Projet de mouvement des bâtiments.
SA, © 2108 Deepa Iyer.
Todos los derechos reservados. Todas las licencias anteriores revocadas.

sobreviviente, recuerde mostrar respeto por su historia, por su valentía para expresarse, así como su humanidad ya que la persona es mucho más que una sola experiencia.

Aquí le compartimos algunas buenas prácticas para tener en cuenta antes de recopilar historias de sobrevivientes:

- **Sea claro con respecto a sus objetivos y cómo se empleará su historia:** Sea transparente y claro con respecto al uso deseado para la historia del sobreviviente y sus objetivos para la campaña de sensibilización. Los sobrevivientes que participan o que son entrevistados se sentirán más cómodos si conocen su punto de vista y saben que usted entiende su problema. Por lo tanto, asegúrese de tener una profunda comprensión del contexto. Está bien reconocer que algo es un tema delicado y puede hablar de sí mismo y sus experiencias personales con respecto al tema, siempre y cuando lo haga de manera respetuosa. De hecho, esto suele ayudar a inspirar confianza y le otorga un sentido de control al sobreviviente, que el conflicto le puede haber quitado.
- **Planifique cómo garantizar la seguridad de los sobrevivientes antes, durante y después de las iniciativas de sensibilización:** Ya sea una entrevista o la mera presencia en un evento de concientización, considere estas preguntas antes de trabajar en forma directa con sobrevivientes:
 - ¿Cómo anonimizará las historias si un sobreviviente quiere que su historia se comparta de manera anónima?
 - Si se trata de una pequeña comunidad con lazos estrechos, ¿se podrá identificar la historia de un individuo? ¿Hay alguna manera de diseñar la iniciativa para que las historias se muestren en masa o mediante representaciones más anónimas a fin de anonimizar y proteger aún más a los sobrevivientes?
 - ¿Los sobrevivientes podrían verse amenazados personalmente o expuestos a violencia si se expresan y comparten sus experiencias en un contexto de sensibilización? Si fuera el caso, ¿qué métodos (como iniciativas de arte) podrían emplearse para reducir el riesgo personal?
 - Cambiar los nombres, volver borrosas las fotos y omitir detalles de identificación claves, como apellidos o nombres específicos de las calles, son solo algunas tácticas que pueden emplearse para

proteger el anonimato de un sobreviviente. También se pueden distorsionar las voces si el proyecto incluye grabaciones de video o de audio.

- **Obtenga su consentimiento y garantice su confidencialidad:** Sea lo más franco posible con respecto a 1) lo que estará preguntando y brinde las preguntas antes de tiempo si fuera posible y 2) las repercusiones y los riesgos al participar. ¿Quién verá o escuchará esta campaña? ¿Estará en internet? ¿Cuáles son los objetivos principales de la campaña?
 - Dígales a los sobrevivientes (y a todos los participantes) que una campaña de sensibilización puede difundirse ampliamente y las historias pueden ser editadas. Infórmelos de las opciones que tienen para protegerse. Por ejemplo, dícales que las entrevistas y los perfiles serán anonimizados o que la información personal puede modificarse, que las fotografías que muestran rostros nunca son obligatorias.
 - Asegúrese de que todos los sobrevivientes tengan la oportunidad de revisar el material antes de su publicación y hacer cambios o ediciones. Incluya tiempo en el cronograma de su campaña de sensibilización para que los sobrevivientes revisen sus propias historias antes de que cualquier material se haga público.
- **Cree un espacio seguro:** La creación de un ambiente cómodo y seguro puede ayudar a que los sobrevivientes se sientan cómodos y que las entrevistas y actividades resulten más productivas. Aquí le ofrecemos algunos factores para tener en cuenta:
 - El género del facilitador o entrevistador suele ser muy importante,



Un taller de cuidado personal de GIJR para periodistas y activistas en Conakry, Guinea, en mayo de 2017.

sobre todo cuando se trabaja con víctimas de violencia sexual y de género. Las mujeres suelen preferir trabajar con mujeres en estos contextos. Siempre está bien preguntarles si tienen alguna preferencia.

- Asegúrese de que el espacio se encuentre en un lugar seguro física y emocionalmente, lejos de la escena de la atrocidad, a no ser que la persona haya aprobado lo contrario. Si está grabando, verifique que el equipo sea lo más discreto posible.
- Sea consciente de su lenguaje. ¿La persona quiere que la llamen por su nombre? ¿Por su apellido? ¿Acepta el término sobreviviente o víctima? ¿O ninguno de ellos le sienta bien? Pregúntele qué le hace sentir más cómoda.
- Dígale que puede traer a una persona de apoyo.
- **Elija sus palabras con cuidado.**
Durante la entrevista o actividad, evite empezar por un evento traumatizante y evite ponerlo en primer plano. Llegue a él en forma gradual. Haga preguntas inocuas sobre la vida actual de la persona. ¿Dónde vive? ¿Tiene hijos? ¿Dónde trabaja? ¿Qué ha estado haciendo desde el incidente? ¿Cómo ha sido ese tiempo para él o ella? Evite preguntas que asignan culpas o que podrían herir o avergonzar a la persona de algún modo. Nunca diga algo como “¿No supuso que podría haber problemas?”. Cuando aborde un evento traumático, haga preguntas abiertas sobre el incidente, como: “¿Qué pasó?”, “¿Puede contarme sobre ese día?” o “En la medida en que se sienta cómodo, ¿puede describir lo que le sucedió a usted o a su hijo?”. Muestre indicadores no verbales alentadores y positivos. No pida detalles, a no ser que resulte absolutamente necesario y solo si ha recibido consentimiento de antemano. Tenga cuidado de no forzar a la persona a dar una cita. Deje

que le dé forma a su propia historia.

- **Seguimiento**

En la medida de lo posible, intente concluir la entrevista o actividad de una manera pacífica y positiva. Brinde la oportunidad de lograr un cierre preguntando: “¿Hay algo más que quiera agregar? ¿Hay algo que yo haya omitido?”. Luego, entregue un resumen de los próximos pasos. ¿Cuál es el espacio de tiempo de la actividad? ¿Cuándo podrá ver la pieza (o entrevista o video) y revisarlo, si quisiera hacerlo? Luego, ¿cuándo aparecerá o se publicará?

- Ofrezca referencias o información culturalmente pertinente y de acceso público para servicios de salud mental, terapia psicosocial, otra asistencia médica y servicios de apoyo comunitario.
- Finalmente, hable con la persona poco después o, si no fuera posible, con un grupo al que pertenece. Hágle saber que no fue una experiencia impersonal.

4. Cree un mensaje

Su mensaje tiene que convencer a las personas, atraerlas y llevarlas a la acción, aún más que su objetivo. Puede tener diversos mensajes, pero todos deberían llevar al mismo objetivo. Un mensaje eficaz siempre debe ser preciso y:

- Ser sencillo y explicar la causa en forma clara, sin ambigüedad.
- Destacar la importancia vital de la causa.
- Decirle algo nuevo a las personas, algo que no habían contemplado.
- Resultar cautivante, interesante, o incluso impactante.
- Expresar la necesidad de actuar y ofrecer una solución.

El mensaje debe ser eficaz, es decir, debe impulsar al público a la acción. Por ejemplo, una vez Oxfam International diseñó un mensaje sobre la pobreza y la educación que decía: “La educación básica ayuda a romper el ciclo de la pobreza”. Sin embargo, los grupos de sondeo indicaban que esto no los inspiraba a actuar. En lugar de eso, los grupos de sondeo preferían “La educación es el derecho de todo niño”.



“Distribuir el Poder”, un póster de la campaña RESET de la organización Imperative 21 cuyo objetivo es concienciar sobre la necesidad y la oportunidad de un cambio en el sistema económico.

Existe el riesgo potencial de cámaras de resonancia en los medios sociales. Una cámara de resonancia es un ambiente en el cual alguien se encuentra con creencias u opiniones que ya se alinean con las suyas propias. Si bien resulta poderoso para convertir aliados pasivos en activos, los mensajes de una campaña también deben llegar más allá de los simpatizantes actuales.

NO SE OLVIDE: CREE UN LLAMADO A LA ACCIÓN

Recuerde siempre expresar claramente la acción que quiere que tomen las personas. La conciencia por sí sola no crea cambios. Debe impulsar a las personas a hacer algo y brindar opciones para distintos niveles de compromiso.

5. Conozca sus recursos y su presupuesto

Hay diversas maneras de realizar una campaña de sensibilización con cualquier presupuesto. Sea realista y creativo con sus fondos. ¿Qué financiación tiene? ¿Hay limitaciones con respecto a cómo o cuándo se deben emplear esos fondos?

¿Qué necesita para llevar adelante su campaña? ¿Cuáles son los gastos requeridos para estas necesidades?

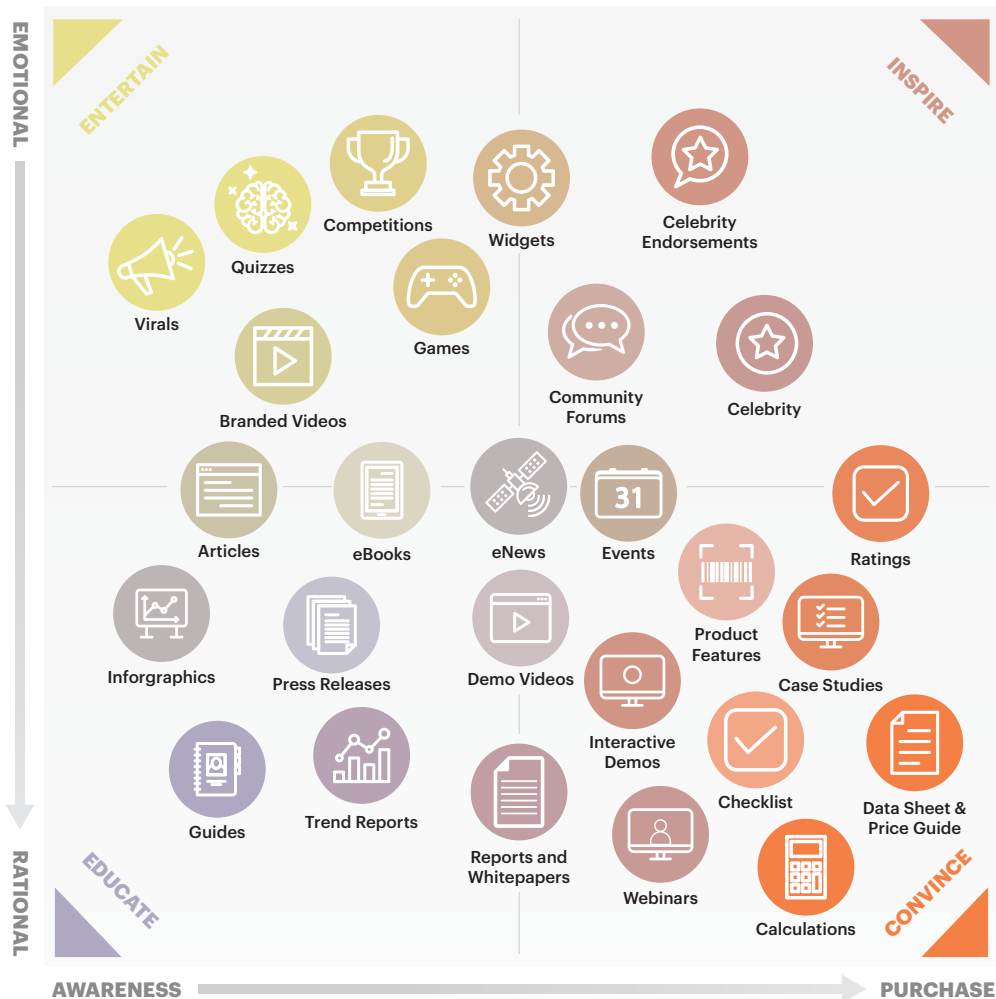
- ¿Deberá conseguir voluntarios? ¿Necesita contratar a alguien con habilidades específicas?
- Considere los recursos a los que ya tiene acceso. ¿Hay alguien que ya sea cineasta en su organización?
- ¿Necesita financiación para producir y difundir un programa de radio? ¿O para imprimir carteles? ¿O quizás sea mejor organizar una campaña digital, menos costosa?

Investigue sobre sus recursos y comuníquese con otros para establecer lazos cuando resulte necesario. Pueden surgir aliados inverosímiles dispuestos a donar suministros, talentos u otros recursos, aún si no pueden comprometerse a ir en persona o planificar una acción en forma directa.

6. Planifique medios estratégicos

Transmitir su mensaje mediante los medios resulta fundamental para lograr los objetivos más generales de una campaña de sensibilización. Sea deliberado y estratégico para promover sus objetivos: ¿Qué cobertura mediática ayudará a lograr su objetivo de la manera más eficaz? ¿Su objetivo es inspirar a la acción, convencer o educar sobre un problema? ¿O quizás entretener a su público mediante narrativas que de otra manera se reprimirían?

Esta [matriz de marketing de contenidos](#) (disponible en inglés) fue creada por Smart Insights para equipos de marketing en organizaciones con fines de lucro. Sin embargo, el uso de un marco similar puede ayudar a las iniciativas de sensibilización comunitarias a planificar contenidos cautivantes e interactivos. La diversidad de los contenidos mediáticos posibles puede llevar a los organizadores y activistas a pensar cómo los formatos y los mecanismos de difusión mediática pueden ayudar a llamar la atención de públicos diversos, según los objetivos de la campaña.



Algunas preguntas para tener en cuenta incluyen las siguientes:

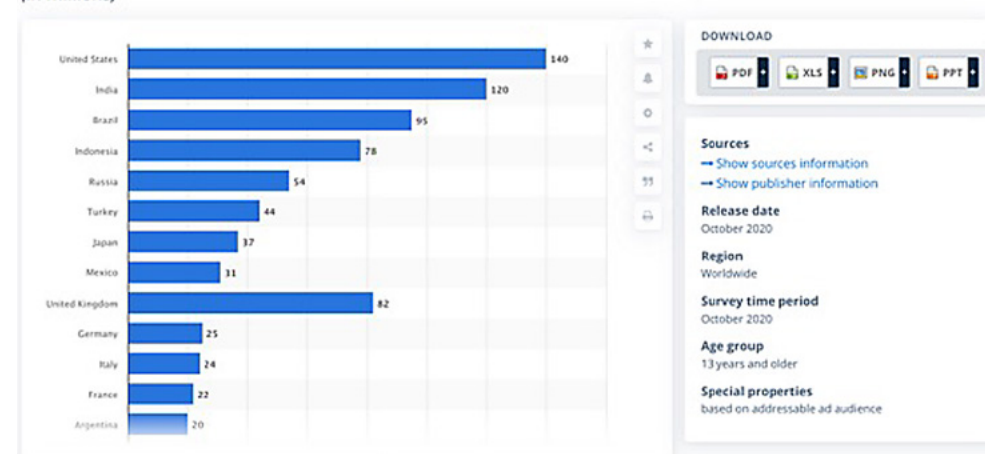
- ¿Cuáles son los soportes mediáticos a los que pueden acceder sus comunidades?
- ¿Cuáles son los soportes mediáticos y las plataformas que su público más emplea y sigue?
- ¿Qué tipo de soporte comunica mejor su mensaje?
- ¿Qué tipo de soporte tiene más posibilidades de incentivar a las personas a actuar y comprometerse con la iniciativa?
- ¿Qué soporte mediático es más popular en su región geográfica?

NO SE OLVIDE: SOPORTES, TÁCTICAS Y DISTRIBUCIÓN

Muchas veces, empleará distintos tipos de soportes mediáticos. Por ejemplo, un documental en video puede difundirse de distintas maneras: proyecciones públicas seguidas de su publicación en Youtube, clips más breves en Instagram y proyecciones completas en escuelas u otros lugares. De la misma manera, los medios sociales son un excelente recurso para obtener más apoyo para protestas o promocionar una exposición pública, así como una exposición pública puede contar con un panel de debate en persona entre sobrevivientes al momento de su inauguración. Si su público es rural o analfabeto, la radio puede ser la mejor opción, seguido de campañas con afiches gráficos.

Internet • Social Media & User-Generated Content

Leading countries based on Instagram audience size as of October 2020
(in millions)



© Statista 2020

Analice qué estrategias de difusión funcionan mejor para cada uno de sus públicos objetivo. Quizás el contenido publicado en Instagram llegará de manera más eficaz a estudiantes en los Estados Unidos, pero esta estrategia puede no resultar con estudiantes en otro contexto. Trabajar junto con una escuela u otra OSC para compartir sus eventos en línea puede ser un mecanismo eficaz para crecer su público y generar interés y entusiasmo.

Sugerencias de prensa

Ya sea colocando un artículo, presentando y publicando un artículo, o simplemente atrayendo la atención para una campaña, digital o de otro tipo, contactar con los medios de comunicación es crucial para ampliar su impacto. Estos son algunos consejos sencillos que debe tener en cuenta:

1. **Tómese el tiempo.** Investigue a los periodistas que se preocupan por el tema y que idealmente hayan escrito antes acerca de este tema. El envío de diez consultas o anuncios personalizados dirigidos a diez periodistas con inversiones probablemente dará mejores resultados que el envío de 100 consultas a una lista general de medios. Si no puede encontrar su correo electrónico, etiquete o envíe un mensaje privado al periodista en las redes sociales.
2. **Informe al escritor o editor sobre tu audiencia** y cómo el tema atraerá a una serie de grupos.
3. **Encuentre su ángulo humano.** Lidera con él. Nada atrae a alguien como una historia.
4. **Haga hincapié en las novedades de tu campaña** y por qué necesita atención ahora.
5. **Nunca se rinda.** Los periodistas están ocupados.

Cronograma

El tiempo es clave. Idealmente, una campaña de sensibilización debería programarse cuando su implementación logrará el mayor impacto estratégico, en torno a un evento específico, como por ejemplo una audiencia o juicio. También hay [días internacionales de la ONU](#) o días de los medios sociales que pueden coincidir con ella. Es importante establecer etapas para una campaña de modo que pueda ir creciendo con el tiempo. Quizás tenga un formato para el comienzo y luego realice un seguimiento con una serie más breve. Es importante ser lo más específico posible al momento de planificar.

Prepare un cronograma interno para la planificación, producción y publicación del contenido según los objetivos de la campaña.

- ¿Cuándo se difundirá su contenido?
- ¿Qué mensajes y materiales se deben enviar y cuándo?
Por ejemplo, ¿quisiera mandar 100 cartas personalizadas por correo electrónico a funcionarios electos? ¿O quiere mandar 500 mensajes de texto a nuevos votantes donde comparte información sobre cómo registrarse para votar durante un periodo de seis meses?
- Permita un desarrollo progresivo con distintas etapas en toda su campaña. Si planifica diferentes etapas de una campaña de sensibilización, establezca planes mediáticos distintos para cada etapa y diversos mecanismos de distribución.
- Comuníquese dentro de su movimiento y coalición antes de transmitir el mensaje públicamente. Informe a sus aliados con respecto a cuándo proyecta la próxima etapa de su campaña de modo que estén listos para ampliar su mensaje. Informe a su equipo mediático de eventos importantes para que el componente mediático de la campaña esté listo y refleje los eventos más actuales.
- Prepare su cronograma de una manera realista y realizable. Incluya más tiempo que el que prevé.

8. Mida y documente el impacto

Finalmente, el hecho de que las personas consuman, vean o visiten su campaña de sensibilización no significa que influya en ellos o que los impulse a actuar o comprometerse. ¡No se desespere! Pero planifique para este caso estableciendo indicadores que no solo rastreen las visitas o el tamaño del público sino que también rastreen la acción. Por ejemplo, no se limite a crear y promover una campaña de fotomemorialización. Rastree cuántas personas lo han visto y quizás pídale que

completen una breve encuesta sobre su efecto y si aprendieron algo nuevo de la experiencia. También puede seguir la cobertura de un tema en los medios de manera más general: “Hubo un aumento del 200% en la cobertura mensual sobre la violencia doméstica en los diarios importantes seleccionados”. Una manera de reconocer la cobertura mediática es estableciendo un alerta automática de Google News para su ciudad, sus noticias locales y palabras clave que describan su iniciativa. Otras medidas para supervisar una campaña digital son controlar la frecuencia de uso del hashtag de una campaña, el tamaño del público (cantidad de seguidores de una cuenta o campaña) y la participación de la audiencia (cantidad de comentarios o de veces que se compartió una publicación). Mediante los recursos gratuitos de las plataformas de medios sociales como Facebook y Twitter, puede ver dónde se encuentran sus seguidores geográficamente y otra información demográfica, tal como su edad y género, así como la participación de la audiencia que tiene cada publicación.

En el caso de las iniciativas en persona, ¿cuántas personas asistirán? ¿Cómo se vincularán con el contenido? ¿Qué están aprendiendo? Las encuestas, cuestionarios breves y eventos de seguimiento son excelentes para evaluar los puntos fuertes y débiles de una iniciativa.

Si está buscando inspiración, visite [el kit de herramientas de Beautiful Trouble](#) (disponible en inglés), donde comparten historias de acciones y campañas de concientización internacionales y destacan lo que resultó, lo que no resultó y por qué. También puede analizar los ejemplos que ofrecemos en este kit de herramientas.

NO SE OLVIDE: Documente la información sobre el impacto a fin de aprender y determinar qué se puede mejorar y qué se debe mantener para las campañas futuras, así como lo que resultó eficaz para lograr cambios sociales tangibles. Estos puntos de información que documentan el impacto y la eficacia también pueden servir para oportunidades potenciales de recaudación de fondos.

LOS MEDIOS SOCIALES Y LA SENSIBILIZACIÓN

Desde #MeToo hasta #BlackLivesMatter, los medios sociales y la concientización suelen ir de la mano. Numerosas iniciativas de sensibilización tienen orígenes digitales en las plataformas de medios sociales o blogs antes de desarrollarse en acciones físicas y eventos en persona. A veces las iniciativas de concientización virales crecen orgánicamente a partir de publicaciones en los medios sociales que resuenan con distintas comunidades geográficas que han vivido injusticias sistémicas similares, o una campaña puede organizarse de forma más sistemática y específica en torno a un problema. Cuando se emplean de manera eficaz, los medios sociales pueden amplificar las labores de sensibilización, ofreciendo una plataforma primaria y secundaria para documentar las violaciones a los derechos humanos, respaldar las historias de las víctimas y sobrevivientes y sensibilizar sobre las injusticias, los perpetradores y los problemas de rendición de cuentas.

Mediante una cobertura fiable, constante y equitativa, los medios sociales ofrecen un espacio fuera de los medios tradicionales o los medios financiados por corporaciones, los cuales no siempre amplifican las voces de los marginados. Estas plataformas pueden ser herramientas eficaces para otorgarles a los ciudadanos y activistas el poder para transformar sus comunidades. Tanto en la teoría como en la práctica, los medios sociales tienen una cualidad personal, generada por los usuarios, que responde muy bien a las necesidades de las organizaciones de la sociedad civil y de la GIJTR.

Sin embargo, los medios sociales pueden resultar una carga para las campañas de concientización y obstruir su éxito. Con cientos de “bots” o cuentas falsas, la censura y la aplicación arbitraria e irregular de las pautas de contenido, los medios sociales pueden ser tanto una herramienta para fomentar la violencia generalizada como una herramienta para la defensa comunitaria de la paz, la justicia y la rendición de cuentas. En 2019, Freedom House publicó su informe sobre la libertad en internet, “[The Crisis of Social Media](#)” ([La crisis de los medios sociales](#)), donde advierte que “lo que alguna vez fue una tecnología liberadora se ha convertido en un conducto para la vigilancia y la manipulación electoral”. Para un estudio de caso específico, lea cómo [Facebook se empleó para incitar y fomentar la violencia en Birmania](#) (artículo disponible en inglés).

El debate sobre los beneficios y perjuicios de los medios sociales es inmenso. No obstante, estas plataformas son esenciales para la comunicación mundial y no podemos abordar todas las diversas facetas de este debate en nuestro kit de herramientas. Lo invitamos a visitar los enlaces en la sección de [Recursos](#) para más información y le pedimos que tenga en cuenta lo siguiente:

El ABC de los medios sociales

Según [Community Toolbox](#), un recurso público de la Universidad de Kansas, la sensibilización digital se define como el “empleo de la tecnología digital para contactar, informar y movilizar un grupo de personas preocupadas en torno a un problema o una causa”. El propósito del activismo digital es utilizar la tecnología como una herramienta para derribar barreras geológicas y concientizar sobre las violaciones a los derechos humanos que están ocurriendo actualmente en el mundo.

Según [Statista](#) las redes sociales más populares a nivel mundial desde abril de 2021, son Facebook, YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram, WeChat y TikTok. Todas estas plataformas (y otras) pueden emplearse para respaldar las iniciativas de sensibilización digitales. Tal como hemos indicado, su popularidad

Most popular social networks worldwide as of April 2021, ranked by number of active users
(in millions)

Search: Records: 25 ▼

Characteristic	Number of active users in millions
Facebook	2,797
YouTube	2,291
WhatsApp	2,000
Facebook Messenger*	1,300
Instagram	1,287
Weixin / WeChat	1,225
TikTok	732
Douyin	600
QQ	595
Telegram	550
Snapchat	528
Sina Weibo	521
Kuaishou	481
Pinterest	459
Reddit*	430

© Statista 2020

puede variar ampliamente por región. Es por ello que le sugerimos investigar cuáles son los canales que resultan más eficaces para llegar a su público objetivo.

Hay varias plataformas de software y herramientas digitales gratuitas que pueden ayudarlo a crear gráficos a fin de desarrollar mejor sus campañas digitales. La ICSC no promociona ni financia a estas plataformas. Cabe destacar que debería investigar la seguridad, los derechos sobre los datos personales y las condiciones de privacidad para cada una de estas aplicaciones, dependiendo de su contexto y riesgos para la seguridad personales.

- Canva: software de diseño gráfico que ofrece distintas plantillas para los medios sociales y proporciones de tamaño para las diferentes plataformas, de modo que su diseño sea adecuado para cualquiera de ellas.
- Animoto y OpenShot son herramientas para la edición de videos.
- PiktoChart y Easel.ly crean infografías y permiten la visualización de datos.
- DesignWizard e Inkscape: software en línea de diseño gráfico y edición de fotos.
- Headliner: una aplicación que ayuda a convertir contenido de audio, como el clip de una entrevista, un podcast y otros extractos, en un contenido visual para los medios sociales.
- Consulte [Cómo emplear los medios sociales para la sensibilización digital](#) de Community Toolbox (disponible en inglés) para ayudarlo a crear páginas y cuentas para su campaña y obtener ayuda para crear un blog o sitio web básico.

Lo incentivamos a ser creativo en su uso de los medios sociales y la tecnología a fin de probar nuevas estrategias que maximicen sus campañas de sensibilización y comprometan a su público con iniciativas de verdad, justicia y rendición de cuentas. Algunos grupos han empleado [códigos QR para sus iniciativas](#), pidiéndole al público de un evento que escanee un código con sus teléfonos personales para firmar una petición en línea u otro llamado a la acción, como mandar un mensaje a sus funcionarios electos. Estos códigos QR pueden emplearse en pegatinas, afiches y otros materiales visuales para incorporar una participación tangible en algo que de otro modo consistiría en el consumo pasivo de un afiche.

CONSEJOS PARA REDES SOCIALES

Incluya una llamada para actuar en cada publicación: *¿Qué quiere que hagan sus seguidores?* Si quiere que llamen a sus líderes políticos locales, diga eso. Si desea que voten en unas elecciones locales, hágales saber cuándo y cómo.

Haga que sus publicaciones sean sencillas pero atractivas

- Use palabras activas: obtenga más información, visite aquí, haga clic aquí
- Haga preguntas en sus publicaciones. Es útil involucrar a sus audiencias digitales y abrir el diálogo para involucrar a más usuarios y hacer que las publicaciones estancadas sean interactivas.

Exprésese

- No tenga miedo de utilizar su propia voz y enfoque
- Cree sus propios hashtags. Sea coherente con el hashtag que utiliza para que el hashtag se convierta en sinónimo de su trabajo y los usuarios puedan encontrar otro contenido relacionado.

Ramifique su contenido

- Responda a sus usuarios
- Use hashtags
- “Re-postear” información de otras organizaciones
- Construir relaciones en las redes sociales etiquetando a los demás

Sea profesional

- Asegúrese de que sus perfiles sociales estén completos y actualizados
- Realice un seguimiento de sus tendencias en redes sociales y analice su público (muchas plataformas tienen análisis integrados)
- No compre seguidores ni aficionados
- De crédito cuando el crédito sea debido



Un manifestante en un rally #MeToo. Dominio de imagen: Wiki Commons

En general, estas plataformas brindan un espacio interactivo donde los usuarios pueden compartir información de manera instantánea e interactuar con otros contenidos, como videos y debates virtuales. Los posibles usos son numerosos. Aquí le indicamos algunas formas básicas en que los medios sociales pueden resultar particularmente útiles para la defensa de la justicia social.

- **Construcción de comunidades virtuales.** Las campañas de medios sociales como #MeToo se han empleado eficazmente para ofrecer una plataforma a los sobrevivientes de la violencia sexual y el acoso para vincularse con otros y compartir sus historias en forma colectiva. Esto es fundamental ya que muchas veces estos sobrevivientes se enfrentan a la discriminación o humillaciones externas si comparten sus historias en persona, pero encuentran aliados y redes de apoyo solidario en línea. Por ejemplo, se ha empleado Twitter como una herramienta para los movimientos sociales feministas, sobre todo como plataforma para compartir experiencias de abuso sexual. Para más información sobre #MeToo y su importancia

en la creación de espacios para los sobrevivientes de abuso sexual para generar una comunidad y compartir sus experiencias, haga clic [aquí](#) para un resumen general y [aquí](#) para una mirada global comparativa del movimiento (documentos disponibles en inglés).

- **Documentación.** Otro ejemplo del uso de los medios sociales para la sensibilización es la publicación de imágenes y videos en plataformas como Facebook e Instagram. Las organizaciones como [WITNESS](#) buscan brindar conocimientos sobre el uso de pruebas videográficas a los ciudadanos que presencian violaciones a los derechos humanos, de modo que haya pruebas documentadas de los perpetradores cometiendo estos actos. Los medios sociales y otras plataformas digitales pueden ser una manera muy eficaz de archivar y conservarlas para que las violaciones a los derechos humanos no “se nieguen u olviden con el tiempo”.
 - Nuevamente, revise los protocolos de seguridad digital ya que cualquier contenido que se sube a los medios sociales corre el riesgo de ser manipulado visualmente mediante la edición de fotos o videos o puede reutilizarse como difamación para campañas de desinformación y noticias falsas.
- **Educación y conciencia pública.** Según el [Pew Research Center](#), entre julio de 2013 y mayo de 2018, el hashtag #BlackLivesMatter se empleó casi 30 millones de veces en Twitter, un promedio de 17.002 veces por día. Si bien hay preocupaciones legítimas de que el uso de un hashtag o de un gráfico no se traduce a una participación real para combatir el racismo sistémico contra los negros, el hashtag también se empleó para etiquetar artículos y recursos educativos, como planes de estudios y libros para niños de todas las edades. Estos recursos son útiles para equipar al público con herramientas para comprender la opresión sistémica y el esfuerzo para combatir el racismo.
- **Movilización: de lo digital a lo físico.** Finalmente, para los movimientos de justicia social, los medios sociales, así como las apps de comunicación como Whatsapp, Signal y Telegram pueden ser extremadamente útiles para hacer correr la voz sobre actividades en persona y dar impulso a manifestaciones, discursos y otros eventos. En aquellas plataformas no cifradas, recuerde que aún los mensajes privados pueden volverse públicos. Signal está cifrado y suele considerarse la plataforma más segura para proteger la privacidad de los usuarios.

Generalmente, las plataformas de medios sociales pueden derribar barreras geológicas, son menos costosas que otros medios tradicionales y una gran parte de la población puede acceder a ellas. Haga clic [aquí](#) para leer un estudio sobre cómo los medios sociales influyeron en la Primavera Árabe (artículo disponible en inglés).

EJEMPLOS DE SENSIBILIZACIÓN EN EL MUNDO

Desde su fundación en 1999, la Coalición Internacional de Sitios de Conciencia (ICSC) ha respaldado a sus miembros para crear campañas de concientización innovadoras que muestran las injusticias del pasado y del presente e inspiran a sus públicos a actuar y proteger el futuro. A continuación, ofrecemos algunos ejemplos del trabajo excepcional de Sitios de Conciencia y otros que pueden adaptarse fácilmente a distintos contextos y reproducirse en ellos.

Concientización

MARCAR SU RECUERDO

Para honrar el cuadragésimo tercer aniversario de la guerra civil libanesa, donde desaparecieron 17.415 personas, el miembro de la Coalición Act for the Disappeared lanzó una campaña sobre los desaparecidos y la importancia de la memoria frente a las atrocidades. Para ello, instalaron figuras tridimensionales que representaban a los desaparecidos en 35 lugares diferentes en Beirut y los suburbios donde las personas fueron secuestradas. Cada figura lleva un mensaje sencillo, breve y poderoso: “Se secuestraron personas aquí. Aquí o allí, es hora de saber qué les sucedió.” Durante la campaña, un autobús turístico se detenía en varios barrios. Se invitaba a los residentes a subir y ver un mapa de los memoriales y sitios vinculados a la guerra, así como visualizar información y testimonios.

Para más información, visite

<http://www.actforthevanished.com>

MAPEO DEL MENA

En Medio Oriente y el Norte de África (MENA), el conflicto permanente y los regímenes represivos han hecho muy difícil que las comunidades contabilicen las injusticias cometidas por agentes estatales y no estatales.





Para asegurarse de que no se pierdan las experiencias de las víctimas, la ICSC, junto con 14 miembros en 8 países, realizó una campaña de sensibilización para crear y desarrollar un mapa digital interactivo que documente y comparta las historias y la historia de los abusos a los derechos humanos en sitios del MENA. Junto con el mapa, los miembros participantes realizaron campañas de concientización más pequeñas e individuales, incluyendo campañas en los medios sociales, talleres y competencias fotográficas, a fin de concientizar

sobre el tema en su país y contextos específicos.

El sitio se encuentra disponible en árabe e inglés en: www.mappingmena.org.

TRAER HISTORIAS A CASA

A fin de concientizar sobre los abusos de los derechos humanos que sucedieron bajo la dictadura de Yahya Jammeh, así como para educar a las comunidades sobre los procesos de justicia transicional en Gambia, la African Network against Extrajudicial Killings and Enforced Disappearances (ANEKED), un miembro de Sitios de Conciencia, creó una exposición fotográfica móvil titulada “El deber de recordar”, donde se compartían historias de las víctimas. Respaldado por la Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación, el proyecto no solo destacó una diversidad de voces que suelen perderse después de un conflicto, sino que también humanizó el proceso de verdad y justicia en el país, proceso que muchas veces puede sentirse como algo abstracto. Además, las

víctimas, miembros de la comunidad, los representantes de embajadas internacionales, representantes de la CVRR, miembros de la sociedad civil y de la prensa asistieron al evento de apertura el 21 de febrero en el Centro Nacional de Arte y Cultura, organizado por otro miembro de Sitios de Conciencia en Banjul.



Crédito de la foto: Jason Florio. Cortesía de ANEKED.

Compartir las historias de los sobrevivientes

RECUERDOS COTIDIANOS

Para recordar a las víctimas de la violencia en Afganistán, la organización Afghanistan Human Rights and Democracy (AHRDO), un sitio de conciencia en Kabul, comenzó el “Proyecto de la caja de recuerdos”, que se centró en compartir los recuerdos de las experiencias del conflicto de las víctimas mediante una beca de la coalición. Trabajando específicamente con miembros de las familias de las víctimas, la AHRDO apoyó a los sobrevivientes para que crearan cajas de recuerdos en honor a sus seres queridos. Estas exposiciones íntimas incluyeron objetos personales y cotidianos, como pañuelos, fotos y poemas, que pertenecían a los fallecidos y fueron conservados por sus familias. Las cajas de recuerdos luego se expusieron en numerosos lugares, resaltando la humanidad de las víctimas y la necesidad de un futuro justo y pacífico. Los proyectos de concientización que destacan las víctimas del conflicto pueden resultar particularmente eficaces en contextos de represión, donde los mensajes políticos más explícitos pueden distorsionarse o los organizadores pueden volverse blanco de aquellos que están en el poder. [La exposición fue señalada por el New York Times en 2019](#) (artículo disponible en inglés).



LAS EXPERIENCIAS DEL CONFLICTO DE LAS MUJERES

The Herstories Project, un Sitio de Conciencia en Sri Lanka, es un proyecto autoetnográfico que ha recopilado 285 narrativas personales de madres del norte, sur y



Photo credit: The Herstories Archive

este de Sri Lanka. El proyecto se basó en el concepto de que, en la guerra y en la paz, las historias de resiliencia, valentía y esperanza de las mujeres son marginadas o excluidas de la historia. El proyecto da fe de estas narrativas que corren el riesgo de perderse a fin de mitigar los peligros de una narrativa única y unificada de posguerra en Sri Lanka. Las historias fueron recopiladas y contadas en las palabras de las mujeres mediante cartas manuscritas, ensayos fotográficos y entrevistas breves en video, todo ello incorporado en un solo sitio web: <http://theherstoryarchive.org>.

Estas historias pueden emplearse para

provocar el diálogo y lograr cambios que influyan en cómo el conflicto de Sri Lanka se enseña en las escuelas, identificando los componentes de género del conflicto que aún no han sido abordados y aumentando la conciencia cultural pública sobre los matices del conflicto en Sri Lanka.



JAMÁS OLVIDADOS

El “Proyecto de las sillas vacías”, creado por la artista Giligo Ja junto con Voices of Women Media, un Sitio de Conciencia en Nepal, conserva y honra la memoria de quienes fueron asesinados en la guerra civil de Nepal (1996-2006). El conflicto mató a más de 17.000 personas e “hizo desaparecer” a otras 1.300. Para respaldar los trabajos de justicia y rendición de cuentas en el país, Gi amplió

estas historias montando “reuniones familiares” entre las víctimas y quienes aún los extrañaban. Tomó retratos de quienes habían perdido miembros de su familia junto con proyecciones de viejas fotografías familiares que incluían al ser querido. Como lo explica Gi: “El paso del tiempo, el existir y no existir, se superponen en una sola imagen”.

Lanzado durante la pandemia de COVID-19, el proyecto se expuso virtualmente a través de plataformas de medios sociales y fue uno de los ganadores de la [competencia fotográfica PX3 State of the World 2020](#).

Los hashtags que se incluyeron en la campaña fueron: [#wherearethey](#) ([#dóndeestán](#)) [#wherearetheynow](#) ([#dóndeestánahora](#)) [#memorymatters](#) ([#lamemoriaesimportante](#)) [#dayofdisappeared](#) ([#diadelosdesaparecidos](#)) [#justicenow](#) ([#justiciaya](#))



LOS SOBREVIVIENTES SE PONEN DE PIE

En aquellos países en conflicto o que están saliendo de un conflicto, la prensa puede jugar un papel central para compartir las historias de los sobrevivientes y, de este modo, generar más empatía y comprensión con respecto a las violaciones a los derechos humanos. Una estrategia que pueden emplear las organizaciones de víctimas es iniciar una asociación con un periodista o fotógrafo local, nacional o internacional para crear un perfil de los sobrevivientes, como este que memorializa la masacre del estadio que ocurrió en Conakry, Guinea el 28 de septiembre de 2009. Publicado por [Al Jazeera](#) en el séptimo aniversario de la atrocidad, esta serie memorializa el ataque despiadado del Gobierno a una reunión prodemocracia donde 156 personas fueron asesinadas y decenas de mujeres fueron abusadas sexualmente. Los ensayos fotográficos describen la masacre, brindan una breve historia de las violaciones a los derechos humanos en Guinea, y ofrecen enlaces a referencias, como el informe de Human Rights Watch sobre el ataque. Las fotografías que acompañan la pieza son de los sobrevivientes volviendo al estadio. A fin de proteger su anonimato, muchos de ellos son fotografiados de espaldas a la cámara.



Crédito de la foto:
Tommy Trenchard, Al Jazeera

HUMANS OF NEW YORK (HUMANOS DE NUEVA YORK)

Iniciado por el fotógrafo Brandon Stanton en 2010, “[Humans of New York](#)” se popularizó en los medios sociales a través de Instagram, Facebook y Twitter. En sus comienzos el proyecto compartía historias de personas con las que Stanton se había encontrado en la acera. Con el tiempo, se transformó para compartir historias de sobrevivientes de todos los días en decenas de contextos, desde Irak y México hasta Uganda y Ucrania. Si bien el impacto en la audiencia suele ser poderoso, el formato es sencillo: una colección de fotografías junto con la historia de la persona, contada en sus propias palabras. A fin de destacar las causas de justicia social, Stanton se ha asociado con entidades como el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, en este caso, para amplificar las voces de los migrantes. El formato puede adaptarse con facilidad dado que es poco costoso y resulta sencillo de implementar para muchos. Este formato también resulta flexible en situaciones de alto o mediano riesgo ya que no necesariamente se debe mostrar el rostro de un sobreviviente u otros rasgos identificables. La serie ha originado dos libros: *Humans of New York* y *Humans of New York: Stories*.



Image via Instagram.



Crear diálogo

CANALES DE CONFIANZA

El conflicto en Colombia le ha costado la vida a más de 200.000 personas entre 1958 y 2013. Para ayudar a los afectados, y empezar a superar diferencias históricas en el país, la [Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación](#) (GIJTR) asesora a la Comisión de la Verdad en Colombia, que comenzó formalmente el 29 de noviembre de 2018, con respecto a las mejores herramientas para recolectar, documentar y compartir las historias de los sobrevivientes del conflicto, un paso fundamental para lograr una paz duradera en el país. Como parte de ello, la GIJTR respalda siete proyectos de defensa de búsqueda de la verdad en comunidades marginadas, incluyendo murales, videos documentales y proyectos con manualidades. Estos proyectos resultaron particularmente eficaces para generar diálogo en torno al conflicto, que suele quedar envuelto por el silencio y los tabúes. Uno de ellos, en el territorio Wayúu, se centró en mochilas, que son un sello distintivo del territorio y suelen ser tejidas por mujeres de la comunidad. En este caso, los sobrevivientes de matanzas y familiares de los desaparecidos crearon bolsos que representaban a su familiar desaparecido. Mientras tejían, hablaban del desaparecido, compartiendo historias sobre la persona y grabando sus sentimientos sobre el conflicto. Una vez completados, las familias colocaban tarjetas con fotografías y texto en los bolsos tejidos y luego los ubicaban en una mochila más grande que representaba el territorio, llamada la mochila de la verdad. La mochila de la verdad, que contenía numerosas mochilas personales y una grabadora, se llevó de pueblo en pueblo como una exposición móvil multimedia interactiva. Se les pedía a los miembros de la comunidad que compartieran y grabaran sus propias experiencias personales del conflicto. De manera similar, otro grupo creó muñecas tradicionales que se parecían a un familiar desaparecido. Los familiares



grababan sus propios recuerdos y cuando se expusieron las muñecas, se las mostró con la grabación. Esto resultó muy eficaz para luchar contra la insensibilidad al conflicto, lo cual representa un desafío en Colombia, al igual que en muchos otros lugares. Cuando una persona se involucra en la creación de un objeto físico, se compromete más con él emocionalmente. Esta energía poderosa se transforma en las comunidades: en las exposiciones estos objetos sirven de catalizadores para la búsqueda de la verdad entre los miembros de la comunidad.

Para más información, haga clic [aquí](#).



DOCUMENTAR EL PASADO HOY

La participación de las comunidades en el diálogo ayuda a reconstruir la confianza después de un conflicto de modo que puedan empezar a salvar sus diferencias. La Youth Initiative for Human Rights en Bosnia y Herzegovina (YIHR) organizó diez programas de visitas guiadas a pie en pequeños pueblos del país como parte de su proyecto de concientización más reciente respaldado por la ICSC. El programa formó a participantes jóvenes, en su mayoría estudiantes de la secundaria, para que realizaran investigaciones sobre los monumentos locales y su relevancia, tanto para ellos como sus comunidades, en la actualidad. Luego, los participantes crearon videos sobre los monumentos en los cuales entrevistaban a residentes locales sobre problemas sociales persistentes. Un proyecto intergeneracional de este tipo puede exponerse en una escuela, biblioteca o un centro comunitario y publicarse en los medios sociales en forma simultánea. También puede adaptarse para un programa de radio o podcast.

PAREDES QUE HABLAN

En el mundo entero, los murales se han empleado para concientizar sobre los problemas de justicia social, mantener vivos los recuerdos y unir a las personas, tanto mediante la realización del mural, la generación de diálogos y la participación activa como de manera más pasiva, instalando una pieza y dejando que influya en el paisaje urbano. Desde Colombia y Nueva York hasta Nepal y Bangladesh, Sitios de Conciencia y otras organizaciones han unido a los sobrevivientes, como por ejemplo los familiares de personas desaparecidas, para crear estas obras de arte públicas. Esto ofrece oportunidades para la sanación, así como para apropiarse de sus narrativas mientras la representan para que las vean sus comunidades.

Los métodos artísticos ofrecen un lenguaje alternativo para que los sobrevivientes plasmen el trauma de sus experiencias e interactúen de manera creativa con el pasado mientras conciben un nuevo futuro. En contextos más represivos o contextos donde aún es tabú o se desalienta hablar sobre atrocidades del pasado, los proyectos artísticos también pueden ser una manera discreta de implementar una campaña de sensibilización sin generar tanta sospecha o peligros de parte de las autoridades pero logrando influir en los miembros de la comunidad a un nivel más inconsciente. El arte permite que los sobrevivientes y miembros de la comunidad procesen la situación en sus propios tiempos, espacios y mediante sus propias representaciones creativas, lo cual suele ser productivo y poderoso.

Tal como expresa Amplifier, “el arte tiene la capacidad de despertar a las personas. Mediante la expresión colectiva podemos evocar emociones, contar historias, inspirar y motivar. Canalizado como medio para los problemas sociales, el arte puede convertirse en un catalizador para el cambio significativo”. Si bien estos son los valores detrás de todas sus campañas, la campaña [Honremos los tratados](#) de Amplifier, realizada con la colaboración de numerosos líderes de organizaciones sobre los derechos de los tratados entre 2010 y 2015, se dedicó a amplificar las voces de las comunidades indígenas mediante la defensa artística y social. Financió alianzas entre artistas indígenas y grupos de concientización nativos de modo que sus mensajes pudieran cautivar un público mayor en sus labores por proteger la integridad de sus tierras, aguas y tradiciones.



La Red Nacional de Familias de Desaparecidos y Desaparecidos en Nepal



Iniciativa Global por la Justicia, la Verdad y la Reconciliación, Colombia



Un mural en la avenida Melrose en Dakota del Sur. El mural dice: “¡Las colinas negras no están a la venta!”, un grito de agrupación común para los derechos del Tratado en la Reserva Indígena Pine Ridge. Fotografía de Juan Luis García

Conclusión:

La concientización puede manifestarse en más de mil maneras. Este kit de herramientas es tan solo el principio del desarrollo de su movimiento.

Desde el año 2014, la GIJTR ha trabajado estrechamente con socios y grupos de la sociedad civil del mundo entero a fin de desarrollar capacidades y realizar los preparativos para la participación comunitaria en procesos formales y comunitarios de justicia transicional. Esperamos que este kit de herramientas le resulte provechoso para defender la verdad, la justicia y la rendición de cuentas. Descargue [aquí](#) las imágenes creadas por Amplifier para esta campaña. Para más respaldo, se recomienda que los socios de la GIJTR se comuniquen con coalition@sitesofconscience.org.

RECURSOS

Los medios, la sensibilización y la justicia transicional

[Building a Learning Community: Lessons for Holistic and Sustainable Approach to Transitional Justice](#) (Cómo construir una comunidad de aprendizaje: Lecciones para una estrategia integral y sustentable para la justicia transicional), Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación

[Creating an Advocacy Campaign: A Toolkit for Memory Practitioners](#), Global Initiative for Justice, Truth and Reconciliation

[From Memory to Action: A Toolkit for Memorialization in Post-Conflict Societies](#) (De la memoria a la acción: Un kit de herramientas para la memorialización en sociedades posconflicto), la Coalición Internacional de Sitios de Conciencia

[Media and Transitional Justice: A Dream of Symbiosis in a Troubled Relationship](#) (Los medios y la justicia transicional: El sueño de la simbiosis en una relación problemática), International Center for Transitional Justice.

[Pathways of Innovation: Civil Society Advancing Transitional Justice](#) (Caminos de innovación: La sociedad civil para promover la justicia transicional), Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación

Libertad de opinión y expresión:

[El derecho internacional de los derechos humanos](#), Naciones Unidas

[La Declaración Universal de los Derechos Humanos](#) Naciones Unidas

Informe sobre la libertad en internet de 2019 de Freedom House: [The Crisis of Social Media](#) (La crisis de los medios sociales)

Seguridad y sensibilización:

[Front Line Defenders \(Rescatistas\)](#), específicamente [Manual de protección para defensores de los derechos humanos](#)

[Protección de víctimas y testigos](#), Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados

[Consejos de seguridad para protestas de Greenpeace](#), Greenpeace

Folleto: [Safety During Protest \(La seguridad durante una protesta\)](#), Amnistía Internacional

[Tips for Protesting Peacefully and Safely \(Consejos para manifestaciones pacíficas y seguras\)](#), Human Rights Watch

[Protest Safety Guide \(Guía para manifestaciones seguras\)](#), Across Frontlines

Frontline Medics cuenta con una guía disponible en Instagram [aquí](#) para protestar de manera segura específicamente durante la pandemia.

Unión Estadounidense por las Libertades Civiles, [Los derechos de los manifestantes](#)

Cómo crear campañas de sensibilización:

[El kit de herramientas de Beautiful Trouble](#): Ejemplos, estudios de caso e historias de un grupo internacional de artistas-activistas que han trabajado con iniciativas comunitarias, empleando diversas metodologías.

[How to Organize a Protest or March \(Cómo organizar una protesta o marcha\)](#), ihollaback.org

Partes interesadas y planificación de públicos objetivo: [Spectrum of Allies \(Espectro de aliados\)](#) de 350.Org

[The Social Change Ecosystem Map \(El mapa del ecosistema del cambio social\)](#), una guía del Building Movement Project.

[Social Advocacy Toolkit \(Kit de herramientas para la concientización social\)](#), Socialbrite.org

[Social Media Toolkits \(Kits de herramientas para los medios sociales\)](#), American Library Association

[198 Methods of Nonviolent Action \(198 métodos de acción no violenta\)](#), Institución Albert Einstein

Medios sociales, públicos y marketing:

[Digital 2020: A Comprehensive Look at the State of the Internet, Mobile Devices, Social Media and E-Commerce \(Digital 2020: Una mirada integral al estado del internet, los dispositivos móviles, los medios sociales y el comercio electrónico\)](#), Hootsuite

[Use Your Social Network as a Tool for Social Justice \(Emplee su red social como una herramienta para la justicia social\)](#) de Raina Brands y Aneeta Rattan, Harvard Business Review

[Consejos para transmitir protestas en vivo de WITNESS](#).

Estrategias prácticas para la sensibilización, el arte y la justicia social:

[El mapeo corporal para la defensa](#), Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación

[Crear canales de confianza: La búsqueda comunitaria de la verdad en regiones periféricas de Colombia](#), Iniciativa Global de Justicia, Verdad y Reconciliación

REFERENCIAS:

- ¹ Citando el informe de Hootsuite de 2020, [John Koetsier indicó en la Revista Forbe](#) que “el uso de los medios sociales supera el crecimiento poblacional casi nueve a uno. Mientras la población general aumentó en 82 millones de personas, o poco más del 1%, los usuarios activos de los medios sociales aumentaron en 321 millones de personas: el 9,2%.”
- ² (2015) Black Lives Matter BLM. Estados Unidos. [Archivo web] Recuperado de la biblioteca del Congreso, <https://www.loc.gov/item/lcwaN0016241/>.
- ³ <https://www.cbsnews.com/news/george-floyd-black-lives-matter-impact/>
- ⁴ <https://www.ictj.org/sites/default/files/ICTJ-Briefing-Media-T.J.-2016.pdf>, página 11
- ⁵ <https://www.ictj.org/sites/default/files/ICTJ-Briefing-Media-T.J.-2016.pdf>, páginas 13-17
- ⁶ <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/01/02/social-networks-and-social-media-in-ukrainian-euromaidan-protests-2/>



International Coalition of
SITES *of* CONSCIENCE

www.sitesofconscience.org

 [Facebook.com/SitesofConscience](https://www.facebook.com/SitesofConscience)

 [@SitesConscience](https://twitter.com/SitesConscience)

 [SitesofConscience](https://www.instagram.com/SitesofConscience)



GIJTR

Global Initiative for Justice
Truth & Reconciliation

www.gijtr.org

 [@GIJTR](https://twitter.com/GIJTR)

 [@GIJTR](https://www.instagram.com/GIJTR)