

# ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LA INCIDENCIA JUVENIL



**DECIDAMOS**

CAMPAÑA  
POR LA EXPRESIÓN  
CIUDADANA



**Fe y Alegría**  
PARAGUAY



Centro de Estudios  
Paraguayos  
Padre Antonio Guasch



Financiado por  
la Unión Europea

Decidamos, Campaña por la Expresión Ciudadana  
París 1031 c/ Colón  
Asunción – Paraguay  
+595 21 425 – 850/ 2  
comunicacion@decidamos.org.py  
[www.decidamos.org.py](http://www.decidamos.org.py)

Elaboración de contenido: Jorge Heisecke  
Diseño y diagramación: Utopix Studio



**Financiado por  
la Unión Europea**

La presente publicación ha sido financiada por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Decidamos, Campaña por la Expresión Ciudadana y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea.

Diciembre, 2024

# ACCIONES PARA INCIDIR Y EXIGIR DERECHOS

Que los derechos de las juventudes se respeten y cumplan es un gran desafío, para el cual es vital que las organizaciones juveniles se mantengan activas con acciones que estén bien pensadas y planificadas.

A lo largo de la historia, las conquistas en derechos humanos fueron fruto del esfuerzo y la estrategia de las organizaciones sociales. Un ejemplo claro es la Constitución Nacional de 1992 en Paraguay, resultado de un proceso participativo, donde varios sectores se vieron representados en la Convención Nacional Constituyente, como es el caso de mujeres, indígenas y personas con discapacidad, logrando avances muy significativos.

En Paraguay, la participación política femenina se logró gracias a la lucha constante de organizaciones de mujeres. Los derechos de niños y niñas, de trabajadores y trabajadoras y la objeción de conciencia tuvieron muchos progresos gracias al trabajo coordinado y planificado de organizaciones de la sociedad civil. Estas victorias no habrían sido posibles sin una estrategia bien definida y acciones concretas.

Ese conjunto de acciones planificadas, con medios y presupuestos establecidos, es una campaña de incidencia para la defensa y promoción de los derechos humanos.

Las organizaciones juveniles juegan un papel fundamental en este proceso, ya que representan una voz potente y movilizadora dentro de la sociedad.



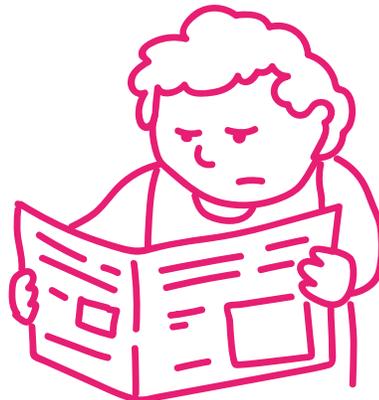
## ¿QUÉ ES LA INCIDENCIA?



La incidencia es un proceso estratégico que implica acciones que tienen por objetivo influir en la opinión pública y en políticas respecto a temas o causas, para promover cambios que beneficien a un grupo específico o a la sociedad en general. Mucho más que hacer simples peticiones, este proceso busca crear conciencia y movilizar a la ciudadanía, para que sus voces sean escuchadas y respetadas.

Mediante la incidencia también se fomenta la rendición de cuentas de quienes tienen la responsabilidad de tomar decisiones, garantizando la protección y cumplimiento de derechos fundamentales. La incidencia puede llevarse a cabo a través de iniciativas colectivas que busquen transformar leyes o políticas mediante el uso de diversas plataformas de comunicación, manifestaciones y campañas públicas; también puede expresarse a través de acciones individuales, como crear cambios de comportamientos en la comunidad o un entorno cercano.

Las estrategias de incidencia pueden estar dirigidas a quienes toman decisiones sobre políticas públicas como legisladores o autoridades gubernamentales, como también a aquellos actores que tienen la capacidad de influir indirectamente en esas decisiones, como movimientos sociales o religiosos, medios de comunicación, etc. Para incidir es importante identificar a todas las personas o instituciones que tengan interés en la causa y que tengan poder de influencia para generar cambios estructurales en la sociedad a corto y largo plazo. Es así como la incidencia contribuye a la transformación de políticas, comportamientos e instituciones, buscando generar un impacto positivo y duradero en la realidad social.



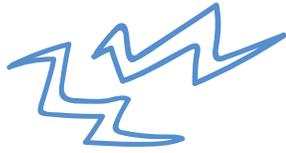
### La incidencia:

- No tiene como fin obtener beneficios personales.
- No promueve el liderazgo de una persona en particular.
- No se orienta a destacar o promocionar a un grupo específico.
- No tiene como objetivo la obtención de recursos con fines personales.

## ¿QUÉ ES UNA CAMPAÑA DE DERECHOS?

Una campaña de derechos busca poner un tema en la agenda pública y hacer ruido para incidir, generando impacto en la ciudadanía, el Gobierno y otros actores. Algunos de sus objetivos pueden ser:

- **Informar.** Dar a conocer un derecho, un problema o sus soluciones. Las campañas informativas son fundamentales para que la población conozca a fondo cuáles son sus derechos y problemas que les afectan.
- **Sensibilizar.** Para crear conciencia y sumar apoyo a una causa. Sensibilizando a la sociedad sobre problemas específicos se puede lograr importantes cambios en la percepción y en el accionar de las personas.
- **Promover un cambio de valores.** Para cambiar algunas actitudes o comportamientos. Por ejemplo, una campaña para promover la participación ciudadana en las elecciones puede influir en la forma en que la gente se involucra en procesos democráticos.
- **Motivar a la acción.** Este tipo de campañas busca movilizar a sectores de la sociedad para lograr mejoras en las condiciones de vida de la comunidad; buscando que las personas tomen medidas concretas, por ejemplo, participando en manifestaciones, colaborando en iniciativas ciudadanas o lograr que padres y madres vacunen a sus hijos para prevenir enfermedades



## **ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE UNA CAMPAÑA**

Las campañas pueden recurrir a diferentes estrategias y acciones, como el uso de los medios de comunicación, herramientas de educación como talleres, foros y debates. También pueden involucrar negociaciones con autoridades y hasta en algunos casos, recurrir a la justicia (recursos judiciales).

Las estrategias tienen que adaptarse al contexto y al público objetivo de la campaña. Es fundamental analizar qué tipo de medios y mensajes serán los más efectivos para llegar a las personas que queremos movilizar.

### **DEFINIR LA CAUSA Y CONOCER EL DERECHO QUE SE QUIERE DIFUNDIR**

Para diseñar una campaña de incidencia efectiva es fundamental definir la causa y comprender en profundidad el derecho que se busca defender. Esto implica definir claramente el problema, especificar qué aspecto se quiere transformar y delimitar la población afectada en un tiempo y lugar determinados.

Es esencial conocer qué leyes amparan ese derecho, qué instituciones son responsables de su protección y si se están cometiendo violaciones, analizar el impacto que esto tiene en las personas, cómo les afecta y cómo perciben la situación. La causa y temática deben estar en línea con la visión, los objetivos y las metas de la organización.

### Algunas preguntas clave para esta etapa son:

- ¿Cuál es el problema o derecho vulnerado?
- ¿Cuáles son sus aspectos más relevantes?
- ¿Cómo se manifiesta este problema?
- ¿Qué es lo más urgente que debe abordarse sobre el problema?
- ¿Qué información o datos tenemos sobre este tema?

## ESTABLECER OBJETIVOS

Después de comprender a fondo el derecho abordado, es importante definir objetivos claros y alcanzables. Los objetivos deben ser específicos y realistas teniendo en cuenta el presupuesto disponible y la capacidad humana que tiene la organización. Los mismos deben responder a la pregunta: ¿qué resultados queremos alcanzar para acercarnos a la situación ideal?

Los objetivos deben reflejar lo que se busca lograr con las acciones y estrategias propuestas y cómo se llevará a cabo para cumplirlos. Es crucial que sean específicos, medibles, alcanzables y viables, teniendo en cuenta los recursos humanos y financieros disponibles. Hay cinco preguntas que van a ayudarnos a su formulación: ¿qué? ¿quién? ¿cuándo? ¿dónde? y ¿cuánto?

## MAPEO DE ACTORES

Identificar a aquellos actores que pueden influir tanto positiva como negativamente en el resultado de la campaña es un paso fundamental en un proceso de incidencia. Estos actores pueden ser: organizaciones, redes, alianzas, grupos o incluso personas, reconociendo su grado de influencia, recursos y su posición frente a nuestros objetivos.

Una vez que se identificaron los actores claves, se debe posicionarlos en una matriz que permita visualizar sus interacciones y posibles impactos en cada instancia del proceso. Con este análisis podremos nombrar quiénes son aliados, opositores, neutrales o indecisos, lo que guiará las estrategias a seguir.



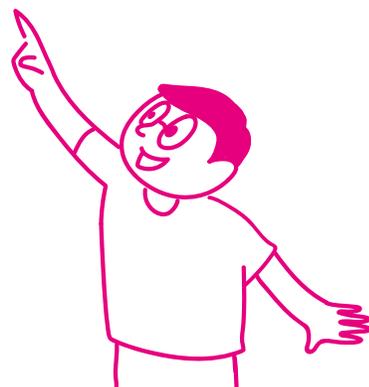
Este proceso puede iniciarse con una lluvia de ideas, donde se consideren todos los sectores involucrados, sean tradicionales o no tradicionales, por ejemplo: asociaciones estudiantiles, empresariales, sindicatos, organizaciones no gubernamentales (ONG), grupos independientes, medios de comunicación, agencias de cooperación, etc.

A continuación, se recomienda hacer preguntas claves como: ¿quiénes están involucrados en la política pública o problemática que queremos cambiar?, ¿cómo se verían afectados por nuestra propuesta?, ¿qué tipo de influencia y recursos tienen? Este análisis debe darnos un mapa con las interconexiones entre los diferentes actores y su poder de influencia. Con esta información, se puede desarrollar mensajes específicos para neutralizar a los opositores, convencer a los indecisos y fortalecer las alianzas necesarias para alcanzar los objetivos de la campaña.

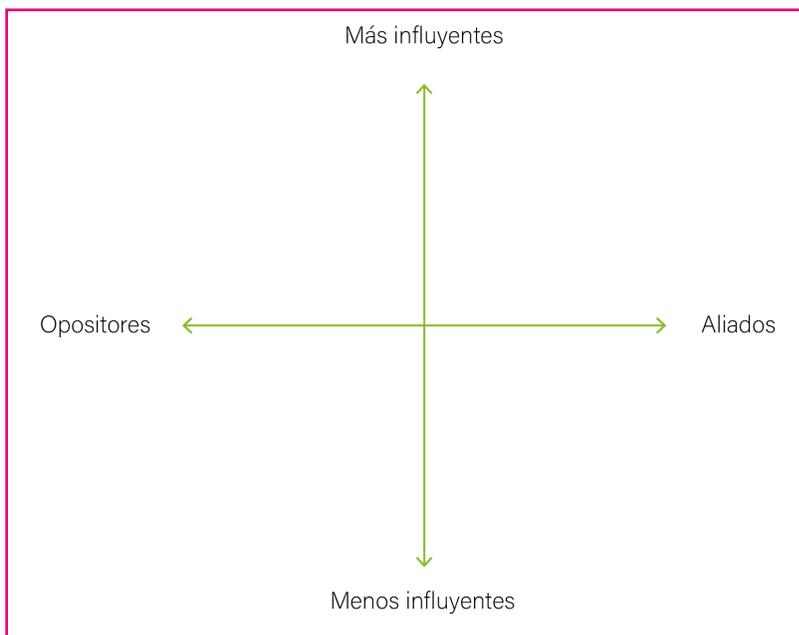
### ALGUNOS DE ESTOS ACTORES PODRÍAN SER:

Interesados del sector privado	Interesados del sector público	Interesados de la sociedad civil
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gremios</li> <li>- Empresas o asociaciones de empresas</li> <li>- Organismos profesionales</li> <li>- Líderes de empresas</li> <li>- Instituciones financieras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministros, viceministros y asesores</li> <li>- Funcionarios públicos</li> <li>- Partidos políticos locales</li> <li>- Municipios o gobiernos locales</li> <li>- Comités y comisiones</li> <li>- Organismos internacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios de comunicación</li> <li>- Iglesias</li> <li>- Escuelas, academias y universidades</li> <li>- Movimientos sociales</li> <li>- Sindicatos</li> <li>- Organizaciones de la sociedad civil (OSC) nacionales e internacionales</li> <li>- Organismos multilaterales</li> </ul>

1 Adaptación. Fuente: FARO (2023)



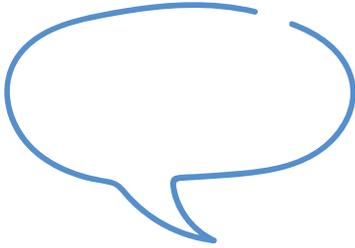
**SE PUEDE UBICAR A LOS ACTORES IDENTIFICADOS  
DENTRO DE LOS SIGUIENTES CUADRANTES:**



**DISEÑO DE ESTRATEGIAS**

Estrategia de incidencia: plan sistemático y organizado para influir en el cambio o transformación de políticas públicas, programas, comportamientos y prácticas que afectan a un grupo social<sup>2</sup>.

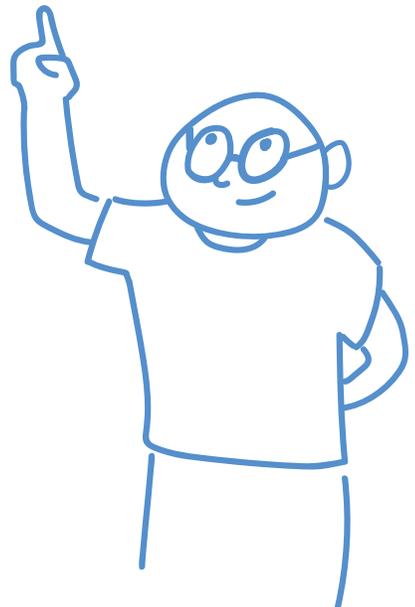
<sup>2</sup> Plataforma Interamericana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo 2004; Para exigir nuestros Derechos, Bogotá-Colombia



Al desarrollar una estrategia de incidencia es muy importante que la organización tenga bien claro su punto de partida, el destino al que quiere llegar y las acciones necesarias para llegar a esa meta. En cada etapa es importante determinar qué tipos de herramientas y enfoques se van a utilizar para asegurar que cada acción sea efectiva.

Para definir las estrategias, algunas preguntas clave que pueden orientarnos son: ¿qué se quiere cambiar? ¿Quiénes son los responsables de implementar ese cambio? ¿En qué nivel o área se debe incidir? -legislativo, ejecutivo, judicial o a nivel local, estatal, nacional o incluso internacional-.

Las estrategias son el conjunto de acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos de la campaña. Al elegir las, es vital definir el público objetivo, la duración de la campaña y las herramientas de comunicación más accesibles. También es fundamental identificar posibles aliados que permitan fortalecer el impacto de la campaña. De este modo, las acciones deben estar en línea con los recursos y capacidades disponibles dentro de la organización.



# MEDIOS Y ACCIONES PARA LLEVAR A CABO UNA CAMPAÑA DE INCIDENCIA

Una campaña puede abordar una variedad de acciones y enfoques destinados a diferentes audiencias, utilizando distintos medios para transmitir el mensaje a los públicos identificados. A continuación, se describen algunos tipos de acciones que emplean diversos medios para transmitir el mensaje a los públicos definidos:

## 1. ACCIONES SOCIALES

Estas actividades están dirigidas a la ciudadanía, la comunidad o al grupo de personas al que queremos transmitir el mensaje relacionado con los derechos que estamos promoviendo. El objetivo es informar y sensibilizar a las personas para que se involucren activamente en las acciones impulsadas por la organización.

### *Comunicación*

Abarca actividades diseñadas para difundir el mensaje de la campaña y concienciar sobre los derechos, sensibilizar e informar. Hay muchas herramientas de comunicación, entre las que podemos mencionar: uso de las redes sociales para difundir textos, *flyers* y materiales audiovisuales (audios, pódcast, videos, etc.), grupos de WhatsApp, distribución de folletos, aparición en los medios de comunicación masiva mediante el envío de comunicados de prensa, entrevistas con líderes o voceros de la organización. También se puede organizar festivales, ferias, visitas casa por casa o pintar murales con ilustraciones relacionadas con la campaña.

### *Educación y formación*

El objetivo de estas acciones es que la comunidad conozca mejor sus derechos, identifique a los responsables de garantizarlos y sepa que puede exigir al Estado el respeto y cumplimiento de los mismos. Esto se logra a través de las instituciones, las leyes y otras medidas adoptadas para su protección y garantía.

## 2. ACCIONES POLÍTICAS

Estas están dirigidas a las autoridades y a las instituciones gubernamentales, empleando los canales y procedimientos formales que las instancias estatales ponen a disposición de la ciudadanía para los reclamos y defensa de sus derechos.

### *Cabildeo o lobby*

Es el proceso por el cual las organizaciones buscan influir en los sectores donde se toman decisiones para lograr cambios en una ley, programa o proyecto estatal que beneficie a la población. Este proceso puede incluir la realización de llamadas, visitas, reuniones y contactos con las autoridades y funcionarios responsables de dichas decisiones sobre los proyectos, programas o políticas públicas.

### **SIETE (7) ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA QUE EL CABILDEO LOBBY RESULTE EXITOSO:**

- 1.** Definir con claridad qué ley, proyecto, programa o presupuesto se busca modificar.
- 2.** Contar con una propuesta concreta y precisa sobre el cambio que se pretende implementar.
- 3.** Identificar a los actores claves que tienen la capacidad de tomar decisiones a favor de la propuesta, así como a posibles aliados. Estos pueden incluir senadores, diputados, concejales, intendentes y, también, es esencial considerar a asesores, secretarios y asistentes que colaboran con dichas autoridades, ya que pueden convencerlos u orientarlos a decidir a favor de la propuesta de las organizaciones.
- 4.** Planificar cuidadosamente cada llamada, visita o reunión, asegurándose de que cada interacción tenga un objetivo específico, ya sea recabar información, presentar la propuesta, conocer si está teniendo buena aceptación, conocer la disposición de las autoridades para implementarla, etc.

**5.** En todas las reuniones con autoridades o funcionarios es fundamental que los argumentos estén bien estructurados. Quien los exprese debe tener la capacidad de hacerlo de forma contundente, enfocándose en los puntos esenciales con mucha fuerza y sin extenderse demasiado.

**6.** Incluir en la planificación la posibilidad de reuniones informales, ya sean planificadas o espontáneas, ya que estos espacios pueden generar confianza en un ambiente distendido.

**7.** Presentar documentos con datos estadísticos, indicadores, información cualificada y verificable, así como pronunciamientos y análisis de expertos, adaptados al contexto político para reforzar la propuesta.

## CONTROL CIUDADANO

El control ciudadano puede ser un componente clave de las estrategias de campaña, ya que nos permite monitorear y evaluar las políticas implementadas por el Estado a través de sus distintas instituciones. Este control puede llevarse a cabo participando en las etapas de diseño, ejecución y evaluación de las políticas públicas en colaboración con los organismos gubernamentales.

Se pueden solicitar informes a diversas autoridades y organismos, tales como entidades estatales, colegios o supervisiones educativas. Además, se pueden organizar audiencias públicas para exigir rendición de cuentas de los municipios o de la gestión en áreas como la calidad educativa en las escuelas. Observar de cerca las acciones del Estado y cómo las lleva a cabo es un paso esencial para garantizar la transparencia y la correcta ejecución de políticas públicas.



## DENUNCIAS CIUDADANAS

Las denuncias públicas de violaciones de derechos también son una herramienta poderosa en una campaña. Las organizaciones y movimientos sociales pueden hacer denuncias ante cualquier situación de vulneración de los derechos humanos. Por ejemplo, si se conoce que en un hospital o puesto de salud no entregan el kit de parto o cobran por la atención pre y posparto, o si en un colegio no le permiten a los y las jóvenes usar aros, piercing, etc., o no se les entrega a los niños y niñas el vaso de leche que les corresponde, o si una Municipalidad no ejecuta el presupuesto destinado a caminos vecinales o no existe un buen sistema de recolección de basura, etc.

Para que las denuncias ciudadanas en el contexto de una campaña sean efectivas es fundamental conocer las instancias y canales adecuados para realizarlas. Además, se recomienda hacerlas de manera pública, idealmente con la participación de periodistas de diversos medios de comunicación o hacerlas virales en redes sociales.

### Poner en marcha la campaña

Una vez diseñadas las estrategias y definidos los objetivos, es hora de implementar la campaña.

Durante la implementación de la campaña, es crucial evaluar constantemente las acciones para asegurarse de que están llegando al público y logrando el impacto deseado. Este proceso de evaluación continua permite ajustar las tácticas según sea necesario y asegurar que la campaña siga siendo efectiva.



## Monitoreo y evaluación

Para que cualquier plan sea efectivo es imprescindible que esté acompañado de un sistema de monitoreo y evaluación, que permita garantizar que se están logrando los resultados esperados, lo cual implica cuantificar y analizar los avances obtenidos. Medir los cambios en casos de incidencia puede ser un gran desafío, ya que no siempre dependen exclusivamente de la organización y el impacto suele verse después de cierto tiempo, muchas veces, años después.

Es determinante demostrar con evidencia los logros alcanzados a los distintos actores involucrados en la campaña, coaliciones o alianzas, simpatizantes, así como también a donantes y colaboradores que aportaron recursos. Generar confianza y demostrar que se ha logrado un cambio relevante en las políticas públicas es esencial.

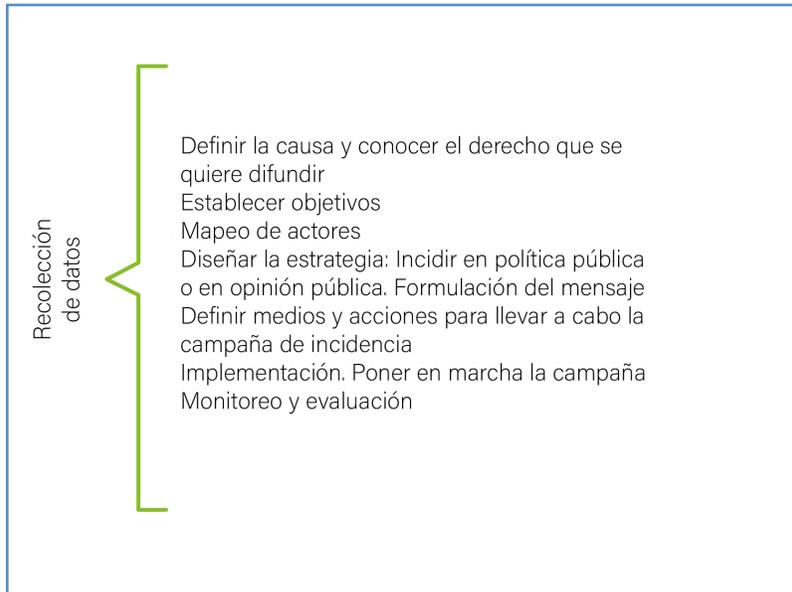
### AL EVALUAR LA INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS SE DEBE TENER EN CUENTA<sup>3</sup>:

- **Definir metas y establecer un sistema de seguimiento.** Es necesario planificar cómo nuestra propuesta va a contribuir a transformar una política pública a largo plazo y definir cómo la organización va a monitorear los avances hacia el logro de los objetivos.
- **Mantener informados a donantes y aliados.** Al igual que la organización necesita conocer los resultados obtenidos durante el periodo de incidencia, quienes han apoyado la causa también deben estar al tanto de los avances. Mantener una comunicación transparente sobre logros, obstáculos, futuros desafíos y aprendizajes.
- **Mejorar programas y generar conocimiento sobre estrategias efectivas de incidencia.** Documentar el proceso puede aportar aprendizajes tanto para los donantes como para otras organizaciones que buscan incidir en políticas públicas. Compartir lo que funcionó y lo que no, ofrece un valioso aporte para el sector.

---

3 Guthrie, Louie, David y Foster (2005) para The California Endowment, Fundación privada que aborda temas de incidencia pública en salud, en el estado de California, Estados Unidos.

Es así como estos pasos pueden guiarnos para planificar una campaña de incidencia:



## ¿QUÉ SE PUEDE LOGRAR CON UNA CAMPAÑA DE INCIDENCIA?

Una campaña de derechos humanos, según su enfoque —ya sea informar, sensibilizar, promover un cambio de valores o incentivar la acción—, puede ayudar a mejorar la calidad de vida de una comunidad o grupo social. Pero, para que tenga impacto, debe ser planificada cuidadosamente, considerando que los objetivos sean realizables a corto, mediano y largo plazo. La campaña debe incluir actividades sencillas que los integrantes de la organización puedan ejecutar.

Con una campaña se puede cambiar una idea, impulsar la aprobación de una ley, mejorar el presupuesto destinado a la inversión social o hacer que la ciudadanía conozca y defienda sus derechos.

## ¿EJEMPLO DE ÉXITO: EL BOLETO ESTUDIANTIL

Un grupo de estudiantes preocupados por el costo elevado del pasaje, que afectaba la posibilidad de estudiar de muchos de ellos y ellas, iniciaron una campaña en 1999. Después de sumar a varios colegios a la causa, nació el Movimiento por la Obtención del Boleto Estudiantil (MOBE).

Llevaron a cabo la campaña realizando reuniones, volantes, afiches y calcomanías que fueron distribuidos entre estudiantes en colegios, en las plazas y teatros. Al mismo tiempo, se hicieron reuniones con expertos que los asesoraron sobre el tema.

También se hizo lobby con autoridades de los Ministerios de Educación y de Obras Públicas, y talleres de concientización e información sobre el proyecto de ley del boleto estudiantil y su beneficio para los y las estudiantes. Estas acciones se acompañaron con movilizaciones y manifestaciones, así como con una constante presencia en medios de comunicación.

Y fue así como lograron, que en septiembre del año 2000, se reglamentara el derecho al medio pasaje. Este ejemplo demuestra cómo una campaña bien organizada y persistente puede lograr cambios significativos en la vida de las personas.

### DESAFÍO 1:

Pensar otros casos que conozcas de campañas que lograron su objetivo.



## DESAFÍO 2:

Elegí uno de los siguientes casos: ¿Convendría hacer una campaña de información, sensibilización, de cambio o de valores o de motivación a la acción? ¿cómo lo harías?

- La educación es gratuita, pero las escuelas cobran matrículas: ¿cómo podemos informar a la comunidad sobre este problema y movilizar a las autoridades para que lo resuelvan?
- La gente no sabe que tenemos derecho al agua: ¿qué estrategias podemos utilizar para sensibilizar a la población y asegurar el acceso al agua potable?
- En el centro de salud no hay médicos por falta de recursos: ¿cómo podemos incidir en las políticas públicas para mejorar la atención médica en nuestra comunidad?
- Los y las estudiantes pueden formar centros de estudiantes, pero los profesores dicen que está prohibido: ¿qué acciones podemos tomar para defender este derecho y promover la participación estudiantil?
- La comisaría recibe denuncias de violencia doméstica, pero no actúa: ¿cómo podemos hacer visible este problema y exigir una respuesta efectiva de las autoridades?
- Madres y padres se niegan a vacunar a sus hijos y las enfermeras se enojan y se van: ¿qué campañas podemos diseñar para promover la vacunación y mejorar la relación entre madres, padres y el personal de salud?

## REFERENCIAS

Burgaentzle, I., Moscoso, M. del C., Terán, E., Velóz, J., & Villegas, O. (2023, noviembre). Transformar ideas en realidades: Manual de incidencia. FARO. Quito, Ecuador. [https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2023/11/Manual-de-Incidencia.-TRANSFORMAR-IDEAS-EN-REALIDADES\\_compressed.pdf](https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2023/11/Manual-de-Incidencia.-TRANSFORMAR-IDEAS-EN-REALIDADES_compressed.pdf)

Decidamos, campaña por la expresión ciudadana. (2008, noviembre). Estrategias y acciones para exigir derechos (Espacio Joven Folleto n.º 5). Asunción, Paraguay.

Espinosa Martínez, M. del R., Maza Moreno, C., & Maldonado Ríos, V. (2019). Guía de incidencia en políticas públicas de infancia y adolescencia (1.ª ed.). Red por los Derechos de la Infancia en México. Ciudad de México, México. <https://colaboracioncivica.org/uploads/guia-incidencia-politicas-publicas-adolescencia.pdf>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF. (s.f.). Comunicación, desarrollo y derechos humanos (Cuadernillo 1).

Guthrie, K., Louie, J., David, T., & Foster, C. C. (2005). The California Endowment: Fundación privada que aborda temas de incidencia pública en salud, en el estado de California, Estados Unidos.

Plataforma Interamericana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo. (2004). Para exigir nuestros derechos. Bogotá, Colombia.

Tapia Álvarez, M., Campillo Carrete, B., Cruickshank Soria, S., & Morales Sotomayor, G. (2010, marzo). Manual de incidencia en políticas públicas (1.ª ed.). Alternativas y Capacidades A.C. Ciudad de México, México. <https://alternativasycapacidades.org/wp-content/uploads/2019/04/Manual-Incidencia-en-PoliticasyPublicas.pdf>

Tineo, J., Faget Montero, M., Puig Borrás, C., & Díaz Chalarca, F. (2009). Manual para fortalecer la capacidad de incidencia política de los y las jóvenes en América Latina y el Caribe. Family Care International, Inc. New York, NY, Estados Unidos. <https://www.adolescenciaalape.com/sites/www.adolescenciaalape.com/files/curriculo%20sept%2009.pdf>

UNICEF. (2022). Guía de UNICEF para la incidencia de los y las jóvenes (Versión actualizada de 2018). UNICEF. <https://www.unicef.org/lac/media/38336/file/PA-Guia-incidencia-jovenes.pdf>





Desde el proyecto “Participación de juventudes para la ampliación del espacio cívico y la incidencia en políticas públicas” venimos trabajando con juventudes organizadas con la convicción de que cuando nos movilizamos y trabajamos en conjunto desde las organizaciones, podemos tomar decisiones, exigir cambios y proponer ideas que realmente mejoren la calidad de vida de todas las juventudes.

Este material busca motivar el debate y fortalecer las capacidades y habilidades de las organizaciones juveniles en Paraguay. Queremos que se sientan preparadas y con las herramientas necesarias para hacer la diferencia.

Las organizaciones juveniles buscan mejorar la calidad de vida de las juventudes, exigiendo una educación de calidad, un sistema de salud adecuado, mayor inversión estatal en actividades culturales y recreativas, y el respeto por los derechos a la libertad de expresión, a la organización y a la participación en actividades políticas y sociales. Para lograr estos objetivos, es fundamental realizar acciones y campañas planificadas cuidadosamente, con metas claras, estrategias adaptadas a la realidad y a los recursos con los que cuenta la organización, de modo que se logre incidir tanto en las políticas públicas como en la mentalidad y comportamiento de la comunidad o de la sociedad en general. Estas campañas deben orientarse a la defensa y promoción de los derechos humanos de las juventudes, tomando en cuenta las experiencias y aprendizajes de otras organizaciones y movimientos sociales. Además, es crucial permanecer vigilantes y activos para proteger los derechos ya conquistados y asegurar que las nuevas generaciones de jóvenes también puedan disfrutarlos, en una lucha continua que demanda dedicación, creatividad y compromiso constante.