

**Asociación Mundial para la Esquizofrenia
y Trastornos Relacionados –
World Fellowship for Schizophrenia and Allied Disorders**
<http://español.world-schizophrenia.org> www.world-schizophrenia.org

NOTAS PARA EL TALLER SOBRE COMO ABOGAR POR (DEFENDER) (ADVOCACY)

El que persevera, alcanza.

Existen muchos desafíos en una campaña de defensa

Antes de empezar, es importante revisar una serie de cosas que pueden detener su avance en la campaña y que Ud. debe tomar en cuenta para decidir si lo que quiere hacer es factible.

Algunos de los desafíos que puede encontrar:

- El tener una organización pequeña con número limitado de voluntarios.
- El que los hechos y datos que necesita no siempre están disponibles para Ud.
- No tener “personas en las altas esferas” para ayudarle a avanzar su causa.
- Una buena campaña toma tiempo y necesita seguimiento. ¿Tiene Ud. la energía y el tiempo para hacerlo?
- Lo enorme que es todo el problema.
- Los problemas no son bien conocidos ya que han sido ocultados.
- Las percepciones negativas que existen sobre enfermedad mental, antes que Ud. comience su campaña.
- Es esencial tener habilidades para escribir.
- Es muy importante tener habilidades para entrevistas.

Formas de superar algunos de los desafíos:

- Elija una meta manejable.
- Cree su propio perfil de lo que sería una organización efectiva, valiosa.
- Constantemente trabaje educando a los que le rodean.
- Pídale consejos a personas muy bien consideradas. A todos les gusta que le pidan consejos. Pero no le pida que haga algo, por lo menos no por ahora.
- Hágase una “biblioteca” de buenas citas que Ud. pueda usar cuando se acerque a periodistas, políticos, público en general. Apréndaselos de memoria, p.ej. “ Hay sólo 3 psiquiatras para una población de un millón”.
- Solicite cambios a nivel local al personal más antiguo, p.ej. solicitud de otorgamiento de horas de visita.
- Utilice una historia de éxito personal para como preámbulo a sus solicitudes o demandas.
- Júntese con todos los miembros interesados y analicen a fondo las ideas espontáneas. Esto puede ser muy productivo.
- Póngase en el tema candente del día, p.ej. juventud/mujeres. Hable sobre los temas de la juventud/mujeres mientras que al mismo tiempo introduce su mensaje.

Resultados de defensas anteriores.

- Programas anti-estigma realizados en países vecinos o cercanos.
- Las personas comienzan a atreverse a contar sus historias: estas historias tienen poder.

- Varios países tienen programas educacionales para sus miembros, para escuelas, empleadores, etc. Úselos.
- Hay tanta información disponible en la Internet que la enfermedad mental comienza a salir de las sombras.

Al comenzar su campaña, tome nota:

- Ud. va a necesitar: VOLUNTAD – PASIÓN – FUERZA – FIBRA – AGUANTE
- No se eche demasiadas cosas encima, “empiece pequeño y administre para el éxito”.
- Los legisladores aprovechan las disparidades. Si Ud. no tiene un mensaje unificado, estará perdido.
- La Salud Mental no es una prioridad. Es posible que tenga que educar antes de poder luchar por lo que necesita. Los gobiernos y las organizaciones grandes se mueven lentamente.
- Ud. no puede esperar que los personeros de gobierno tomen su causa sin entusiasmo. Incluso con ayuda o apoyo suele haber falta de liderazgo en roles clave: asistentes de ministros, secretarías/os de los departamentos de salud mental de los gobiernos.
- Suele haber falta de favorecedores de la causa: haga un grupo o conozca a algunos profesionales clave como médicos/psiquiatras y algunas figuras públicas que compartan sus ideas. Construya un grupo de auspiciadores o favorecedores. Involúcrelos en lo que Ud. hace.
- Existe la falta de una “ voz unificada” en salud mental. Habrán quienes se opongan a su posición. Conozca la posición de ellos y esté preparado para defender la suya.
- Para contraatacar la falta de números, construya alianzas. Puede que Ud. no esté de acuerdo con lo que crean aquellos con quienes formará alianzas. No tiene por qué hacerlo. Concéntrese en los temas que comparten.
- Decida cual será la meta común o mensaje de su campaña.
- No se involucre en una campaña apresuradamente. Debe ser muy bien pensada y debe existir un número crítico de personas para que la realicen.
- Use ejemplos de progreso en otros países para lograr que la gente le escuche (p.ej. Campaña Open Door de Brasil y otras partes).

Temas que son de alta prioridad pero que también requieren energía de largo aliento.

- Falta de acceso de la salud mental a tratamiento, atención y servicios.
- Medicamentos muy caros o no cubiertos por los seguros de salud.
- No hay pensión gubernamental por discapacidad para los enfermos mentales.
- Seguros de salud.

Estos temas requieren mucho vigor y aguante y Ud. debe desarrollar un plan a largo plazo para que sus voluntarios y favorecedores no se “quemem” a la primera derrota o revés.

Citas sobre el tema.

“Nada sucede por accidente en la política.

Si sucede puedes estar seguro que así fue planeado”

Franklin D. Roosevelt

“Planificar es humano, implementar divino”

“El completar un movimiento es la carroza de la genialidad”

Fin