



ORGANIZING FOR POWER: UNA GUÍA VISUAL



Organizing for Power es un programa de formación global centrado en los fundamentos básicos de la organización.

Nuestras capacitaciones gratuitas en línea están diseñadas para ayudarte a ti y a quienes te rodean a crear campañas para lograr victorias que transformen las relaciones de poder y la vida de las personas.

Desde 2019 hasta 2025, hemos enseñado métodos de organización exitosos a más de 50.000 personas de más de 2.500 grupos en más de 120 países.

Redacción y edición: Clémence Hutin, David Labi, Ethan Earle, Sarah Reader, Lena Wachweger, KB Brower

Diseño e ilustraciones: clan—paraná®



 info@organizing4power.org

Nota de los Co-Coordinadores de O4P

Esta guía está diseñada para acompañar el trabajo de organización de los participantes en los programas de O4P. Se ha elaborado utilizando todo el trabajo sobre el que se desarrolló el programa O4P, gran parte del cual fue escrito por nuestra difunta fundadora, Jane McAlevey.

Al igual que el programa O4P que se basó originalmente en el trabajo de Jane en el movimiento sindical, y se diseñó principalmente para el movimiento sindical, esta guía también se inspira en gran medida en ejemplos de organización sindical.

Sin embargo, al igual que O4P creció hasta convertirse en una capacitación mucho más amplia, que apoya los esfuerzos de organización progresista en un amplio espectro de cuestiones, esta guía también aspira a ser inclusiva en su orientación, al tiempo que mantiene el enfoque y propósito claro que hicieron que el trabajo de Jane y el programa O4P fueran tan útiles para tanta gente.

Aunque es posible que no todos los ejemplos que contiene sean igualmente relevantes para todos los lectores, creemos que esta guía puede servir de apoyo al trabajo de cualquier persona, en cualquier parte del mundo, que intente organizarse utilizando los métodos del programa Organizing for Power.

—Ethan Earle y Sarah Reader



Índice

Conceptos clave de organización	6
1. Organizar vs. Movilizar	9
2. Grupos basados en la estructura vs. grupos autoseleccionados	10
3. Mayorías vs. Minorías	13
4. Líderes Orgánicos vs. Activistas	13
Métodos básicos de organización	14
1. Identifica a los Líderes Orgánicos en tu estructura	15
2. La importancia de las palabras	19
3. Estructura tus conversaciones	24
4. Pruebas de estructura	33
5. Elaboracion de gráficos	36
6. Elaborar un Plan para Ganar	38
Consejos para organizadores novatos	43

Los ricos lo quieren todo.

El 1 % más rico posee casi el 50 % de la riqueza mundial.

La mitad de la población mundial no posee prácticamente NADA: el 2 %.

Los ricos gobiernan dividiéndonos: trabajador contra trabajador, vecino contra vecino, país contra país.

Para construir el poder necesario para transformar este contexto, necesitamos sindicatos fuertes y organizaciones de la clase trabajadora.

Estas organizaciones no se construyen solas, se necesitan métodos y trabajo duro. Y los métodos de organización no son intuitivos ni evidentes. La organización es un arte: hay que aprender, mejorar las habilidades y no dejar nunca de practicar.



Conceptos clave de la organización

Los ricos tienen dinero, pero nosotros tenemos gente: nuestra mayor ventaja estratégica es nuestra superioridad numérica.



Una **alta participación** es el elemento clave para construir el poder necesario para obtener victorias impactantes que transformen la vida de las personas. Las victorias de los trabajadores en todo el mundo no solo son esenciales para mejorar los salarios y las condiciones laborales: ganar garantiza una influencia duradera y enseña a otros trabajadores que tienen capacidad de acción.

El individualismo nos hace vulnerables. Para ganar, necesitamos **mayorías visibles, estructuradas y sostenidas**. Debemos llegar a la mayoría de los trabajadores o miembros de la comunidad que aún no están convencidos de que deben unirse a nuestra lucha, más allá de los activistas comprometidos que ya están de acuerdo con nosotros.

// “La organización coloca la capacidad de acción para el éxito en una base en continua expansión de gente común, una masa de personas que nunca antes se había involucrado y que no se considera en absoluto activista.

La injusticia y la indignación específicas son la motivación inmediata, pero el objetivo principal es transferir el poder de la élite a la mayoría, del 1 % al 99 %.

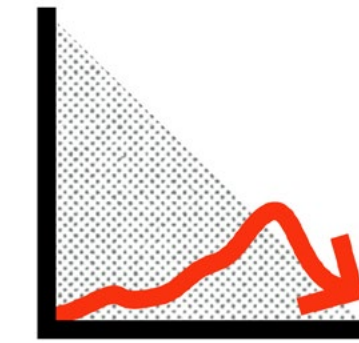
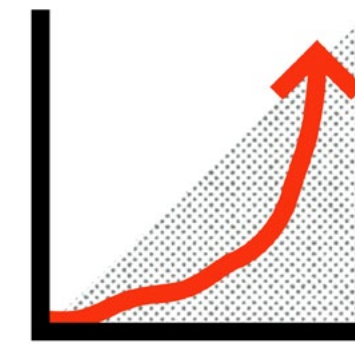
Las campañas individuales son importantes en sí mismas, pero son principalmente un mecanismo para atraer a nuevas personas al proceso de cambio y mantenerlas involucradas. La gente común ayuda a hacer el análisis de poder, diseñar la estrategia y lograr el resultado. Son esenciales y lo saben”. **//**

— Jane McAlevey, No Shortcuts (Sin atajos)

1. Organizar vs. Movilizar

Organizar tiene como objetivo **ampliar constantemente tu base mediante acciones estratégicas de escalada**, reclutando a personas que aún no están de acuerdo contigo.

La movilización involucra a personas que ya están de acuerdo con tus demandas: no amplía tu base ni genera poder.



Organizar...	Movilizar...
crea poder al reclutar a una mayoría dentro de una estructura definida.	a menudo carece de estructura y objetivos, con resultados difusos y dificultades para construir poder a largo plazo.
recluta a personas que aún no están de acuerdo.	reúne a personas que ya están de acuerdo .
Utiliza la escalada estratégica : expandiendo y comprometiendo constantemente a tu base.	Tiene dificultades para hacer crecer una base más allá de quienes ya están de acuerdo.
Se basa en relaciones sociales sólidas, está liderado por la mayoría de la gente: movimientos masivos e inclusivos .	Se caracteriza típicamente por una dependencia excesiva de las redes sociales. A menudo está liderado por minorías de personal y activistas.
Es capaz de lograr grandes victorias que pueden defenderse y desarrollarse, y que contienen la posibilidad de transformar las relaciones de poder.	Normalmente produce victorias que son difíciles de defender.

2. Grupos Basados en Estructuras vs. Grupos Autoseleccionados

Para construir mayorías calificadas (supermayorías) que puedan lograr un cambio real, debemos basar nuestra organización en **estructuras** que reúnan a las personas – lugares (por ejemplo, lugares de trabajo, complejos de apartamentos) donde las personas comparten intereses materiales (por ejemplo, buenos salarios, alquileres bajos), pero pueden no estar de acuerdo en otras cuestiones, en contraposición a las movilizaciones autoseleccionadas que reúnen a las personas sobre la base de un acuerdo preexistente sobre cuestiones o afinidades ideológicas.



La organización basada en estructuras...	Las campañas autoseleccionadas...
se lleva a cabo en lugares donde las personas se reúnen en una «estructura» compartida y no necesariamente comparten afinidades (ideológicas).	se caracterizan por personas que se unen a un grupo porque ya están comprometidas con la causa.
permite contar los partidarios y saber cuándo se ha alcanzado la mayoría.	hacen difícil, si no imposible, evaluar cual sería una mayoría.
se centra en la acción colectiva de personas que (todavía) no están necesariamente de acuerdo en todos los temas.	se centran en acuerdos compartidos y, por lo general, preexistentes sobre cuestiones concretas.
implica interactuar constantemente con personas que quizá aún no estén interesadas en participar en tu campaña.	significa que pasas la mayor parte del tiempo hablando con personas que ya están de acuerdo contigo.
Ejemplos: escuelas, lugares de culto, edificios de apartamentos, lugares de trabajo.	Ejemplos: protestas por un único tema, campañas de sensibilización y en redes sociales (movilización de personas que ya están de acuerdo contigo).

“La organización basada en estructuras se esfuerza por crear mayorías de un grupo delimitado que puede comenzar con poco o ningún interés inicial en formar parte de ningún grupo...

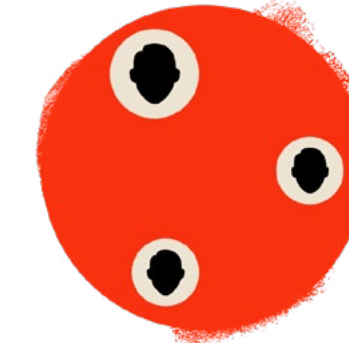
La organización autoseleccionada se basa en un enfoque movilizador y los participantes tienen un interés preexistente o un compromiso serio con la causa”.

– Jane McAlevey, 2016.

3. Mayorías vs. Minorías

Lo que logres es el resultado del poder que **construyas**.

Debes conseguir una participación mayoritaria para crear una crisis para tu oponente y obtener grandes victorias que cambien la vida de las personas.



Mayorías...	Minorías...
Significan que mucha gente pasa a la acción: ¡gran poder!	Significan que las personas habituales pasan a la acción: poco poder.
Demuestran que juntos somos más fuertes : estas acciones son difíciles de reprimir.	Demuestran aislamiento y debilidad , y la represión se vuelve mucho más fácil.
Cuanto más numerosa sea la mayoría, mayor será tu capacidad para obtener grandes victorias y defender lo que se ha ganado. Las acciones de campaña más difíciles (por ejemplo, las huelgas) requieren la creación de mayorías cualificadas de tu base.	Cuanto más impulsada esté la acción por las minorías, más difícil será ganar, menor será la victoria y más difícil será defender lo que se ha ganado.

4. Líderes Orgánicos vs. Activistas

Muchas campañas dependen de “activistas” – personas que están de acuerdo contigo, participan y están dispuestas a actuar. Pero hay otro perfil que es fundamental para ganarse a los indecisos y construir una mayoría cualificada (supermayoría): los líderes orgánicos. Son más difíciles de identificar y reclutar, pero son la **clave para ganar**.



Líderes orgánicos...	Activistas...
tienen una gran influencia en la estructura, pero no necesariamente están de acuerdo con tus ideas/demandas.	por lo general participan y ya están de acuerdo con tus ideas/demandas.
tienen seguidores y la capacidad de movilizar a las personas dentro de su estructura.	no tienen seguidores y les cuesta movilizar a personas que aún no están de acuerdo con ellos.
a menudo son más difíciles de reclutar debido a su influencia existente en la estructura.	por lo general, se reclutan a sí mismos , ofreciéndose para ayudar (o liderar) una campaña.
Son esenciales para construir una mayoría.	Realizan un trabajo importante para impulsar la campaña (por ejemplo, ayudando a mapear los lugares de trabajo).

Métodos básicos de organización

1.

**Identifica a los Líderes
Orgánicos en tu estructura**

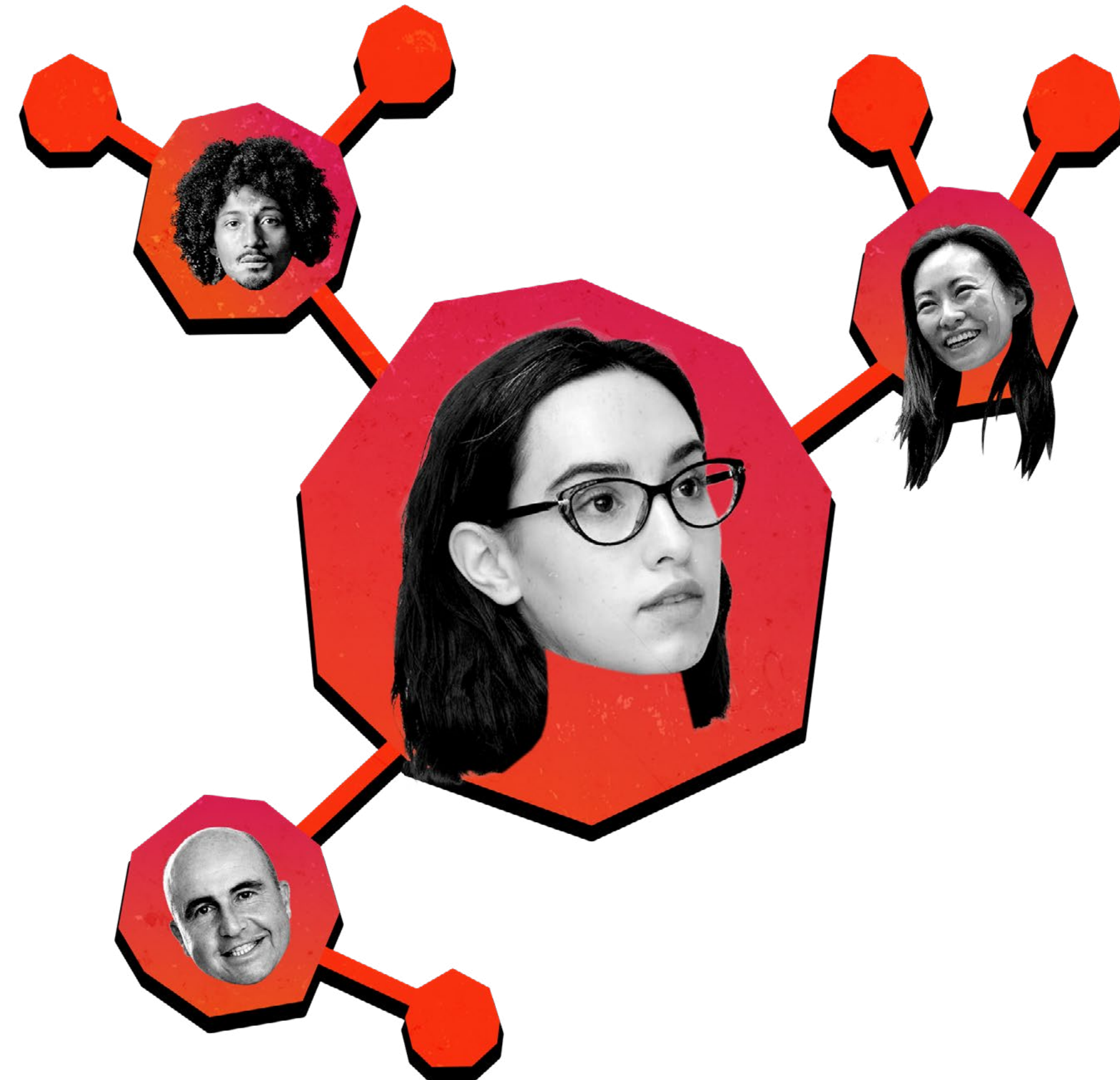
Por qué son importantes

Para obtener victorias significativas, es necesario crear mayorías sólidas, más allá de las personas habituales que ya están de acuerdo contigo.

Los Líderes Orgánicos reúnen a las mayorías.

Por definición, tienen seguidores y son influyentes. Son personas a las que los demás escuchan y con las que actúan.

Los Líderes Orgánicos determinan si ganan: pueden movilizar toda una unidad, edificio o departamento de la noche a la mañana. Si no reclutas a los líderes orgánicos, lo hará el jefe, el propietario o la administración, y utilizarán su influencia para bloquear tu campaña.



Identificar a un Líder Orgánico

Un Líder Orgánico no siempre es la persona que uno podría esperar. Por lo general, no es el activista que siempre está presente ni la persona con un título elegante. No es necesariamente un representante electo.

- No se puede formar a alguien para que sea un Líder Orgánico.
- No se les puede identificar desde fuera.
- Solo puedes encontrarlos **escuchando a las personas que forman parte de la estructura.**

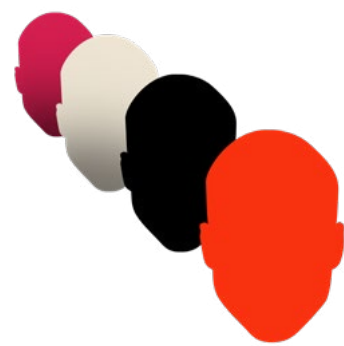


Pregúntales a las personas de la estructura:

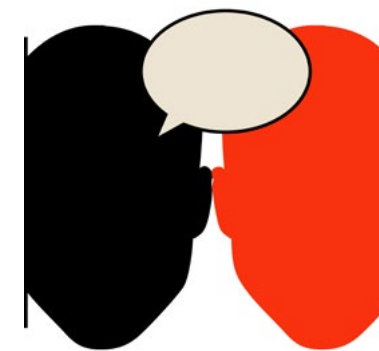
- ¿Quién es verdaderamente respetado aquí y por qué?
- ¿A quién acuden las personas en busca de consejos o ayuda?
- ¿Quién consigue que se hagan las cosas?
- ¿La opinión de quién influye en lo que hacen los demás?

Luego escucha y sigue preguntando “¿por qué?”
Tras varias entrevistas con diferentes personas, la identidad del Líder Orgánico comenzará a surgir.

Cómo acercarse a un Líder Orgánico:



Siempre hay que acercarse a los Líderes Orgánicos **en último lugar**, ya que son las **personas más importantes** a las que hay que reclutar en una campaña. Primero, averigua todo lo que puedas sobre ellos: qué les importa, a quién respetan, y en quién confían. Se trata de un enfoque de alto riesgo, por lo que debes identificar a la persona adecuada para hablar con ellos.



El papel de los activistas es importante aquí: pueden proporcionar información esencial para acercarte al Líder Orgánico (por ejemplo, qué es lo que les importa y con quién tienen una relación cercana).



Convencer a un Líder Orgánico para que se una a ti es difícil, porque a menudo pueden conseguir cosas por sí mismos. La clave es transmitirles que **las victorias reales requieren actuar juntos como mayorías.**

2.

La importancia de las palabras

La forma de hablar es importante. Utiliza un lenguaje que se centre en la persona, situándola en un papel **activo**.

Utiliza “TÚ” – No “yo” ni “nosotros”



¿Por qué?

Para que la persona con la que hables comprenda que nada puede cambiar sin **su** participación activa. Esto requiere situar a la persona en el centro de la conversación y, por lo tanto, en el **centro** de su propia liberación personal o de su búsqueda para mejorar su vida.



¿Cómo?

Evita: “Qué va a hacer el sindicato/la organización?”

Mejor: “¿Qué vas a hacer tú?”

Evita: “Necesitamos que todos...”

Mejor: “Tú y tus compañeros de trabajo/miembros de la comunidad, etc., solo pueden ganar si todos...”

“No tengas miedo de pedir a los trabajadores que construyan su propio sindicato.”

— 1199 Consejos para organizadores novatos

No conviertas al sindicato en un tercero

¿Por qué?

Hablar del sindicato o la organización como una entidad externa e independiente elimina la responsabilidad individual.

- El sindicato no es “otras personas” o “nosotros”: **ellos son el sindicato.**
- Nada se mueve a menos que ellos se muevan.

“El sindicato no es una tarifa por servicio; es la experiencia colectiva de los trabajadores en lucha.”
— 1199 Consejos para organizadores novatos



No digas “gracias” por unirse a una campaña

¿Por qué?

Cuando dices “gracias”, das a entender que alguien ha hecho algo por ti o por “la organización”. Pero al unirse a una campaña, **las personas no te están haciendo un favor**, sino que están **asumiendo la responsabilidad** de sus propias condiciones de trabajo o de vida.

¿Cómo?

Felicita su acción y su responsabilidad:

Evita decir: “Gracias por firmar la petición”

Mejor: “Buen trabajo, esto hace avanzar tu campaña para reducir los alquileres.”

Nota: Esto no significa que nunca puedas decir “gracias”. Si alguien te ofrece una taza de café o te sostiene la puerta en una reunión organizativa, puedes darle las gracias; ¡pero no le des las gracias por asistir!

Utiliza un lenguaje claro

No utilices acrónimos/abreviaciones ni términos confusos como "CCT" o "Convenio Colectivo de Trabajo". Relaciona tus mensajes con las preocupaciones inmediatas de las personas y nombra lo que se necesita: construir PODER.

¿Por qué?

Las siglas pueden resultar confusas y alejar a las personas. Cuando la gente no entiende tu lenguaje, no se siente incluida en tu debate o campaña. El único grupo de personas que podría escucharte es el que ya está de tu lado.

¿Como?

Utilice palabras sencillas y plantea el problema y la solución (colectiva) con claridad.

Evita: "El sindicato realmente necesita que todos den un paso al frente y sean más activos para que podamos conseguir mejores protecciones en este CCT"

Mejor: "La única manera de que tú y tus compañeros logren las mejoras que desean en estas negociaciones es que tú y tus compañeros de trabajo empiecen a crear unidad y poder, y den el primer paso firmando la petición."

3.

Estructura tus Conversaciones



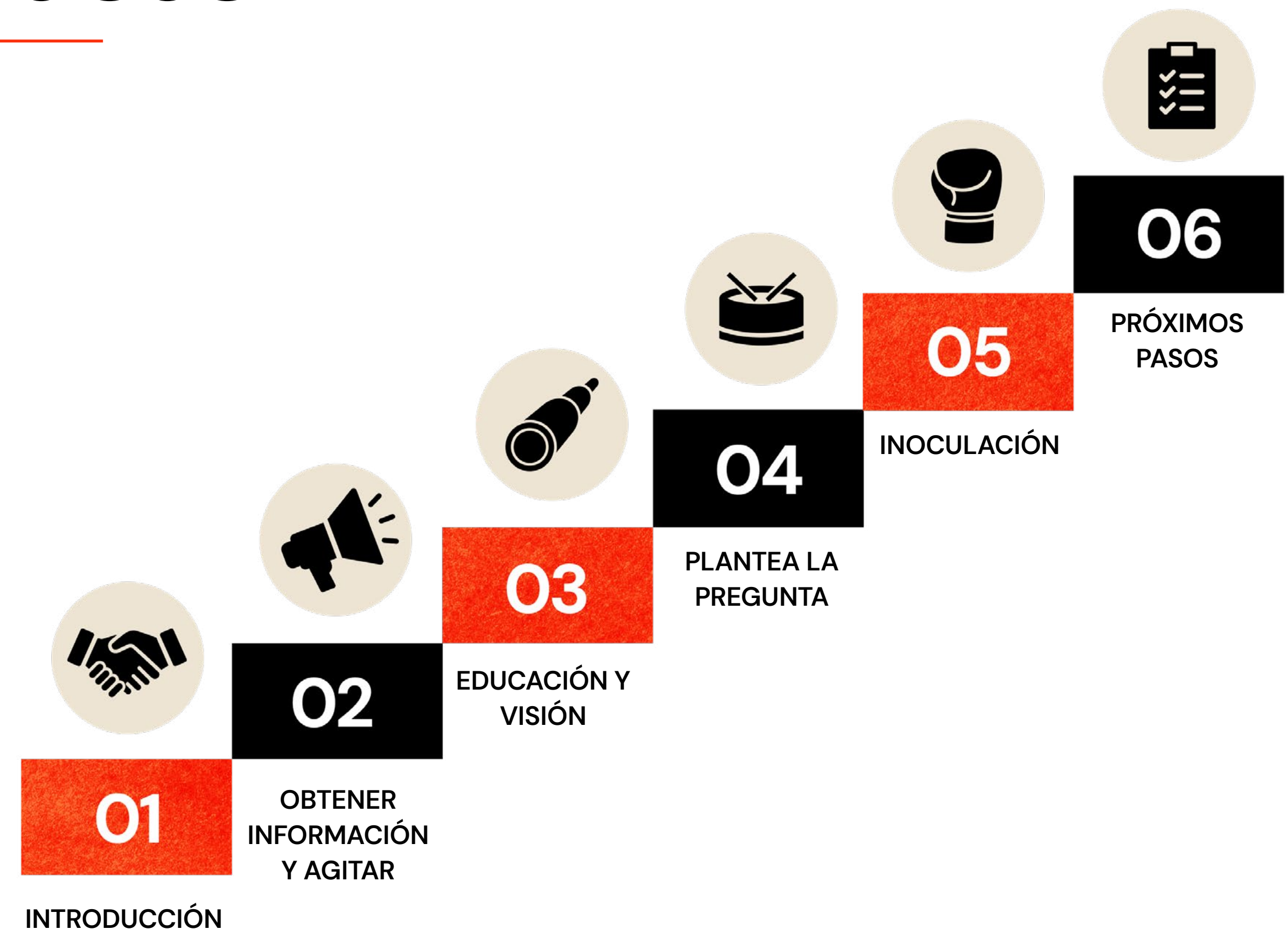
Conversaciones de Organización Estructuradas en Seis Pasos

Organizar requiere hablar con personas que aún no están de acuerdo contigo o que no creen que el cambio sea posible.

Una conversación de organización estructurada te proporciona un **mapa** para que no te pierdas, te mantengas fiel al mensaje y garantices una comunicación eficaz con tu base. Así es como atraes a los indecisos y construyes una mayoría cualificada (supermayoría), incluso convenciendo a los Líderes Orgánicos más difíciles de convencer para que actúen.

Una buena regla general durante una conversación estructurada es escuchar más de lo que hablas. Debes escuchar al menos el **70%** del tiempo.

Todas las conversaciones de organización estructuradas terminan con un **pedido**. Habla con tu propio estilo, pero sigue los seis pasos.



1. Introducción

Objetivo: Presentarte y explicar el propósito de la conversación.

- Transmite entusiasmo y confianza.
- Quién eres y por qué estás aquí.



2. Obtener información y agitar

Objetivo: Averigua cuales son los temas más importantes para esa persona. ¡No des por sentado que conoces sus problemas!

- Averigua qué es lo que les importa en el lugar de trabajo/edificio.
- Haz preguntas abiertas: si pudieras cambiar tres cosas en el trabajo, ¿cuáles serían?
- ¡Haz preguntas de seguimiento!
- Dirige su enojo hacia las personas que tienen el control.

No hagas lo siguiente:

- Hacer suposiciones.
- Interrogar.
- Mostrarte más agitado que ellos por sus problemas.
- ¡Pasar a la agitación demasiado rápido!

Señales de que puedes pasar al siguiente paso:

- Están visiblemente agitados.
- Están hablando de injusticias.
- Se preguntan cómo pueden cambiar las cosas.



3. Educación y Vision

Objetivo: Comunicar el Plan para Ganar (ver el punto 6) como algo directamente relacionado con los problemas que ha planteado. La única forma en que puede ganar es uniendo fuerzas.

Este es el único paso en el que puedes hablar más que escuchar.

- Comparte tu visión de cómo podrían ser diferentes las cosas.
- Explica los pasos del Plan para Ganar.
- Relaciona su problema con el Plan para Ganar y explica cómo el poder colectivo es la solución a su problema.
- Da ejemplos de victorias/logros.
- Explica cómo funciona el sindicato/la organización: ¡muchos trabajadores no tienen ni idea!



4. Plantea la pregunta

Objetivo: Pregúntale si está **preparado para tomar acciones** para obtener logros en los temas que planteó en el paso 2.

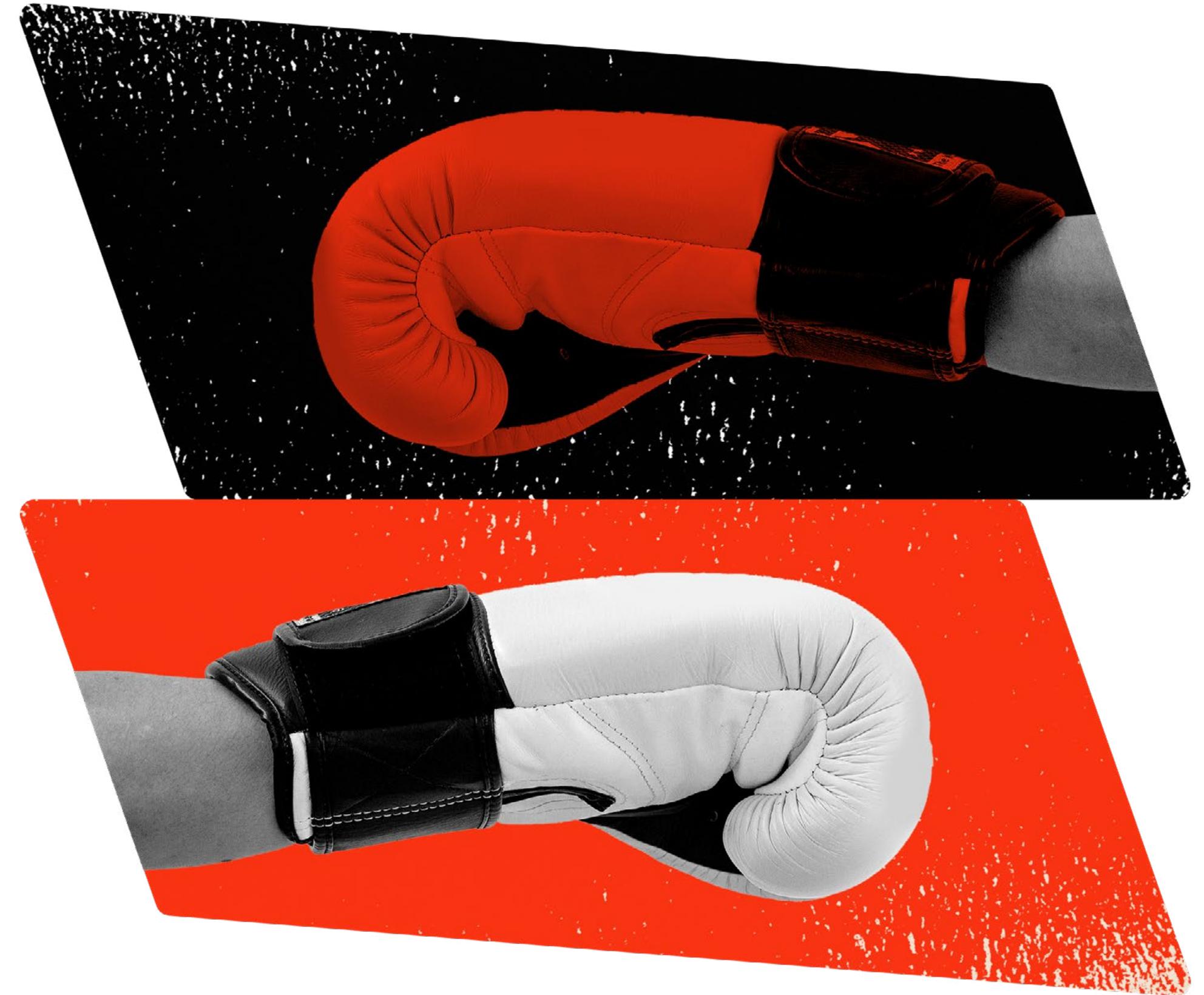
- Haz la gran pregunta y relaciónala con su problema:
"¿Estás listo para dar el primer paso para conseguir _____ haciendo _____?"
- Deja de hablar. Espera durante el largo e incómodo silencio, hasta que llegue la respuesta.



5. Inoculación

Objetivo: Pregúntale cómo cree que responderá el jefe y adviértele sobre el tipo de reacciones que puede haber. Le estamos dando **una muestra del veneno del jefe** para prepararlo, como si fuera una vacuna.

- Escucha primero sus miedos: ¿cómo cree que reaccionarán los jefes?
- Explícale que la resistencia es una reacción al poder de los trabajadores. La gerencia se basa en el poder y el control. El jefe luchará. Prepáralo sin asustarlo.
- Desvía las dudas de los trabajadores del sindicato hacia el jefe.



6. Próximos pasos

Objetivo: definir una tarea concreta y un seguimiento.

- Pídele que haga algo pequeño y específico. Dale la información que necesita para tener éxito: se trata de **generar confianza**.
- Relacione su tarea con el Plan para Ganar.
- Elabora un plan de seguimiento: con quién hablará, cuándo y cómo harás el seguimiento. Nunca termines sin establecer el siguiente paso.



Manejar las objeciones

Cuando se plantea la pregunta, la gente suele dudar. La duda, el fatalismo y el miedo son reacciones comunes. “Nada va a cambiar nunca”. “Tengo miedo”. “¿Qué sentido tiene?”. Responde utilizando la siguiente técnica: reconocer, responder, redirigir.



1. RECONOCER

Demuestra que le has escuchado, sin validar su pesimismo: Te entiendo. Es lógico que te sientas así después de años de ser ignorado.”



2. RESPONDER (BREVEAMENTE)

Da una respuesta clara y motivadora. “Las cosas no cambian de la noche a la mañana, pero nada cambiará si tú y tus compañeros de trabajo no hacen nada.”



3. REDIRIGIR (LO MAS IMPORTANTE)

Haz una pregunta que lo regrese al problema. ¿cómo sería?” “Si pudieras decidir cómo funcionaría esto, Luego, continúa la conversación, agita de nuevo, y vuelve a plantear la pregunta por segunda vez.

Las objeciones no son una barrera, son una puerta. Tienes que superar las objeciones para aumentar tu mayoría.

4.

Pruebas de estructura

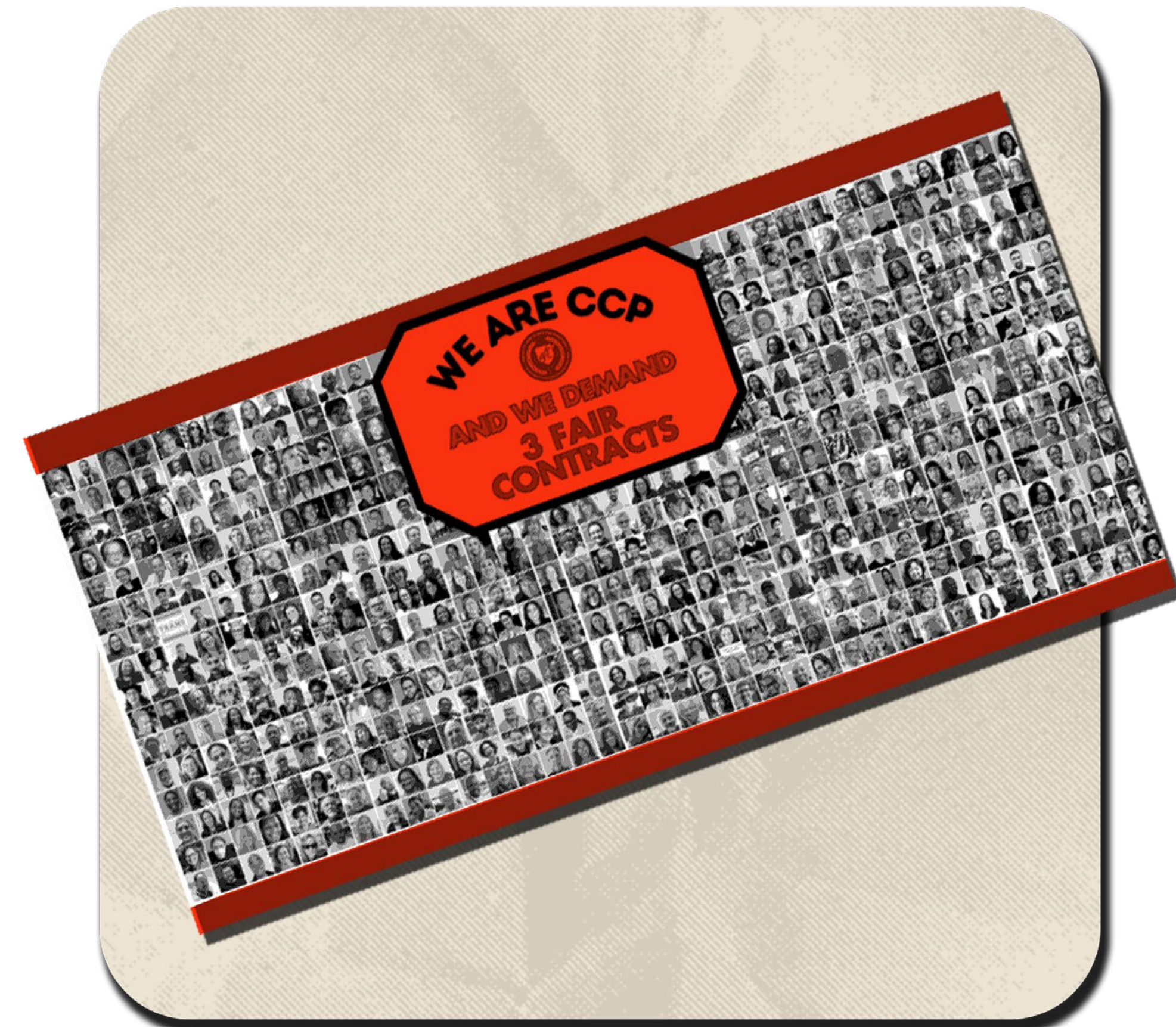
Mini campañas para poner a prueba la fortaleza de tu organización.

Las Pruebas de Estructura miden el compromiso de tu base para evaluar la **fortaleza** de tu organización y saber cuándo puedes **escalar** las acciones. Tu Plan para Ganar debe incluir Pruebas de Estructura cada vez más intensas.

Pruebas de Estructura:

- Sistematizan llegar a todos.
- Dan vida a los Gráficos Murales (ver el punto 5) mientras realizas un seguimiento de la participación.
- Ayuda a poner a prueba a los Líderes Orgánicos (¿han movilizado a su departamento?).
- Construyen la organización.

Demuestran unidad hacia afuera (ante los jefes) y hacia adentro (entre los trabajadores/participantes).



No todas las pruebas de estructura son acciones públicas (por ejemplo, una encuesta), y no todas las acciones son pruebas de estructura (si no realizas un seguimiento de la participación).

En el caso de las Pruebas de Estructura públicas, tu objetivo siempre es llegar por lo menos a la mayoría de las personas de tu estructura.

Una huelga es la prueba de estructura final. Es lo último que realizas cuando hayas conseguido una mayoría cualificada (supermayoría) de personas en tu base que están preparadas para una acción colectiva de alto riesgo. Es entonces cuando la represalia de tu oponente alcanzará su punto álgido: intentará sembrar la duda, el caos y la división en tus filas. ¡Tienes que estar en el punto álgido de tu poder para ganar esto!

Ejemplo de Pruebas de Estructura escalonadas:

- Completar una encuesta (36 % de los inquilinos)
- Firmar una petición (51 % de los inquilinos)
- Añadir un sticker/pegatina de la campaña a tu buzón (64 % de los inquilinos)
- Asistir a una manifestación (72 % de los inquilinos)
- ¡Hacer huelga! (86 % de los inquilinos)

5.

Gráficos

Una herramienta de baja tecnología, pero de gran impacto que se utiliza para realizar un seguimiento de la participación.

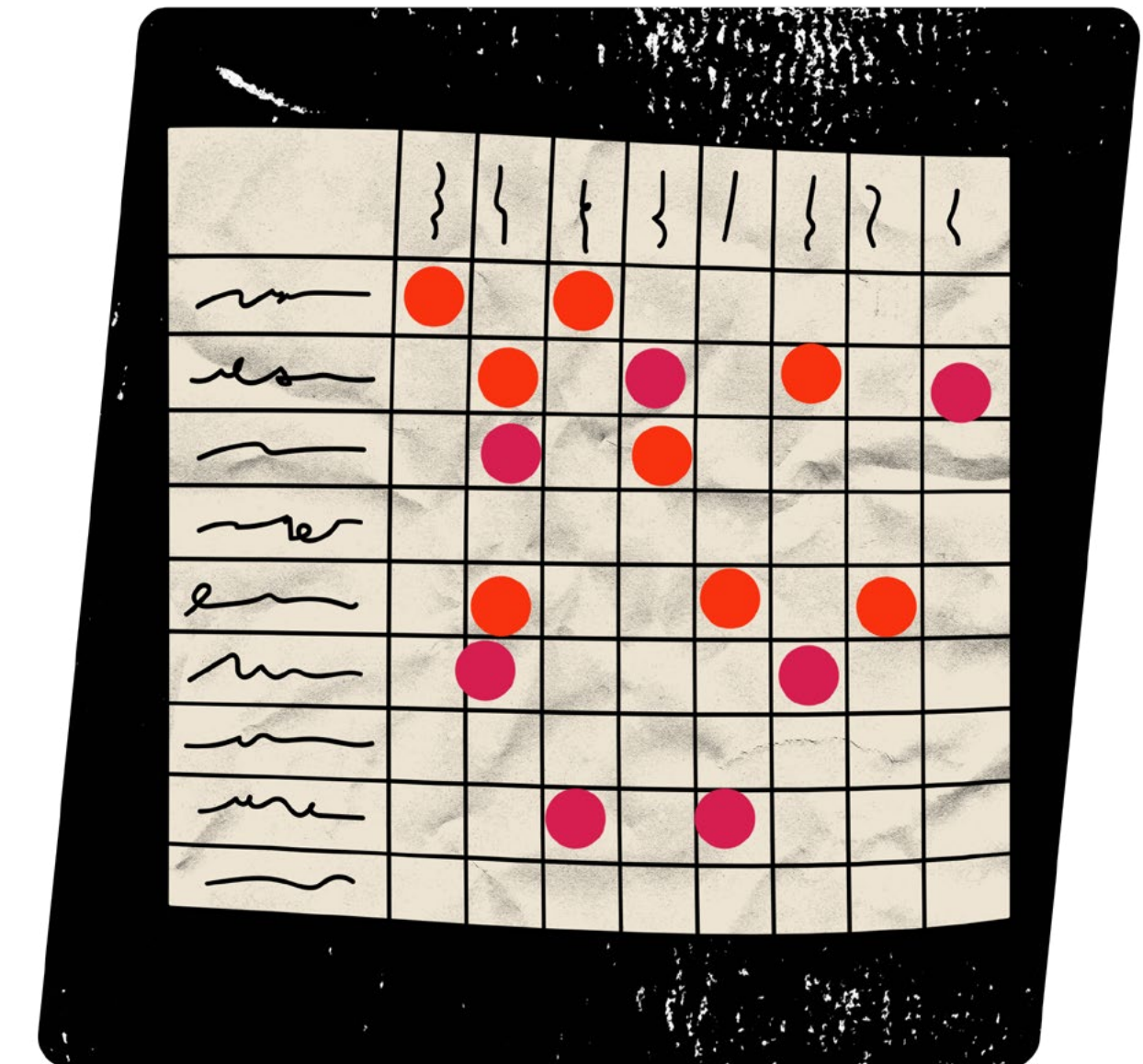
Los gráficos murales te ayudan a realizar un seguimiento de la participación, comprender las relaciones sociales y trazar el progreso de tu campaña. Son una herramienta clave para identificar a los Líderes Orgánicos en particular.

Por qué:

- **Condensan** mucha información en un solo lugar.
- Permiten **visualizar** el nivel de compromiso y participación.
- Muestran **las brechas de** participación.

Cómo:

- Haz una lista de todos los trabajadores en una hoja grande de papel. Es recomendable utilizar una hoja por unidad/departamento.
- Puedes utilizar bolígrafos de diferentes colores, símbolos o pegatinas para indicar la participación en las pruebas de estructura. Esto permite realizar gráficos más discretos.
- También puedes organizar las Pruebas de Estructura que aparecen en la parte superior en forma de columnas, lo que te permitirá marcar las casillas en las que han participado las personas.
- Realiza un seguimiento de la participación con diferentes colores para las diferentes pruebas de estructura. Con rotuladores, pegatinas, etc., muestra: ¿Quién está tomando acciones? ¿Quién es un Líder Orgánico? ¿Quién se opone a la campaña?



- Estos son **documentos vivos que utilizan los propios trabajadores:** ¡actualiza y utiliza tus gráficos murales después de las conversaciones de organización estructuradas o durante las reuniones!

6.

Elaborar un Plan para Ganar

Una campaña solo puede lograr grandes victorias cuando se genera el poder suficiente para obligar a los tomadores de decisiones a actuar. **Tu Plan para Ganar es la hoja de ruta para generar ese poder.**

Debe desarrollarse antes de lanzar la campaña con los miembros de tu grupo, pero es un documento vivo que puede adaptarse.



Cómo desarrollar tu Plan para Ganar:

1. Define su estructura.

¿A quién estás organizando? ¿Cuántas personas hay en tu estructura? ¿Dónde se encuentran?

2. Identifica un problema concreto, ampliamente sentido y profundamente arraigado, que sea ganable.

El tema debe conmover a una mayoría cualificada (supermayoría) y ser lo suficientemente importante como para que la gente actúe.

3. Identifica tu objetivo.

Una persona, no una institución, que tenga el poder de darte lo que quieres. Averigua qué es lo que le importa: el dinero, la imagen, la presión de los demás...

4. Identifica socios estratégicos.

Busca otras organizaciones con intereses comunes, con tu objetivo y/o una amplia base de miembros comprometidos.



5. Desarrolla un plan de escalada.

Una secuencia de Pruebas de Estructura diseñadas para hacer crecer tu base y aumentar la presión con el tiempo, llevando hacia una crisis para el objetivo. Un plan de escalada reúne todos los componentes de tu Plan para Ganar. Es la forma de pasar de una estructura inactiva → a una en movimiento → a mayoría cualificada (supermayoría) → a la victoria.

Un buen plan de escalada...



Empieza poco a poco:

Acciones tempranas = bajo riesgo, alta participación. Estas generan confianza y revelan sus fortalezas y debilidades. Ej: peticiones, encuestas, cartas de adhesión, mapeo del lugar de trabajo.



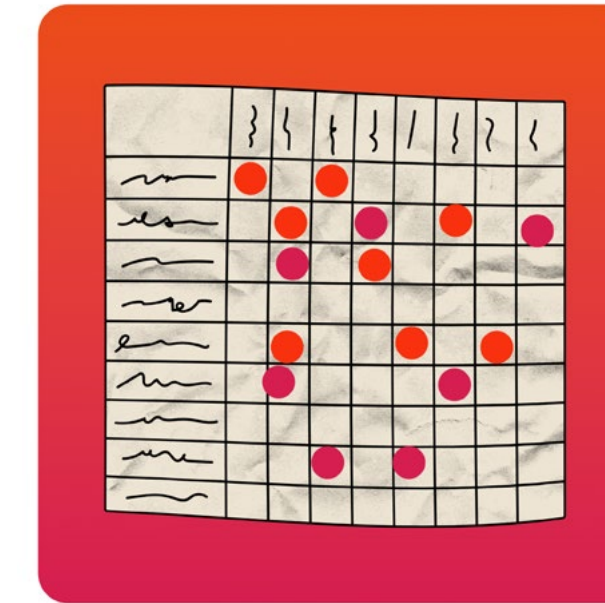
Crece de forma constante:

Cada acción llega a más personas, exige un poco más de riesgo y muestra más poder. Ej: pasar de repartir folletos a peticiones con fotos, manifestaciones y huelgas.



Alcanza su punto álgido en la crisis:

Cuando se puede demostrar una participación abrumadora, una mayoría cualificada (supermayoría) dispuesta a actuar, solo entonces se utilizan acciones de alto nivel, como huelgas, ocupaciones, abandonos masivos del trabajo o enfrentamientos políticos.



Realiza un seguimiento implacable de la participación:

Cada paso pone a prueba tu estructura. No se avanza a una acción más arriesgada y de mayor envergadura hasta que se cuenta con los números necesarios para ganarla. El objetivo de la escalada no es el rendimiento, sino la presión. Cada paso le dice al objetivo: llega a un acuerdo ahora o enfréntate a la siguiente acción.

En resumen

1. Alta participación:

Para construir el tipo de poder necesario para conseguir los cambios que desees, debes organizar mayorías cualificadas en tu estructura.

2. Identificación de líderes orgánicos:

Investiga para identificar a las personas con seguidores e influencia en tu estructura. Son fundamentales para construir tu base.

3. Las palabras importan:

Las palabras que utilices son fundamentales. Centra siempre la participación activa de la persona como algo fundamental para el cambio.

4. Conversaciones de organización estructuradas:

Utiliza guiones de conversación para reclutar líderes orgánicos, convencer a las personas indecisas, sacar a la luz las objeciones y conseguir que la gente actúe.



5. Pruebas de estructura:

Mide la fortaleza de tu organización y te muestra cuándo escalar.

6. Gráficos murales:

Realiza un seguimiento de la participación y comprende las relaciones sociales.

7. Un plan creíble para ganar:

Crea un plan de escalada para aumentar y realizar un seguimiento de la participación. Cada acción debe amplificar la crisis para tu objetivo.

Restricciones de uso

- Puedes reproducir y distribuir partes de este manual a otras personas de forma gratuita, pero no puedes vender estas a terceros.
- Si adaptas partes de esta guía, por favor incluye la siguiente redacción: “Basado en materiales de capacitación producidos por Organizing for Power” Estaremos encantados de recibir cualquier documento que elabores basándote en este manual. Escríbenos a info@organizing4power.org para que podamos ver y compartir tu trabajo.
- Incluye una copia de estas restricciones junto a cualquier trabajo que realices basado en este manual.

Consejos para Organizadores Novatos

La siguiente lista se extrajo de una sesión de intercambio de ideas de directores organizadores y organizadores principales de 1199: El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Salud, durante su reunión anual de 1985. Se convertiría en una guía para Jane McAlevey y muchos otros organizadores que siguieron sus pasos.

1. Acércate a los trabajadores, mantente cerca de ellos.
2. Diles a los trabajadores que es su sindicato y luego trátalo como tal.
3. No hagas por los trabajadores lo que ellos pueden hacer “por sí mismos”
4. El sindicato no es una tarifa por servicio; es la experiencia colectiva de los trabajadores en lucha.
5. La función del sindicato es ayudar a los trabajadores a lograr un cambio positivo en sus vidas.
6. Los trabajadores están hechos de arcilla, no de cristal.
7. No tengas miedo de pedir a los trabajadores que construyan su propio sindicato.

Consejos para Organizadores Novatos

8. No tengas miedo de enfrentarte a ellos cuando no lo hagan.
9. No pierdas el tiempo organizando a los trabajadores que ya se están organizando por sí mismos, ve a la [unidad/estructura] más grande y peor.
10. La clase trabajadora crea células para su propia defensa: identifícalas y recluta a sus líderes.
11. La ira está ahí antes que tú: canalízala, no la desactives.
12. La ira canalizada construye una organización que lucha.
13. Los trabajadores conocen los riesgos, no les mientas.
14. Cada trabajador es "show time" (hora del espectáculo): transmite energía, entusiasmo, urgencia y confianza.
15. Hay suficiente opresión en la vida de los trabajadores como para que los organizadores los opriman también.
16. Los organizadores hablan demasiado. La mayor parte de lo que dices se olvida.
17. Comunícales a los trabajadores que no hay salvación más allá de su propio poder.
18. Los trabajadores unidos pueden vencer al jefe. Tienes que creerlo, y ellos también.
19. No subestimes a los trabajadores.
20. Perdemos cuando no involucramos a los trabajadores en la lucha.