



© UNICEF/JUN0209724/Gilbertson VII Photo

**Tienen acceso a una protección social inclusiva y viven libres de la pobreza**

Compendio de mejores prácticas de CSC



# Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

Accede a los casos de estudio individuales haciendo clic en cada uno de ellos:



© UNICEF/UN020030/Gilbertson VII Photo

## UNICEF México mejora las relaciones entre migrantes y las comunidades de destino en Tapachula

Principales Estrategias de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**  
2022 hasta la actualidad



**Duración**  
8 meses (inversión inicial)



**Presupuesto**  
USD \$200.000

Entre agosto de 2022 y marzo de 2023, UNICEF México apoyó la campaña Voces en el Camino para promover la tolerancia y el entendimiento entre migrantes y sus comunidades de destino en Tapachula, Tijuana y Ciudad Juárez, México. Se llevaron a cabo actividades de eduentretenimiento para ayudar a migrantes y miembros de la comunidad a comprender los temas clave relacionados con los derechos de niñas, niños y adolescentes migrantes. Las actividades incluyeron muralismo participativo, talleres de cuentacuentos, una miniserie digital animada interactiva de diez episodios y un servicio de chat automatizado que permite a las y los adolescentes acceder a servicios de protección y de salud mental y proporciona información acerca del acceso a la educación, la documentación, las medidas de protección, salud y nutrición. Cada una de las actividades alcanzó un número considerable de audiencias.



## Context

Entre enero y marzo de 2022 se produjo un aumento en la llegada de personas a México, principalmente de Centroamérica, Haití, Venezuela, Brasil, Ecuador, Nicaragua, Cuba, Congo, Nigeria y Ucrania. El 15 de marzo, 4.000 personas llegaron a Tapachula (ciudad y municipio situada en el extremo sureste del estado de Chiapas, en México) con la intención de solicitar asilo en México. Se calcula que en la ciudad de Tapachula unas 30.000 personas esperaban su estatus de refugiado.

A finales de febrero, 16.309 personas habían solicitado formalmente asilo en México. Los refugios se encontraban rebasados en su capacidad, y algunos se vieron obligados a cerrar debido a la escasez de personal provocada por el aumento de infecciones por el COVID-19.

Por lo general, los migrantes desconocen la ley cuando llegan a una nueva ciudad o país, lo que les hace vulnerables a un sinfín de violaciones de sus derechos humanos. La falta de espacio para una atención adecuada dificultó la protección de niñas y niños (especialmente no acompañados) y adolescentes en Tapachula. Hubo un uso desproporcionado de la fuerza por parte de agentes de seguridad en contra de familias con niñas y niños pequeños. Además de lesiones físicas, personal de UNICEF que trabajaba en Tapachula observó deshidratación y desnutrición graves en niñas y niños pequeños. A éstas cargas fisiológicas, físicas y mentales asociadas al hecho de ser migrante, se sumó un enorme estrés emocional y el tener que enfrentarse a la xenofobia.<sup>1</sup> Las y los migrantes no sabían dónde acudir para estar seguros y recibir asistencia en salud y otros servicios esenciales.

## Enfoque estratégico

UNICEF apoyó al Gobierno de Tapachula (México), a organizaciones de la sociedad civil (Adra y Cadena), a una agencia creativa (Lorogranada) y a las autoridades locales para lanzar una campaña de cambio social y de comportamiento (CSC) basada en evidencia y dirigida a garantizar el cumplimiento de los derechos de niñas, niños y adolescentes migrantes en Tapachula por parte de las comunidades de destino. Las actividades de la campaña se orientaron a integrar a jóvenes migrantes en las comunidades de destino a través del arte y el acceso a la educación, y a sensibilizar a las comunidades sobre las circunstancias que provocaron su migración. Los resultados esperados eran crear empatía hacia los migrantes a nivel individual y comunitario, lo que conllevaría a una disminución de la xenofobia y la violencia, y a un aumento de la tolerancia y la integración.



La primera fase de la intervención se puso en marcha en agosto de 2022 y finalizó en marzo de 2023. Las actividades de la campaña incluyeron:

- **Muralismo participativo:** Dieciséis murales fueron pintados por artistas locales y artistas asociados a las ONG colaboradoras utilizando un enfoque participativo que incluía a niñas y niños desplazados y de las comunidades de destino.
- **Taller de cuentos:** Se creó una exposición inmersiva en el Museo de Tapachula donde se llevó a cabo un taller titulado "Me Lllaman Migrante". El taller fomentó el debate sobre las razones de la migración y la vulnerabilidad de las y los migrantes y los riesgos a los que se enfrentan.
- **Miniserie interactiva:** La miniserie constaba de diez episodios ilustrados y animados creados para internet por un colectivo de artistas digitales. Los episodios se centraron en la mejora de los conocimientos, las actitudes y el autocuidado entre las y los migrantes que viven en los albergues de Tapachula, y abarcaron una serie de temas como la nutrición, la educación, la protección, la identidad, el bienestar emocional y los problemas de salud (especialmente la prevención del COVID-19).
- **Servicio de chat Uniendo Voces en U-Report:**<sup>2</sup> El componente U-Report permitió a niñas, niños y adolescentes migrantes acceder a información confiable, relevante y actualizada sobre sus derechos y los servicios disponibles, como salud mental, acceso a la educación, procesos migratorios y servicios de salud.
- **Talleres:** La Fundación Jorge Marín creó tres



talleres que promovían el reconocimiento y la validación de la identidad de las y los migrantes y su derecho a ejercer sus derechos, especialmente los de niñas y niños: Cuéntame tus alas; El ruido generado por el choque de los cuerpos; y Mi compañero de viaje. El objetivo de estos talleres era reforzar los mensajes de autoprotección.

- **Teatro para el desarrollo:** Se escribieron y representaron cinco obras de teatro con marionetas para niñas y niños de 4 a 7 años. Las obras presentaban temas clave de la migración, como la protección, la nutrición, la salud mental, la educación y el agua, el saneamiento y la higiene para ayudar a niñas y niños a procesar formas saludables de abordar estos temas. Cada representación se acompañaba de una actividad adaptada para reforzar los temas clave.
- **Seguimiento y evaluación:** La campaña incluyó actividades de seguimiento, escucha social y evaluación utilizando una mezcla de metodologías, por ejemplo, observación directa y registro de datos, encuestas utilizando Kobo, sistematización de datos cualitativos in situ y evaluaciones escritas realizadas por los socios ejecutores.



## Principales logros

- Alrededor de 800 visitantes a la semana (aproximadamente 600 personas desplazadas y 200 autóctonas) conocieron el mural en CEDECO, un centro de desarrollo comunitario que presta servicios a autóctonos e migrantes. Se recogieron y documentaron las historias y percepciones en torno a las obras de arte. En marzo de 2023, los murales habían llegado a unas 20.000 personas.
- El taller de cuentacuentos llegó a más de 9.000 personas que dejaron unas 700 cartas dedicadas a niñas y niños desplazados.
- La miniserie interactiva llegó a unos 3.000 niñas y niños en centros de acogida en régimen de ejecución directa y a unos 10.000 en régimen de emisión a través de un acuerdo firmado con Télécom Sans

Frontières (TSF).

- Se calcula que unos 20.000 migrantes accedieron al chat de Uniendo Voces; al menos 1.100 personas recibieron asistencia directa a través de U-Report, según las cifras reflejadas por HIAS, el socio ejecutor que prestó el servicio de salud mental y las métricas de respuesta de Rapid Pro.
- Los tres talleres creados por la Fundación Jorge Marín llegaron a unos 3.000 niñas y niños desplazados en escuelas y albergues.
- Esta intervención transversal y longitudinal ha abordado más de cinco indicadores de la Ayuda Humanitaria para la Infancia (HAC, por sus siglas en inglés).<sup>3</sup>
- Esta intervención también modificó los indicadores utilizados para medirla.

**20,000**  
PERSONAS

expuestas a los murales

**20,000**  
MIGRANTES

accedieron al chat  
de Uniendo Voces

**3,000**  
NIÑAS Y  
NIÑOS

en refugios fueron  
alcanzados a través de  
la miniserie interactiva

**1,100**  
INDIVIDUOS

recibieron ayuda  
directa a través de  
U-Report



## Lecciones aprendidas

- 1** Crear y difundir intervenciones atractivas basadas en el arte y la expresión es una forma eficaz de recopilar información sobre percepciones, sentimientos y testimonios.
- 2** El arte y el edutretenimiento pueden provocar un cambio social a la vez que fomentan la escucha activa y abordan el objetivo de UNICEF de rendir cuentas a las poblaciones afectadas.
- 3** La inclusión y la participación han demostrado ser un motor esencial para reducir los índices de discriminación, facilitando los procesos de intervención y haciéndolos más adecuados para la comunidad.
- 4** El apoyo del gobierno local es esencial para garantizar la participación de la comunidad de destino.
- 5** Incluir un componente de "apropiación" en un proyecto ayuda a garantizar que las diferentes partes implicadas sostendrán las actividades.



## Recomendaciones

- 1 Crecer lo digital:** Ampliar las actividades en plataformas en línea hará que los mensajes sean más accesibles para más personas.
- 2 Amplificar:** La creación de una red más sólida de socios ampliará el alcance de la campaña a nivel estatal, al tiempo que garantizará la implicación del gobierno para reducir los costes de ejecución.
- 3 Expandir a otros países:** Poner el programa a disposición de todos los países situados a lo largo de las rutas migratorias (por ejemplo, Colombia, Venezuela, Centroamérica) permitirá que los mensajes viajen por todas partes y fomentará el entendimiento dentro de las múltiples culturas, así como entre ellas.
- 4 Traducir los mensajes y los materiales:** Los mensajes y materiales deben traducirse y/o adaptarse para las distintas intervenciones (por ejemplo, locuciones de las miniseries, guiones en varios idiomas), lo que constituirá una forma rentable de ampliar el alcance del programa en otros países de la región.
- 5 Gestión de los conocimientos:** Las actividades y los resultados del programa deben documentarse y compartirse con un público lo más amplio posible para crear conciencia y motivar la defensa de la programación social y/o la financiación colectiva.

## Notas finales

- 1 UNICEF, 'México-migración Tapachula: Informe nº 1', marzo de 2022, <[https://www.unicef.org/media/117641/file/Mexico-\(Tapachula\)-Humanitarian-SitRep-18-March-2022.pdf](https://www.unicef.org/media/117641/file/Mexico-(Tapachula)-Humanitarian-SitRep-18-March-2022.pdf)>.
- 2 U-Report es una plataforma global de mensajería que capacita a los jóvenes de todo el mundo para comprometerse y pronunciarse sobre las cuestiones que les importan.
- 3 Los indicadores HAC son: Personas que participan en acciones de RCCE; número de personas con acceso a mecanismos de rendición de cuentas establecidos; número de personas a las que se llega a través de mensajes sobre prevención y acceso a los servicios; número de personas de las comunidades de acogida que participan en actividades comunitarias sobre prevención de la xenofobia, promoción del diálogo intercultural o inclusión en las zonas afectadas por la crisis; número de personas que participan en acciones de compromiso (para el cambio social y de comportamiento).





## La campaña “La amabilidad es contagiosa” de UNICEF Viet Nam mejora la tolerancia y la inclusión entre jóvenes durante la pandemia del COVID-19

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**

De mayo a julio de 2020



**Duración**

Tres meses



**Presupuesto**

USD\$ 50.000

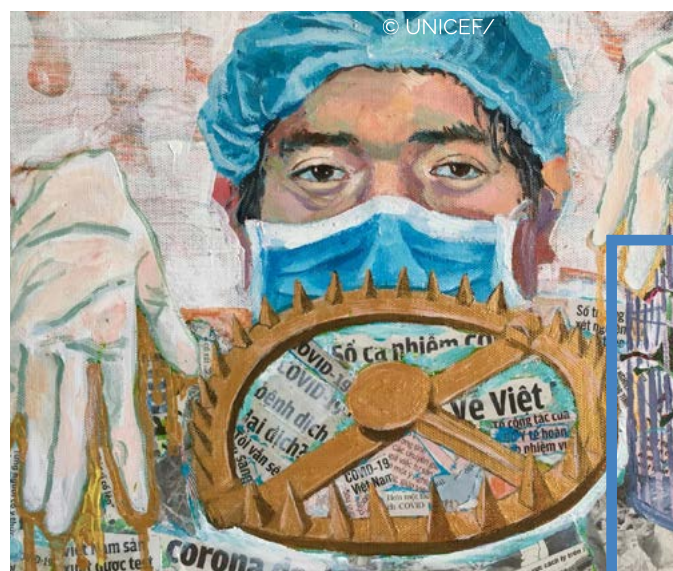
En mayo de 2020, la oficina de UNICEF en Viet Nam y el Ministerio de Salud lanzaron una campaña de tres meses en las redes sociales y en medios masivos de comunicación, “La amabilidad es contagiosa”, en la que se pedía a jóvenes que mostraran apoyo a su comunidad promoviendo la comprensión mutua, la tolerancia y la inclusión durante la pandemia del COVID-19. La campaña hacía hincapié en tres mensajes clave: sé amable, sé tolerante y sé optimista. Se invitó a las y los jóvenes a compartir dibujos, videos y otras soluciones innovadoras y creativas para hacer frente a la ansiedad relacionada con la pandemia a través de las plataformas digitales de UNICEF y el Ministerio de Salud. La campaña pretendía ayudar a las y los jóvenes a aprender qué pueden hacer de forma diferente para calmar su ansiedad durante el periodo de COVID-19 y después, una vez que la situación se normalizara.<sup>1</sup> En tres meses de campaña, de mayo a julio de 2020, los mensajes llegaron a más de 65 millones de usuarios de las redes sociales de todo el país, dos millones de los cuales participaron con comentarios positivos.



Al menos el 55 por ciento de la población de Viet Nam tiene menos de 35 años.<sup>2</sup> La pandemia del COVID-19 hizo necesario el distanciamiento físico y restringió gravemente la capacidad de las y los jóvenes de Viet Nam para participar en actividades que les conectaran con sus pares. La soledad, el miedo a la infección, la muerte, el dolor tras un duelo y las preocupaciones económicas fueron los principales factores de estrés que provocaron ansiedad y depresión. El aislamiento contribuyó a elevar los niveles de problemas de salud mental de toda la población, especialmente de la juventud. La pandemia creó un riesgo mayor y desproporcionado de suicidio y conductas autoinflingidas entre jóvenes.<sup>3</sup>

En 2021, los confinamientos y el distanciamiento social empeoraron el estado de salud mental y los problemas psicosociales entre niñas, niños y sus familias durante la cuarta oleada de la pandemia. En julio de 2021, más del 66 por ciento de los hogares estaban preocupados por los efectos del COVID-19, con experiencias que iban desde la depresión a la ansiedad irregular. Los hogares encabezados por mujeres y migrantes que vivían en condiciones de

hacinamiento habían experimentado problemas de salud mental de forma desproporcionada. Las y los cuidadores y sus hijas e hijos relataron experiencias de estrés, miedo, preocupación, soledad, frustración y falta de sueño por miedo a la infección, así como largos periodos de aprendizaje a distancia, distanciamiento social y confinamientos. Estas experiencias se vieron exacerbadas por la falta de ejercicio físico, así como por factores estresantes como la reducción de ingresos, el desempleo y las tareas adicionales de cuidado.<sup>4</sup>




## Enfoque estratégico

La campaña La Amabilidad es Contagiosa se llevó a cabo de mayo a julio de 2020. El objetivo de la campaña era promover la comprensión mutua, la tolerancia, la inclusión y los mensajes preventivos positivos relacionados con la situación del COVID-19 entre adolescentes y jóvenes, como forma de apoyar a sus comunidades. El público secundario era el público en general, incluidos las y los responsables de la toma de decisiones. Los mensajes clave incluían "Revisa cómo están tus seres queridos", "Difunde información precisa a través de las redes sociales", "Envía mensajes amables a las personas que lo estén pasando

mal" y "Escucha música, lee un libro o juega a algo". Las actividades de la campaña se diseñaron para:



1. Estimular el diálogo con las y los responsables de la toma de decisiones, personas influyentes, adolescentes y jóvenes a través de los medios de comunicación de masas (tertulias de TV y radio);
2. Promover las voces de las y los jóvenes a través de una plataforma creativa en las redes sociales de UNICEF y el Ministerio de Salud en la que participaron artistas y jóvenes para estimular el pensamiento creativo y la resolución de problemas (#long\_tot\_de\_lay Instagram, Facebook);
3. Involucrar a personas influyentes, artistas a través de plataformas de redes sociales para promover mensajes positivos (#long\_tot\_de\_lay Zalo, TikTok<sup>5</sup>); y
4. Amplificar las voces de campeones adolescentes y jóvenes, promover el compartir y el cuidado de las y los demás a través de los medios de comunicación de masas y las redes sociales (historia de interés humano, serie fotográfica, vídeo corto).<sup>6</sup>

La oficina de UNICEF Viet Nam y el Ministerio de Salud se asociaron con la plataforma de redes sociales Zalo, Tik Tok para proporcionar a la población vietnamita información precisa sobre el COVID-19. La oficina de UNICEF en Viet Nam adaptó una guía de consejos prácticos provenientes de la sede de UNICEF sobre las medidas que hay que tomar para luchar contra el COVID-19, para crear un listado gráfico de las medidas contra el COVID-19 dirigido a jóvenes, que se difundió a través de los medios de comunicación de masas y redes sociales (Facebook, YouTube y Zalo, Tik Tok). El objetivo del gráfico era conseguir que las y los jóvenes llevaran un registro de las acciones que realizaban para luchar contra el coronavirus. Se creó una plataforma de redes sociales con dos hashtags (#long\_tot\_de\_lay, y #CompassionisContagious) para que jóvenes y creativos compartieran sus ideas sobre cómo superar las dificultades de vivir en la pandemia.

Jóvenes artistas y organizaciones vietnamitas, como la cantante Min, el grupo musical Ngot,



el rapero Suboi, la fashionista Chau Bui, la actriz Ninh Duong Lan Ngoc, el pintor Tamypu y la Compañía de Publicaciones y Comunicación Nha Nam, colaboraron con UNICEF y el Ministerio de Salud para impulsar la campaña. La oficina en el país, en colaboración con el Ministerio de Salud, apoyó la creación y difusión de videoclips con personas influyentes para lanzar la campaña y compartirla ampliamente con el público.<sup>7</sup> Se emitieron dos programas de radio revista y dos programas de televisión en canales nacionales de radio y televisión para estimular el diálogo con responsables políticos, personas influyentes, adolescentes y jóvenes.

Se publicó un libro con 106 de los 500 dibujos enviados a las plataformas online por jóvenes de todo Vietnam. Cada dibujo consideraba un acto de bondad, un pensamiento positivo o una solución creativa a la carga mental de la pandemia.<sup>8</sup> Se distribuyeron mil ejemplares del libro a varios ministerios del gobierno, cinco provincias de proyectos de UNICEF, USAID, personas influyentes y participantes en el acto de clausura de la campaña.





## Principales resultados

En los tres meses de campaña, de mayo a julio de 2020, los mensajes llegaron a más de 65 millones de usuarios de las redes sociales en Vietnam, dos millones de los cuales se comprometieron con comentarios positivos. El videoclip de lanzamiento de la campaña fue visto por 3.4 millones de espectadores. La campaña generó 80 artículos en internet y en la prensa escrita. Siete mil personas mostraron interés por la página del evento de Facebook

para la campaña, y 500 publicaron dibujos que compartieron con otros. Las reacciones recibidas a través de los medios de comunicación masivos y las redes sociales fueron abrumadoramente positivas. Muchos estudiantes que vieron la campaña preguntaron si podían aprender a diseñar campañas similares. Varias empresas privadas también se ofrecieron a apoyar a UNICEF en la realización de la campaña.

**65**

+ MILLIONES

de usuarios de redes sociales alcanzados

**3.4**

MILLIONES

vieron el videoclip de lanzamiento de la campaña

**80**

artículos publicados en medios impresos y en línea

**500**

dibujos publicados que se compartieron con otras personas en Facebook





# Lecciones aprendidas

- 1 Relacionar la palabra “contagioso” con un significado positivo ayudó a reducir el miedo a la palabra.** Crear el concepto de amabilidad como contagio ayudó a redirigir los sentimientos negativos sobre el COVID-19 hacia sentimientos positivos sobre la ayuda a las y los demás a través de la pandemia y encajar con el contexto cultural de Viet Nam.
- 2 Utilizar mensajes adaptados y canales de comunicación apropiados para llegar a las audiencias previstas fue clave para hacer correr la voz sobre la prevención del COVID-19 y la campaña.** Los mensajes de la campaña se adaptaron al contexto vietnamita a partir del conjunto de herramientas de UNICEF para actuar y concientizar sobre el COVID-19. Se contrató a un joven artista visual, Nguyen Duc Phuong, para que creara dibujos de la guía adaptados al contexto vietnamita.
- 3 Pasar de los materiales impresos a los contenidos digitales fue esencial para llegar a las audiencias.** Las restricciones de la pandemia hicieron necesario pasar de los medios impresos (utilizados habitualmente para las campañas en Viet Nam) a la difusión de contenidos digitales a través de Facebook, Instagram, YouTube, Zalo y Tik Tok. Las postales de “amabilidad” y otras actividades creativas difundidas a través de las redes sociales ayudaron a difundir los mensajes positivos de la campaña.
- 4 Movilizar a artistas y personas influyentes ayudó a involucrar a jóvenes y a multiplicar los mensajes de la campaña.** Las y los jóvenes artistas vietnamitas que se unieron a UNICEF y al Ministerio de Salud potenciaron el alcance de los mensajes de la campaña.
- 5 El apoyo del gobierno, especialmente del Ministerio de Salud, fue esencial para crear y difundir la campaña.** El gobierno vietnamita gestiona los principales canales de medios de comunicación nacionales, como la televisión y la radio, y Zalo, la aplicación de mensajería en redes sociales más popular, con 74 millones de usuarios habituales. El Gobierno de Viet Nam dio prioridad a la necesidad de llegar a las y los jóvenes con mensajes positivos para ayudarles a superar la pandemia del COVID-19. El apoyo del gobierno permitió a las y los actores involucrados en la campaña a actuar con rapidez y proporcionar información confiable al público.





# Recomendaciones

- 1 Involucrar a la audiencia a la que va dirigida la campaña (en este caso, jóvenes) en su cocreación.** Las y los jóvenes representan una fuente inagotable de ideas y creatividad que pueden atraer a sus pares para motivar el cambio social y de comportamientos. Es importante involucrar al público destinatario en la resolución creativa de problemas.
- 2 Adaptar los mensajes de la campaña a situaciones de la vida real.** La pandemia del COVID-19 requería la difusión inmediata de llamadas específicas a la acción. El momento oportuno para lanzar la campaña era importante para coincidir con el sentimiento de la población y motivar los comportamientos deseados.
- 3 Garantizar que los mensajes de la campaña sean accesibles para las audiencias previstas, especialmente para públicos de difícil acceso.** Utilizar varios idiomas (incluido el lenguaje de signos, cuando sea aplicable) ayuda a garantizar que las y los destinatarios estén expuestos a los mensajes de la campaña.
- 4 Evaluar cada campaña para comprender lo que funcionó o no funcionó, de modo que las lecciones aprendidas puedan aplicarse para desarrollar campañas más eficientes y eficaces en el futuro.** Las lecciones aprendidas de la campaña se utilizaron para desarrollar las siguientes campañas de prevención y vacunación contra el COVID-19.

## Notas finales

- 1 UNICEF, 'UNICEF y el Ministerio de Sanidad lanzan la campaña "La amabilidad es contagiosa" en Vietnam, mayo de 2020 <<https://www.unicef.org/vietnam/stories/unicef-and-ministry-health-launch-kindness-contagious-campaign-viet-nam>>.
- 2 Oficina General de Estadística de Vietnam, 'Completed results of the 2019 Viet Nam population and housing census', 2019, <<https://www.gso.gov.vn/en/data-and-statistics/2020/11/completed-results-of-the-2019-viet-nam-population-and-housing-census/>>.
- 3 OMS, "La Pandemia de COVID-19 provoca un aumento del 25% en la prevalencia de la ansiedad y la depresión en todo el mundo", 2 de marzo de 2022, <<https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>>.
- 4 UNICEF, El impacto socioeconómico de la COVID-19 en los niños y las familias de Vietnam. Las provincias de Ha Noi, Ciudad Ho Chi Minh, Da Nang y Bac Giang en el punto de mira, octubre de 2022, <<https://www.unicef.org/vietnam/media/11181/file/Final%20designed%20policy%20brief-follow%20up%20study%20on%20covid%20impacts-En.pdf>>.
- 5 Zalo, Tiktok es la aplicación de mensajería más popular de Vietnam.
- 6 UNICEF, 'UNICEF y el Ministerio de Sanidad lanzan la campaña "La bondad es contagiosa" en Vietnam', mayo de 2020, <<https://www.unicef.org/vietnam/stories/unicef-and-ministry-health-launch-kindness-contagious-campaign-viet-nam>>.
- 7 Ibid.
- 8 El libro fue producido conjuntamente por UNICEF y Nha Nam Publishing and Communication Company.



## UNICEF Bulgaria prueba un nuevo modelo de atención a niñas y niños con discapacidad

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

© UNICEF/Bulgaria

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**  
2017 a 2025



**Duración**  
Ocho años



**Presupuesto**  
USD\$536.400

UNICEF Bulgaria, en colaboración con la Fundación H&M y otros socios, está apoyando actividades para aumentar la detección temprana de retrasos en el desarrollo y discapacidades para así disminuir el estigma y la discriminación asociados a las niñas y los niños que viven con discapacidades.<sup>1</sup> En los municipios de Nova Zagora y Haskovo, se está probando un nuevo modelo de atención con enfoque sistémico. Con este modelo, los padres tienen acceso a

servicios que les ayudan a detectar retrasos en el desarrollo y discapacidades mediante pruebas periódicas de audición y visión en bebés, niñas y niños pequeños, lo que mejora sus posibilidades de obtener atención y servicios especializados lo antes posible, y les proporciona un sistema de apoyo inclusivo. La campaña "Be Inclusive" se está llevando a cabo para eliminar la cultura del estigma y la vergüenza que rodea a niñas y niños con retrasos en el desarrollo y discapacidades.



## Contexto

En Bulgaria viven al menos 32.000 niñas y niños con discapacidad.<sup>2</sup> Una innovadora encuesta nacional apoyada por UNICEF sobre actitudes y normas sociales hacia niñas y niños con discapacidad y retrasos en el desarrollo en Bulgaria reportó que “a menudo se aísla e incluso se insulta a niñas y niños con retrasos en el desarrollo”.<sup>3</sup> La mayoría de padres de niñas y niños con discapacidad (física o intelectual) afirmaron que su hija o hijo sufría a causa de las actitudes negativas hacia niñas y niños con discapacidad. Dos tercios de padres estaban de acuerdo en que, en general, la gente siente lástima por las familias que tienen hijas e hijos con discapacidad.<sup>4</sup>

En Bulgaria, los servicios de detección temprana e intervención en la primera infancia que apoyan a las y los cuidadores para que presten una atención afectuosa a niñas y niños con

discapacidades y retrasos en el desarrollo durante los tres primeros años de vida no están suficientemente estructurados, lo que limita las oportunidades de crecimiento y desarrollo de niñas y niños. Tampoco se ha prestado suficiente apoyo a las y los profesores para que desarrollen su capacidad para apoyar a estudiantes con discapacidad. Durante el curso 2018-2019, casi 22.035 niñas y niños con discapacidad y necesidades especiales asistieron a escuelas ordinarias y jardines de infancia. Aunque Bulgaria adoptó en 2015 la Ley de Educación Preescolar y Escolar, que establece las condiciones para la inclusión de niñas y niños con discapacidad en el sistema educativo ordinario, el estudio de UNICEF constató que, aunque estas niñas y niños están presentes en las aulas, no se les incluye realmente, y a menudo se sienten aislados y rechazados.<sup>5</sup>



## Enfoque estratégico

En el marco de un proyecto piloto de la Sede ejecutado en Uganda, Perú y Bulgaria, UNICEF Bulgaria desarrolló un modelo escalonado de prestación de servicios de atención y apoyo a niñas y niños con discapacidad. Este modelo se está probando en dos municipios seleccionados, Nova Zagora y Haskovo. El modelo incluye ofrecer a padres una identificación temprana de retrasos en el desarrollo (por ejemplo, pruebas periódicas de audición y visión para bebés, niñas y niños pequeños), prestar servicios de intervención en la primera infancia a nivel comunitario, apoyar las transiciones a la escuela y atención tempranas inclusivas, y difundir mensajes para promover la inclusión social de niñas y niños con discapacidades.

Para detectar los retrasos en el desarrollo en niñas y niños por parte de las y los profesionales de salud, se introdujo el Cuestionario de

Edades y Etapas (ASQ, por sus siglas en inglés). Se ha iniciado el proceso de introducción e integración en el sistema de salud Búlgaro del diagnóstico a nivel de población de los retrasos en el desarrollo; personal de salud de atención primaria de Nova Zagora y Haskovo han recibido formación a través de la Asociación Búlgara de Pediatría para realizar un diagnóstico a niñas y niños a los nueve y 18 meses. Con el apoyo de UNICEF en los dos distritos piloto,<sup>6</sup> se llevó a cabo una mayor integración del paquete de servicios en el modelo de sistemas como parte de la Garantía Infantil de la Unión Europea en Bulgaria, así como el diagnóstico de retrasos en el desarrollo a través de los servicios de visita a domicilio.

En un esfuerzo complementario de un enfoque holístico de la programación para abordar las discapacidades, la oficina de UNICEF en Bulgaria



también introdujo tecnologías de apoyo a la comunicación aumentativa y alternativa (CAA) en jardines de infancia y escuelas piloto para que niñas y niños con discapacidad puedan aprender y comunicarse con sus pares. El programa tiene como objetivo mejorar las capacidades de actores interesados en utilizar tecnologías de comunicación aumentativa y alternativa para niñas y niños no verbales (promoviendo en particular el C-Board apoyado por UNICEF ECARO). UNICEF Bulgaria, en asociación con el Ministerio de Educación y Ciencia (MEC) y el Centro Regional de Apoyo a los Procesos de Educación Inclusiva - Ciudad de Sofía, también puso en marcha la primera plataforma educativa en línea (en Bulgaria) llamada Help Me Thrive (Ayúdame a prosperar), que fue una innovación pionera durante la formación a distancia durante el COVID-19. Esta plataforma contiene una biblioteca con recursos educativos y terapéuticos gratuitos de apoyo a niñas y niños con necesidades educativas especiales, y está a disposición de niñas, niños, padres, profesores y profesionales (<http://podkrepime.mon.bg>).

Mediante el nuevo modelo, se está prestando apoyo comunitario y centrado en la familia a niñas y niños con retrasos en el desarrollo en los centros comunitarios de intervención infantil temprana (ECI, por sus siglas en inglés); se ofrecen intervenciones tempranas más intensivas y específicas a niñas y niños que las necesitan. Hasta la fecha, los equipos de ECI de los dos municipios han completado su formación básica y han empezado a trabajar en casos de



intervención temprana con niñas, niños y familias. Se han creado Unidades de Coordinación Municipal en los dos distritos piloto para facilitar la introducción de un enfoque sistémico de la atención temprana (AT). Los equipos incluyen a representantes del municipio, de los servicios de salud, educativos y sociales, y de las autoridades locales. Se han elaborado dos vídeos y un conjunto de materiales de comunicación promocionales (folletos y carteles) para promover los servicios de AT. Un vídeo se centra en los beneficios de los servicios de intervención infantil temprana, y el otro en dos historias de familias con niñas y niños en condiciones médicas similares que recibieron distintos tipos de ayuda. El segundo vídeo se enfoca en la denuncia ética de casos de familias con niñas y niños con retrasos en el desarrollo que son vulnerables. En Haskovo también se organizaron campañas a través de los medios de comunicación locales, con el objetivo de sensibilizar a padres y público en general sobre el enfoque de los sistemas de AT.

En febrero de 2022, UNICEF y la Fundación H&M también lanzaron la campaña Be Inclusive para concientizar sobre niñas y niños que viven con discapacidades y los retos a los que se enfrentan. La campaña se diseñó para un público general, y los mensajes proporcionaban consejos útiles sobre cómo ser un amigo más inclusivo de cualquier persona que viva con una discapacidad, llegando a más de 20.000 personas. La campaña se difundió en los canales de redes sociales mundiales de la Fundación H&M y UNICEF a lo largo de 2022.

Las actividades de evaluación para medir los resultados a nivel infantil, familiar y comunitario se llevarán a cabo en los dos centros piloto, utilizando una cohorte de al menos 1.000 niñas y niños en cada centro a los que se hará un seguimiento de hasta un año y medio. El componente de abogacía del programa buscará que se desarrolle una base jurídica sólida para los servicios de intervención temprana, y para que se desarrolle un sistema en línea de recogida de datos sobre el desarrollo infantil en el sistema de AEPI.



## Principales resultados (hasta la fecha)

- La encuesta nacional sobre las normas sociales asociadas a la discapacidad en Bulgaria, apoyada por UNICEF, fue la primera de este tipo realizada en el país.
- Hasta la fecha, 217 niñas y niños menores de tres años han participado en el programa de intervención temprana de UNICEF, dirigido por médicos generales y apoyado por enfermeras que visitan sus hogares y centros de apoyo comunitario.
- Hasta la fecha, 162 niñas y niños han recibido apoyo directo, incluido el suministro de dispositivos de comunicación, y 806 profesionales han participado en actividades de formación sobre el uso de la tecnología de asistencia de CAA para niñas y niños no verbales promovida por UNICEF en Bulgaria (C-Board).
- Veintiún profesionales de la AT de cinco municipios han recibido formación para prestar servicios de AT centrados en la familia y apoyo en línea a los padres de niñas y niños con discapacidad de 0 a 7 años.
- Sesenta niñas y niños con discapacidades y con retrasos en el desarrollo han recibido servicios de ECI por parte de profesionales formados.
- Cuarenta y ocho profesionales del sistema educativo y especialistas en ECI aplican enfoques de comunicación aumentativa y alternativa (CAA) en su trabajo.
- Hasta la fecha se han creado dos centros comunitarios de AT en las dos regiones piloto para que sirvan de red de apoyo entre padres y médicos.

**217**

NIÑAS Y NIÑOS

menores de tres años participaron en el programa de atención temprana de intervención precoz

**806**

PROFESIONALES

participaron en actividades de formación

**2 ECI**

se crearon en centros comunitarios



## Lecciones aprendidas

- 1** Es necesario un enfoque comunitario integral para pasar del enfoque médico (centrado en el diagnóstico) al enfoque social (centrado en los derechos humanos) para abordar la discapacidad y los retrasos en el desarrollo.
- 2** Un enfoque sistemático (creación de un sistema de AT a nivel nacional y regional) es importante para ampliar y mantener las intervenciones de atención temprana.
- 3** Las asociaciones y la coordinación entre los actores interesados son fundamentales para el desarrollo y el funcionamiento de los servicios de atención temprana.
- 4** La capacitación de profesionales en habilidades de comunicación interpersonal y respeto a la diversidad es fundamental para crear un entorno más propicio para que niñas y niños con discapacidades y retrasos en el desarrollo sobrevivan y prosperen.
- 5** La participación de programas/grupos e individuos de apoyo a padres es esencial para aumentar la eficacia personal y capacitación de los cuidadores, prevención del abandono infantil, aumento de la demanda de servicios de ECI y transformación de la cultura de la vergüenza en una atención basada en los puntos fuertes.
- 6** La aplicación de enfoques de intervención para el cambio social y de comportamiento (por ejemplo, promoción, fortalecimiento del sistema, prestación de servicios, comunicación masiva/ social/impresa) ayuda a amplificar los mensajes sobre los servicios para niñas y niños atención temprana con discapacidad y a motivar la adopción de normas sociales positivas en relación con la discapacidad.





# Recomendaciones

- 1** Integrar plenamente la ECI en el sistema de salud búlgaro (es decir, en los protocolos de detección, las vías de derivación), los servicios comunitarios y los programas de apoyo a las familias;
- 2** Incorporar el modelo de la ECI en la estrategia de salud nacional;
- 3** Involucrar a grupos de trabajo/consejos asesores para garantizar que el modelo se integra en el sistema de salud según lo previsto;
- 4** Recopilar datos (de forma ética) para determinar el impacto del modelo en determinados resultados intermedios (para niñas y niños con discapacidad, sus padres, personas sin discapacidad, profesionales de salud y otros);
- 5** Seguir utilizando el CSC (por ejemplo, campañas, contenido en línea) para transmitir mensajes clave relacionados con la mejora de la vida de niñas y niños que viven con discapacidades y de sus padres/cuidadores.
- 6** Proporcionar formación a los niños con discapacidad y a sus padres/cuidadores para que sean defensores de sus derechos y de los servicios;
- 7** Proporcionar a los padres/cuidadores espacios seguros para compartir experiencias y sentirse apoyados;
- 8** Introduce un mecanismo de retroalimentación/quejas para comprender qué partes del modelo/programa funcionan y qué hay que cambiar.



# Notas finales

- 1 La Fundación H&M es una fundación global independiente sin ánimo de lucro, con sede en Estocolmo (Suecia). Está financiada de forma privada por la familia Stefan Persson.
- 2 UNICEF Bulgaria, "Datos sobre los niños con discapacidad en Bulgaria y en todo el mundo: cómo superar los retos", p. 24, <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/data-children-disabilities-bulgaria-and-around-world>>.
- 3 UNICEF, "Encuesta nacional sobre actitudes y normas sociales hacia los niños con discapacidades y dificultades de desarrollo en Bulgaria: Resumen de datos", <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/media/15211/file>>.
- 4 UNICEF Bulgaria, "Datos sobre los niños con discapacidad en Bulgaria y en todo el mundo: cómo superar los retos", p. 6, <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/data-children-disabilities-bulgaria-and-around-world>>.
- 5 UNICEF Bulgaria, "Datos sobre los niños con discapacidad en Bulgaria y en todo el mundo: cómo superar los retos", p. 24. <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/data-children-disabilities-bulgaria-and-around-world>>.
- 6 La Garantía Infantil de la Unión Europea es una resolución que garantiza que todos los niños en situación de pobreza puedan acceder a asistencia sanitaria gratuita, educación gratuita, guarderías gratuitas, una vivienda digna y una nutrición adecuada, como parte de un plan europeo integrado de lucha contra la pobreza infantil, y recomienda además que todos los niños tengan acceso a servicios de buena calidad en esta etapa crucial de su desarrollo (<https://www.unicef.org/bulgaria/en/pilot-testing-eu-child-guarantee-bulgaria>).



© UNICEF/Bulgaria

## UNICEF Georgia apoya la campaña contra el estigma “Ver todos los colores” para niñas y niños con discapacidades

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento  
(CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen

De 2017 a 2020, UNICEF Georgia, en colaboración con USAID y la UE, apoyó la iniciativa See Every Colour (Ver todos los colores), una intervención nacional de cambio social y de comportamiento para cambiar las actitudes y creencias perjudiciales sobre los niños con discapacidad y fomentar la inclusión social. La intervención #SeeEveryColour implicó la participación de las comunidades a través de actividades como la divulgación comunitaria, una campaña de hashtags y la participación de celebridades, debates y discusiones con estudiantes en las escuelas, y el fortalecimiento de la capacidad de profesores y trabajadores de salud para abordar las necesidades de

niñas y niños con discapacidad. La campaña #SeeEveryColour llegó a más de 1.4 millones de personas, cambiando la percepción pública y las políticas destinadas a ayudar a niñas y niños con discapacidad. Se fortalecieron las capacidades de unos 5.000 profesores, trabajadores de salud, miembros de la comunidad y jóvenes para promover y apoyar la inclusión de niñas y niños con discapacidad. UNICEF Georgia informó de una reducción a gran escala del estigma y la discriminación hacia las personas con discapacidad, y de un incremento en la comprensión pública de la importancia de la inclusión de las personas con discapacidad.



## Contexto

En 2022, había 128.144 personas con discapacidad registradas en Georgia, de las cuales 12.725 eran niñas y niños. La prevalencia de niñas y niños georgianos con discapacidad es de aproximadamente el 1,5 por ciento. Los datos de la Encuesta Agrupada de Indicadores Múltiples (MICS) de 2018 indicaban que sólo el 8 por ciento de niñas y niños del país tenían limitaciones funcionales. Estas estimaciones están muy por debajo de las estimaciones mundiales, y no reflejan con exactitud la situación de niñas y niños con discapacidad en Georgia debido a que se notifican datos erróneos o insuficientes. La inexactitud de los datos hace que niñas y niños con discapacidad sean invisibles en la legislación, las políticas y los servicios nacionales de Georgia.<sup>1,2</sup>

El público georgiano tiende a estigmatizar a los niños con discapacidad. En 2015, la Encuesta de Seguimiento del Bienestar (una encuesta cuantitativa) mostró que más del 40 por ciento del público estigmatizaba a niñas y niños con discapacidad. Este tipo de discriminación era consecuencia de la falta de conocimientos sobre las discapacidades, el miedo a la diferencia, los prejuicios culturales negativos y los estereotipos relacionados con la discapacidad. Un estudio de 2016 sobre la estigmatización de niñas y niños con discapacidad demostró que el estigma y la discriminación hacia niñas y niños con discapacidad en Georgia ha provocado su aislamiento institucional, cultural y social, y ha sido el principal obstáculo para crear un entorno propicio en la sociedad.<sup>3</sup> Abordar el estigma y la discriminación ha sido esencial para promover el abandono de actitudes y prácticas discriminatorias y fomentar la creación de normas sociales positivas para aumentar la demanda de servicios de calidad e inclusivos para niñas y niños.





## Enfoque estratégico

La Encuesta de Seguimiento del Bienestar de 2015 y el estudio de 2016 sobre la estigmatización sirvieron como estudio de referencia para la iniciativa Ver todos los colores, una intervención nacional de cambio social y de comportamiento para cambiar las actitudes y creencias perjudiciales y fomentar la inclusión social de niñas y niños con discapacidad. De 2017 a 2020, UNICEF Georgia, en colaboración con USAID y la UE, apoyó actividades a nivel individual, familiar/ de pares, comunitario, institucional (profesores, personal de salud, medios de comunicación) y políticas/sistémico (municipios). El objetivo era educar a la población sobre las discapacidades y acabar con los mitos y prejuicios asociados a niñas y niños con discapacidades, modelando actitudes positivas y creando empatía. La intervención también pretendía empoderar a niñas y niños con discapacidad y a sus padres ofreciéndoles una plataforma para la defensa de sus derechos, así como iniciar debates políticos y comunitarios y reforzar los mecanismos de la administración local y las redes comunitarias. Los destinatarios eran niñas y niños con discapacidad y sus compañeros sin discapacidad, padres de niñas y niños con y sin discapacidad, grupos profesionales (profesores y médicos), el público en general y las plataformas de los medios de comunicación. Estos públicos se comprometieron como agentes del cambio y participaron en la planificación y ejecución de la iniciativa.

La intervención Ver todos los colores implicó la participación de las comunidades a través de:

- Involucrar a padres de niñas y niños con discapacidad como defensores a través de las oportunidades creadas por la iniciativa para hablar con los medios de comunicación sobre los retos a los que se enfrentan, y para debatir cuestiones relacionadas a través de una plataforma online (Padres por el Cambio);
- Actividades de divulgación (por ejemplo, celebraciones en la ciudad, partidos de rugby, Días de la UE o eventos deportivos);

- Debates y discusiones sobre las necesidades de las personas con discapacidad con estudiantes de escuelas y universidades;
- Creación y difusión de un folleto que deconstruye los mitos y prejuicios asociados a las personas con discapacidad, y un cómic que ilustra las actitudes positivas hacia niñas y niños con discapacidad;
- Involucrar a celebridades en una campaña online de hashtags, #SeeEveryColour, que incluye una serie de carteles en los que famosos y personalidades influyentes compartan sus historias personales sobre sus relaciones con personas con discapacidad y su compromiso con la inclusión. Los participantes en esta campaña también organizaron actividades en las redes sociales y al aire libre, realizaron instalaciones artísticas, dieron discursos públicos y celebraron debates y concursos municipales;
- Reforzar la capacidad de los profesionales que trabajan con niñas y niños (por ejemplo, profesores, trabajadores de salud) para que comprendan y aborden mejor las necesidades de niñas y niños con discapacidad;
- Trabajar con los medios de comunicación para compartir historias positivas que destaquen el talento de las personas con discapacidad a través de programas de entrevistas en canales de medios de comunicación nacionales y regionales, y medios impresos.



© UNICEF/2021/Kaiymova





## Principales resultados

- La campaña #SeeEveryColour llegó a más de 1,4 millones de personas, cambiando la percepción pública y provocando un cambio real en las políticas destinadas a ayudar a niñas y niños con discapacidad.
- Se fortalecieron las capacidades de unos 5.000 profesores, trabajadores de salud, miembros de la comunidad y jóvenes para promover y apoyar la inclusión de niñas y niños con discapacidad.
- Reducción a gran escala del estigma y la discriminación hacia las personas con discapacidad.
- Aumento de la comprensión y la práctica públicas hacia la importancia de la inclusión de las personas con discapacidad.
- Mayor confianza y visibilidad de niñas y niños con discapacidad y de sus padres.
- Creación de un entorno propicio a nivel municipal para los servicios destinados a las personas con discapacidad.
- Mayor capacidad de los profesionales (profesores y trabajadores de salud) para atender las necesidades de niñas y niños con discapacidad.
- Creación de un mecanismo institucional sostenible para defender situaciones relacionadas con la discapacidad.

**5,000**  
MAESTROS

se reforzaron las capacidades de los trabajadores sanitarios, los miembros de la comunidad y los jóvenes

**#SeeEveryColour**  
CAMPAÑA

alcanzó más de

**1.4 millones**  
DE PERSONAS



## Lecciones aprendidas

- 1 Involucrar a niñas, niños, adolescentes y sus familiares como “creadores” de campañas** y materiales de comunicación, en lugar de audiencias pasivas, ayuda a garantizar el desarrollo de materiales y actividades pertinentes y específicas, y les da voz para que puedan exigir una mayor responsabilidad a los responsables de la toma de decisiones y a los proveedores de servicios.
- 2 Aplicar una serie de estrategias de cambio social** para motivar cambios positivos en los conocimientos, actitudes y comportamientos a nivel individual, familiar, comunitario, institucional y político ayuda a reforzar los mensajes clave para desestigmatizar e incluir a niñas y niños con discapacidad.
- 3 Proporcionar una plataforma para que individuos y grupos cuenten su historia es significativo tanto para el narrador como para el oyente.** La campaña #SeeEveryColour dio a las personas la oportunidad de compartir sus historias y motivar a los demás para que no juzguen y sean más inclusivos.
- 4 Cambiar las actitudes negativas requiere tiempo e inversión.** Muchos proveedores de servicios compartían las mismas actitudes y creencias negativas sobre niñas y niños con discapacidad que las comunidades locales. Se necesitaron esfuerzos adicionales para concienciarles de sus propios prejuicios y actitudes.
- 5 Colaborar con las instituciones gubernamentales a nivel nacional y local es fundamental para garantizar la apropiación, la responsabilidad y la sostenibilidad de las actividades y los resultados.** Es importante abogar por la inclusión del cambio de comportamiento individual y colectivo en torno a niñas y niños con discapacidad en las políticas, estrategias y presupuestos del gobierno.
- 6 El cambio sostenible se impulsa a nivel comunitario.** Es esencial reconocer que el cambio es más sostenible si lo impulsan las comunidades; invertir en las comunidades debe ser el objetivo de cualquier otra iniciativa centrada en la inclusión de los niños con discapacidad.

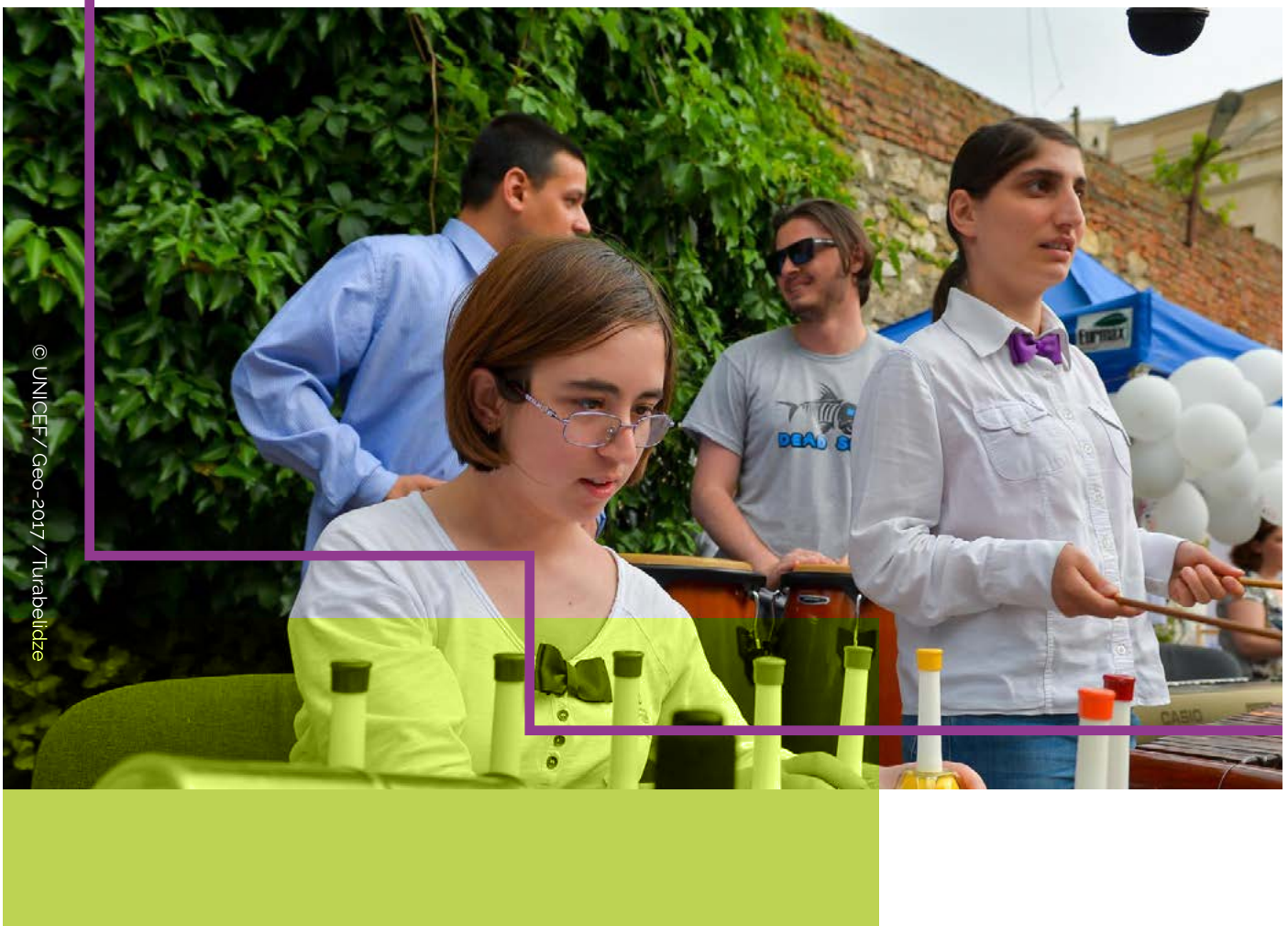


## Recomendaciones

- 1** UNICEF debe continuar los esfuerzos de cambio social y de comportamiento de Ver todos los colores, centrándose en reducir el estigma contra niñas y niños con necesidades educativas especiales y garantizar que niñas y niños tengan acceso sin obstáculos y en igualdad de condiciones a la educación formal e informal, independientemente de sus necesidades.
- 2** UNICEF y sus socios deben seguir concienciando sobre la importancia de la educación inclusiva y aumentar la participación de niñas y niños con necesidades especiales en todo el sistema educativo.

# Notas finales

- 1 Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, 'Applying social and behaviour change approaches to support the inclusion of children with disabilities: Cases from UNICEF Europe and Central Asia', UNICEF, febrero de 2022, <[www.unicef.org/kazakhstan/media/7946/file/Case%20studies%20from%20UNICEF%20Europe%20and%20Central%20Asia:%20Social%20And%20Behaviour%20Change%20Approaches.pdf](http://www.unicef.org/kazakhstan/media/7946/file/Case%20studies%20from%20UNICEF%20Europe%20and%20Central%20Asia:%20Social%20And%20Behaviour%20Change%20Approaches.pdf)>.
- 2 A nivel mundial, UNICEF calcula que en septiembre de 2022, el 4,3% de los niños de 0 a 4 años, el 12,5% de los niños de 5 a 17 años y el 10,1% de los niños de 0 a 17 años tienen discapacidades de moderadas a graves, según las encuestas de hogares sobre el estado funcional infantiles (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9554924/>).
- 3 Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, 'Applying social and behaviour change approaches to support the inclusion of children with disabilities: Cases from UNICEF Europe and Central Asia', UNICEF, febrero de 2022 <[www.unicef.org/kazakhstan/media/7946/file/Case%20studies%20from%20UNICEF%20Europe%20and%20Central%20Asia:%20Social%20And%20Behaviour%20Change%20Approaches.pdf](http://www.unicef.org/kazakhstan/media/7946/file/Case%20studies%20from%20UNICEF%20Europe%20and%20Central%20Asia:%20Social%20And%20Behaviour%20Change%20Approaches.pdf)>.



© UNICEF/Geo-2017/Turabelidze

## La Oficina Nacional de UNICEF ECARO en Italia ¡OPS! pretende cambiar el guión de los prejuicios raciales contra inmigrantes y refugiados

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



#### Fechas de la actividad

De julio de 2021 a marzo de 2022 (Fase 1)  
De julio de 2022 a marzo de 2023 (Fase 2)



#### Duración

Nueve meses  
Nueve meses



#### Presupuesto

USD\$47,000  
USD\$63,000

En julio de 2021, la Oficina Nacional de UNICEF ECARO en Italia lanzó la campaña "¡Tu opinión, más allá de cualquier prejuicio, contra los estereotipos!" para involucrar a jóvenes en la lucha contra los prejuicios raciales y cambiar la narrativa sobre la migración en Italia. El objetivo de la campaña era ayudar a identificar, deconstruir y corregir los prejuicios y estereotipos inconscientes que crean tensiones en las comunidades italianas de acogida. La primera fase de la campaña, hasta marzo de 2022, utilizó la creatividad digital, la participación en las redes

sociales, la plataforma "U-Report on the Move" y la inteligencia artificial (IA) para fomentar la comprensión mutua, la conexión y el apoyo entre jóvenes refugiados e inmigrantes de Italia y su población de acogida. La segunda fase de la campaña añadió un curso de capacitación para jóvenes activistas (Academia ¡OPS!) y otras actividades de sensibilización. Las dos fases de la campaña llegaron a más de 2,25 millones de jóvenes con opiniones, propuestas y mensajes formulados por y para jóvenes para acabar con los prejuicios raciales.

Durante muchos años, la ruta del Mediterráneo central, que conecta los países de la ribera sur con Italia, y la ruta de los Balcanes occidentales, han sido las principales rutas de migración hacia Europa. Se calcula que desde el 2014 más de 100.000 menores no acompañados y separados de sus familias han llegado a Italia por mar. Desde el inicio de la guerra en Ucrania, han llegado a Italia más de 170.000 refugiados, entre ellos más de 50.000 niñas y niños.<sup>1</sup> En 2016, UNICEF, en coordinación con el gobierno de Italia y otros agentes interesados, empezó a gestionar un programa dedicado a garantizar la protección y la inclusión social de niñas y niños de familias migrantes y de refugiados.

UNICEF está respondiendo a dicha crisis en Italia, por ejemplo, apoyando las operaciones de búsqueda y rescate de los guardacostas, garantizando normas mínimas en los centros de acogida y creando un grupo de tutores y familias de acogida para organizar cuidados alternativos para niñas y niños. En abril de 2017, se lanzó en Sicilia la plataforma online U-Report on The Move, como parte del apoyo de ONE UNICEF Response a la protección, atención, desarrollo e inclusión social de niñas y niños migrantes y refugiados en Italia.<sup>2</sup> Una encuesta realizada por UNICEF en la plataforma U-Report on the Move en junio de 2021 sugirió que alrededor del 80 por ciento de jóvenes migrantes y refugiados en Italia experimentaron u observaron prejuicios. Al menos el 42 por ciento creía que los ciudadanos italianos juzgaban a las y los migrantes o refugiados como delincuentes; algunos jóvenes encuestados opinaban que las

y los italianos creían que las y los migrantes y refugiados tenían un bajo nivel educativo. El 62 por ciento de encuestados mencionaron que los prejuicios que experimentaban se debían al color de su piel, el 12 por ciento a su idioma y el 10 por ciento a que eran pobres. Las y los jóvenes que respondieron a la encuesta dijeron que se sentían tristes, enfadados, solos o temerosos como consecuencia de los prejuicios que habían sufrido.<sup>3</sup>

Por otra parte, un análisis de sentimiento en las redes sociales sobre las actitudes de jóvenes italianos hacia la migración y el racismo, comisionado por UNICEF en el mismo periodo, mostró que la mayoría de jóvenes que viven en Italia tienen una percepción diferente de la situación y se esfuerzan por reconocer la existencia del racismo.

Desde principios de 2023, UNICEF trabaja en colaboración con el Departamento de Migración y Asuntos de Interior (HOME, por sus siglas en inglés) de la Comisión Europea en el Proyecto PROTECT, un programa de dos años para reforzar la protección de niñas y niños migrantes y refugiados en Italia. El objetivo del proyecto es facilitar el acceso a la información, la capacitación y las intervenciones de inclusión en favor de niñas y niños inmigrantes y refugiados, jóvenes en transición a la edad adulta, mujeres y familias desde el momento de su llegada a Italia. Las zonas geográficas específicas para la respuesta de emergencia son Sicilia (incluida Lampedusa), Calabria, Apulia, Lacio y Friul-Venecia Julia.





## Enfoque estratégico

En julio de 2021, la Oficina Nacional de UNICEF ECARO en Italia lanzó la campaña "¡Tu opinión, más allá de todo prejuicio, contra los estereotipos! para implicar a jóvenes en la lucha contra los prejuicios raciales inconscientes y cambiar la narrativa sobre la migración en Italia.<sup>4</sup> El nombre de la campaña, "¡OPS!", tiene un doble significado: es a la vez un acrónimo y la palabra que dice la gente cuando reconoce que ha cometido un error. La campaña fue concebida por jóvenes para jóvenes. El objetivo de la campaña era ayudar a identificar, deconstruir y corregir los prejuicios y estereotipos inconscientes que crean tensiones en las comunidades de acogida italianas.

La primera fase de la campaña (hasta marzo de 2022) utilizó la creatividad digital, la participación en las redes sociales, la plataforma U-Report on the Move y la inteligencia artificial (IA) para fomentar la comprensión mutua, la conexión y el apoyo entre jóvenes refugiados y/o migrantes de Italia y su población de acogida. Se invitó a jóvenes de origen refugiado y migrante a participar en un concurso online en el que se les pedía que compartieran sus experiencias como migrantes y refugiados a través de fotos, videos, ilustraciones, canciones y/o artículos. Se seleccionó a doce participantes para que se inscribieran en una serie de cursos de desarrollo de habilidades entre pares para ayudarles a perfeccionar sus piezas de arte. Los cursos se crearon en colaboración con entidades del sector privado reconocidas a nivel nacional, como el Instituto Europeo de Diseño (IED), la editorial People Pub y el Saint Louis College of Music. UNICEF apoyó un acto público para presentar las creaciones finales y entregar premios a las y los ganadores del concurso.

Además del concurso y los cursos, 68 estudiantes de secundaria y sus profesores participaron en la prueba y difusión de una aplicación web (app) creada en colaboración con la empresa privada AmmaGamma. La app utiliza inteligencia artificial

para proporcionar a las aulas una experiencia de juego en grupo en la que aprenden sobre sus prejuicios inconscientes y cómo superarlos.

La segunda fase de la campaña, "¡OPS! Lo hicimos otra vez", se puso en marcha en julio de 2022 y adoptó un enfoque interseccional, ampliando las temáticas para abordar también raza, género y orientación sexual. Las actividades incluyeron un curso de desarrollo de habilidades para jóvenes activistas (Academia ¡OPS!), formación sobre alfabetización en redes sociales y otras actividades de sensibilización sobre el sesgo inconsciente. El curso se creó en colaboración con representantes de ocho organizaciones de la sociedad civil. La aplicación web desarrollada en colaboración con AmmaGamma se actualizó para incluir los prejuicios sexistas y se puso a prueba con estudiantes de secundaria de tres ciudades italianas: Nápoles, Pistoia y Milán. Se involucró a jóvenes influyentes de las redes sociales en la creación y publicación de contenidos de sensibilización sobre el sesgo inconsciente y la discriminación interseccional en Instagram y TikTok. El acto culminante de la segunda fase fue el Activate Talk ¡OPS!, un panel virtual sobre discriminación en el canal U-Report On the Move, celebrado para conmemorar el Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial. En el panel participaron jóvenes influyentes, expertos de UNICEF y responsables políticos, y se celebró en colaboración con la Oficina Nacional contra la Discriminación Racial (UNAR).

Para potenciar el componente online de la campaña ¡OPS!, el equipo de U-Report On the



Move trazó un mapa de los centros de acogida y se puso en contacto con ellos para promover las actividades de iOPS! para menores no acompañados solicitantes de asilo (MNSA), migrantes y refugiados. Dos movilizadores sociales llevaron a cabo actividades presenciales en los centros para promover el programa. Se identificó a un punto focal en cada centro de acogida y se le vinculó con la oficina de UNICEF en Italia para garantizar la comunicación entre

todas las partes que trabajan directamente con esta población de adolescentes y jóvenes y la campaña iOPS!

Se mejoró la comunicación con el personal de los centros de acogida mediante la creación de una sección específica en la plataforma U-Report, en la que podían recibir noticias y hacer sugerencias para mejorar iOPS! y contribuir a encuestas ad hoc.



## Principales resultados

- La primera fase de la campaña iOPS! llegó a 1,17 millones de jóvenes con opiniones, mensajes y propuestas para abordar la discriminación racial, con una tasa de participación de unos 180.000 jóvenes usuarios. La segunda fase llegó a 1,09 millones de jóvenes con opiniones, mensajes y propuestas para abordar la discriminación por causa de la raza, el género y/o la orientación sexual por parte de jóvenes que participaron en las actividades de la campaña, con una tasa de participación de 60.000.
- Más de 200 estudiantes de secundaria y nueve profesores recibieron formación a través de la aplicación web AI sobre el reconocimiento de los prejuicios inconscientes y las narrativas de discriminación, y 170 estudiantes participaron en la organización de dos exposiciones sobre el tema.
- Cuarenta y cuatro jóvenes, 16 de ellos de origen inmigrante, recibieron formación y apoyo a lo largo de las dos fases de la campaña para utilizar sus habilidades creativas, junto con diversos canales de comunicación para sensibilizar sobre los prejuicios inconscientes y las narrativas de discriminación. Esta formación fue posible gracias a la colaboración de nueve organizaciones de la sociedad civil, cuatro entidades del sector privado y nueve influencers en las redes sociales.

**200**  
ESTUDIANTES DE  
ESCUELA SUPERIOR

capacitados a través  
de la aplicación web

**170**  
ESTUDIANTES

involucrados en la  
organización de  
dos exposiciones

**1.09 millones**  
DE JÓVENES

alcanzados en la segunda fase



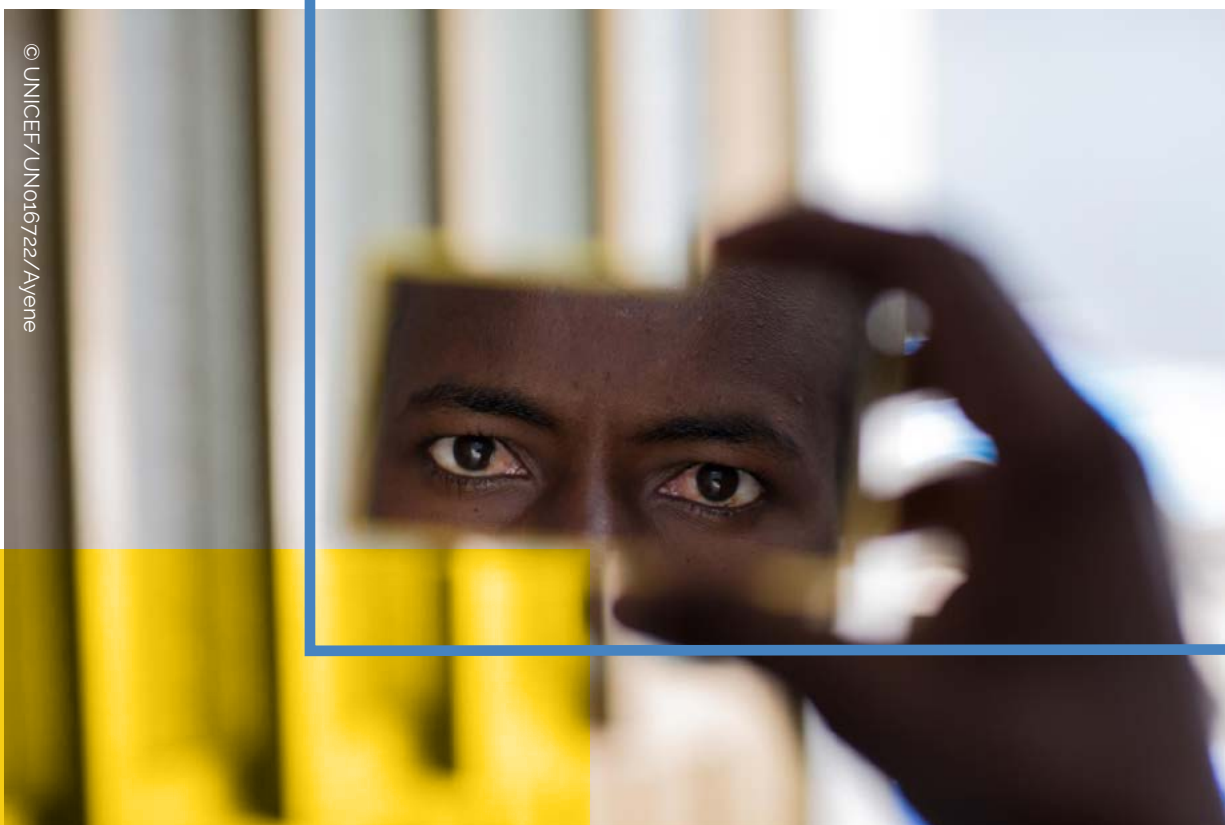
## Lecciones aprendidas y recomendaciones

- 1 La disponibilidad de datos desglosados por edad en la literatura es esencial tanto para establecer como para monitorear evidencia de comportamiento centrada en jóvenes.** Cuando se planificó la campaña iOPS!, la mayoría de las investigaciones sobre las actitudes de italianos hacia inmigrantes y refugiados no contaban con datos desglosados por edad para recoger las actitudes de niñas, niños y jóvenes. Para superar este problema, la Oficina Nacional de UNICEF ECARO en Italia comisionó un análisis de sentimiento sobre el tema en las redes sociales y lanzó una encuesta a través de la plataforma U-Report on the Move dirigida específicamente a jóvenes de origen inmigrante o refugiado. La Oficina Nacional de UNICEF ECARO en Italia llevará a cabo un estudio más exhaustivo sobre las actitudes de jóvenes hacia migrantes y refugiados, aprovechando las herramientas y la red construidas a través de las fases anteriores de la campaña.
- 2 Considera siempre la necesidad de formar y orientar a socios potenciales.** La campaña iOPS! se llevó a cabo en colaboración con varias empresas italianas del sector privado, agencias de comunicación e instituciones de enseñanza. Algunos de estos socios carecían de formación previa sobre diversidad e inclusión, por lo que el equipo de UNICEF tuvo que impartir una formación intensiva para garantizar la ejecución adecuada de las actividades de la campaña. La selección de socios debe tener en cuenta los conocimientos y la experiencia previos en materia de diversidad e inclusión, e incluir actividades para abordar cualquier vacío de conocimientos.
- 3 Elegir testimonios adecuados dando prioridad a la calidad de los mensajes y a la marca del influencer.** Debido a que el público objetivo clave de la campaña iOPS! eran adolescentes y jóvenes, la colaboración con influencers en las redes sociales italianas se consideró esencial para garantizar el máximo alcance de la campaña. El análisis de sentimientos reveló que los usuarios adolescentes y jóvenes de Instagram dan mucha importancia a los mensajes de cualquier contenido de Instagram, así como a la identidad y la marca de su autor. Esta predisposición de jóvenes a los mensajes y a la marca sugiere que la selección del influencer debería basarse en un historial previo de contenido publicado, en lugar de sólo en el número de seguidores.
- 4 Las iniciativas en línea deben integrarse con actividades presenciales para maximizar el compromiso, especialmente cuando se trabaja con menores no acompañados solicitantes de asilo (MNSA) y jóvenes de distintos lugares y procedencias.** La plataforma U-Report On-the-Move está dirigida específicamente a niñas y niños no acompañados y separados, adolescentes, jóvenes migrantes y refugiados que viven en Italia. Esta plataforma permite al equipo de la Oficina Nacional de UNICEF ECARO en Italia involucrar a distancia al grupo objetivo, recabar opiniones sobre diferentes temas y promover las iniciativas iOPS! Este compromiso debe acompañarse de iniciativas presenciales para maximizar el compromiso. Los dos movilizados sociales que visitaron en persona los centros de acogida fueron clave para relacionarse directamente con el personal y los visitantes de los centros y promover las actividades de la campaña.
- 5 El compromiso del grupo destinatario debe cultivarse y mantenerse a lo largo del tiempo para evitar abandonos.** Los y las MNSA y jóvenes migrantes y refugiados que participan en las actividades de la campaña iOPS! viven en distintas zonas de Italia, lo que aumenta el riesgo de desvinculación de las actividades a lo largo del programa. Es necesario garantizar la integración consistente de las actividades de creación de equipos y la comunicación regular con participantes.
- 6 La inclusión de jóvenes nativos como cofacilitadores de las actividades es una clave para el éxito.** Las y los adolescentes italianos que actuaron como cofacilitadores de las actividades de iOPS! ayudaron a mejorar las conexiones con adolescentes y jóvenes migrantes y refugiados. Compartir experiencias e ideas ayudó a cambiar la mentalidad, tanto de las y los italianos como de quienes recién llegaron a Italia, sobre el lugar de origen de las y los MNSA, migrantes y refugiados en Italia.



## Notas finales

- 1 UNICEF Europa y Asia Central, 'Respuesta de emergencia de UNICEF en Italia: Italia apoyando a las familias y niños refugiados e inmigrantes', <[www.unicef.org/eca/unicef-emergency-response-italy](http://www.unicef.org/eca/unicef-emergency-response-italy)>.
- 2 U-Report on the Move es una comunidad digital de UNICEF que permite a los jóvenes migrantes y refugiados expresarse sobre cuestiones que les importan, responder a encuestas, participar en concursos y tomar parte en eventos locales, nacionales e internacionales. Para inscribirse, envían un mensaje por Facebook Messenger, Telegram o WhatsApp.
- 3 ANSA, 'UNICEF: Eight out of ten migrants in Italy victims of prejudice', 23 de junio de 2021, <[www.infomigrants.net/fr/post/33150/unicef-eight-out-of-ten-migrants-in-italy-victims-of-prejudice](http://www.infomigrants.net/fr/post/33150/unicef-eight-out-of-ten-migrants-in-italy-victims-of-prejudice)>.
- 4 Para más información, consulta: <https://www.unicef.it/minori-migranti-rifugiati/inclusione-partecipazione/campagna-ops/>.



## UNICEF Níger ayuda a reforzar la participación comunitaria mediante el enfoque *Niyya Da Alkawali*

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**

De marzo de 2021 a diciembre de 2022



**Duración**  
22 meses



**Presupuesto**  
USD\$1,744.797

*Niyya Da Alkawali* (también llamado INDA) es un enfoque participativo comunitario integrado que se basa en 16 normas de participación comunitaria de calidad. Este enfoque se utilizó en cuatro regiones de Níger para mejorar la capacidad de las comunidades para desarrollar planes de acción para mejorar la calidad y la sostenibilidad de los esfuerzos de participación comunitaria. El objetivo general de la aplicación de INDA era mejorar la resiliencia de los hogares y las comunidades. Se formó a unos 2.228 miembros de la comunidad en el uso de las herramientas INDA para desarrollar planes de acción comunitarios participativos. Se

elaboraron y aplicaron casi 300 planes de acción comunitarios multisectoriales en las aldeas. Las aldeas apoyadas por INDA pudieron demostrar su capacidad para gestionar proyectos, lo que les permitió organizar actividades como la lucha contra el encenagamiento mediante fumigación en aldeas de la comuna de Mainé Soroa y la construcción de aulas en la aldea de Guidan Oumarou, en la comuna de Kornaka. Se organizaron varias sesiones de sensibilización para promover la cohesión social y la coexistencia pacífica en los pueblos de Baderi, Kateillari y Soukoudou, en la comuna de Mainé Soroa.

Níger tiene una de las poblaciones más jóvenes y de más rápido crecimiento del mundo y se ve afectado por emergencias crónicas, recurrentes y repentinas, que se ven agravadas por vulnerabilidades multidimensionales, crisis climáticas y desplazamientos de la población. En 2010, el Gobierno de Níger dio prioridad al autogobierno local para apoyar la prestación de servicios básicos de calidad, fomentar la cohesión social y promover el desarrollo socioeconómico. La descentralización como principio organizativo se incluyó en la constitución del país. Sin embargo, muchas autoridades locales no disponían de los recursos financieros, los recursos humanos o la capacidad de gestión necesarios para llevar a cabo adecuadamente las actividades de desarrollo (por ejemplo, proyectos de agua, saneamiento e higiene, nutrición o educación; servicios de salud). Por ello, a menudo los pueblos y las regiones no pueden garantizar la prestación de servicios públicos eficientes y eficaces, lo que provoca la desconfianza de las y los ciudadanos hacia representantes locales.





## Enfoque estratégico

UNICEF Níger se ha centrado en el desarrollo de la capacidad de las autoridades locales en torno a los esfuerzos de descentralización y los enfoques integrados basados en la comunidad. INDA se aplicó en 13 municipios de cuatro regiones (Tahoua, Zinder, Diffa y Maradi), y fue facilitada por 52 ONG nacionales bajo la dirección de las autoridades administrativas y municipales locales. Este enfoque se utilizó para crear redes de grupos comunitarios dentro de un pueblo. Los portavoces de los grupos comunitarios se reunieron para formar un *Wakilan Gari* ("comité del pueblo"), que sirvió como puerta de entrada para todas las acciones de desarrollo y emergencia del pueblo. Miembros del *Wakilan Gari* actuaban como voluntarios.

Cada municipio colaboró con una ONG local en la implementación de talleres para capacitar a 2.228 miembros de *Wakilan Gari* para que sean líderes en la dirección del ciclo de desarrollo de los proyectos locales, y para que transmitan sus conocimientos y experiencia a voluntarios de sus pueblos. También se ha formado a quince líderes tradicionales para que acompañen el despliegue de INDA. Dos mil ciento cuarenta y ocho jóvenes que forman parte del *Wakilan Gari* también recibieron formación sobre enfoques de participación comunitaria. UNICEF Níger apoyó el desarrollo de módulos y materiales de formación para la iniciativa Niyya Da Alkawali (por ejemplo, herramientas para la planificación participativa).

Sesenta y cinco miembros del personal de 52 ONG locales han recibido capacitación en enfoques participativos comunitarios. La guía de formación de INDA utilizada por facilitadores para crear capacidad de gestión y mantenimiento de las intervenciones comunitarias se adaptó al contexto de Níger, por ejemplo, incluyendo proverbios locales para ayudar a explicar las normas de participación comunitaria. Las ONG han organizado viajes de campo de supervisión

para apoyar a las comunidades.

Los miembros de *Wakilan Gari* realizaron diagnósticos comunitarios, planificación participativa inclusiva y apoyaron el ciclo de desarrollo local del proyecto comunitario. Las intervenciones comunitarias se adaptaron para satisfacer las necesidades de las comunidades de las zonas conflictivas propensas a los ataques (por ejemplo, Diffa).

En diciembre de 2022, se elaboró un módulo de formación en línea que contenía los pasos para aplicar el enfoque comunitario integrado y las normas fundamentales para una participación comunitaria de calidad para miembros de los comités de aldea y las plataformas de participación comunitaria, en seis idiomas (francés, hausa, kanouri, tamashek, peul y toubou), y se difundió mediante la tecnología de Respuesta de Voz Interactiva (RVI).





## Principales resultados

- Desde 2021, el programa de fortalecimiento de la participación comunitaria Niyya Da Alkawali se ha llevado a cabo mediante una asociación con 13 ONG seleccionadas (asesoradas por una ONG nacional) y 13 acuerdos tripartitos firmados entre ONG y municipios. Las asociaciones han llevado a la creación y formación de 942 plataformas de aldea y 948 comités de aldea (*Wakilan gari*).
- Los 948 comités de aldea han elaborado planes de acción. Los planes de acción que se han llevado a cabo incluyen la fumigación para combatir el encenagamiento en varios pueblos de la comuna de Mainé Soroa (Doumawa, Konkondou, N'gabidare, Chankol, Bacha, Baderi y Katiellari), y la construcción de aulas en el pueblo de Guidan Oumarou (comuna de Kornaka). Se organizaron varias sesiones de sensibilización para promover la cohesión social y la coexistencia pacífica, en los pueblos de Baderi, Kateillari y Soukoudou, en la comuna de Mainé Soroa.
- Las ONG llevaron a cabo 42 misiones de supervisión de las ONG locales y los comités de los pueblos para apoyar a los

grupos comunitarios básicos a fin de que coordinaran y llevaran a cabo las actividades. Este enfoque ayudó a los municipios a beneficiarse de un programa participativo significativo, y a establecer una verdadera apropiación de las responsabilidades de construcción de la comunidad que se les habían asignado a través de la reforma de descentralización de Níger.

**948** COMITÉS DE ALDEA

han desarrollado planes locales

Se llevaron a cabo

**42** VIAJES DE SEGUIMIENTO

de las ONG locales y los comités de las aldeas

**65** MIEMBROS DEL PERSONAL

de

**52** ONGS LOCALES

han recibido capacitación en enfoques participativos comunitarios.





# Lecciones aprendidas

- 1 Es esencial dar voz a los vulnerables:** INDA contribuyó a aumentar la resiliencia aprovechando los recursos humanos y sociales y las estructuras comunitarias. La aplicación de normas y estándares para la participación comunitaria hizo que se oyera la voz de los más vulnerables. La legitimidad, representatividad y eficacia del liderazgo comunitario dieron resultados en esta primera fase del proyecto piloto Niyya Da Alkawali. INDA/ACPi ha permitido que las comunidades tomen conciencia de la importancia del análisis colectivo de sus propias situaciones y de su capacidad para resolver muchos de sus problemas mediante la puesta en marcha de iniciativas endógenas.
- 2 Elevar la autoestima de la comunidad es fundamental para el éxito:** Este enfoque fomentó la autoestima y la confianza para que las comunidades adquirieran el dominio de sus propias vidas. Los diálogos, el coaching y el apoyo entre iguales han dotado a las comunidades locales de mayores capacidades para diagnosticar y priorizar sus problemas, y para planificar el cambio.
- 3 La adaptación de las normas básicas a las culturas locales motiva la apropiación:** La adaptación de las normas básicas para la participación comunitaria de calidad a las culturas locales (por ejemplo, utilizando proverbios locales) facilitó la apropiación por parte de la comunidad.
- 4 El compromiso de los dirigentes es fundamental:** El compromiso de alcaldes de los 13 municipios seleccionados, que reconocieron el valor añadido del enfoque, permitió una planificación ascendente y una mejor representación de los pueblos.
- 5 La coordinación y el intercambio de información permiten una ejecución más eficaz:** El establecimiento de un sistema a nivel regional para coordinar e intercambiar información con las ONG ejecutoras y actores de desarrollo y emergencia, fue esencial para llevar a cabo las actividades.
- 6 Mejora de la integración de las actividades comunitarias:** La mejora de la integración de los Sistemas Comunitarios de Alerta Temprana y Respuesta a Emergencias, los comités de seguridad alimentaria, los comités de nutrición, los comités de educación y los comités de protección infantil en la lista de miembros de los comités de aldea permitió responder mejor a los intereses de la comunidad de forma holística, mediante la programación intersectorial y los vínculos con los sistemas, los programas y las políticas nacionales y el gobierno.

© UNICEF/UN07374/Tremeau





# Recomendaciones

- 1** Apoyar el desarrollo del programa nacional de refuerzo de la participación comunitaria y ciudadana (PRCC) por parte del Ministerio de Ordenación del Territorio y Desarrollo Comunitario.
- 2** Integrar el modelo comunitario Niya Da Alkawali (incluidos los planes de desarrollo comunales) en el esquema de descentralización (sistemas, programas y gobernanza) a nivel nacional, regional y local.
- 3** Establecer un marco institucional y plataformas de coordinación a nivel nacional, regional y comunal de la PRCC.
- 4** Crear una asociación con la Asociación Nacional de Líderes Religiosos y Tradicionales para apoyar la difusión coordinada de un movimiento social para la transformación de las normas sociales y de género.
- 5** Reforzar los sistemas comunitarios y la aplicación de políticas públicas que favorezcan el compromiso comunitario a través de la Agencia Nacional de Voluntarios para el Desarrollo (ANVD) de Níger.
- 6** Organizar reuniones comunitarias cuatripartitas entre los distintos agentes implicados en la aplicación de la INDA (por ejemplo, Wakilan Gari, ONG, agentes y relevos sanitarios de la comunidad y representantes de los servicios técnicos a nivel local) para supervisar el progreso del plan de acción.
- 7** Desarrollar la capacidad de los comités de las aldeas para mejorar sus técnicas de comunicación y establecer un marco inclusivo de rendición de cuentas en las reuniones organizadas por los municipios para recoger quejas y proporcionar información y aprovechar las lecciones aprendidas.



© UNICEF/UNI329721/Haro

## UNICEF Líbano aborda el estigma de la discapacidad

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**  
2019 - en curso



**Duración**  
3,5 años



**Presupuesto**  
USD\$2,5 Millones

En 2021, la oficina de UNICEF Líbano apoyó un nuevo enfoque de inclusión de la discapacidad que invitaba a las organizaciones especializadas en discapacidad a crear redes con escuelas formales públicas y privadas y organizaciones de educación no formal. El enfoque garantizaba que niñas y niños con discapacidades moderadas se integraran parcial o totalmente en el aprendizaje inclusivo, al tiempo que seguían recibiendo servicios de rehabilitación en organizaciones especializadas en discapacidades. Como efecto inmediato de la estrategia, en enero de 2022 al menos 53 de las y los 486 Niñas y Niños con Discapacidad (NCD) de grave a moderada estaban plenamente integrados en la educación inclusiva formal y no formal. Se llegó a unas 250.000 personas con mensajes sobre la inclusión mediante actividades de Cambio

Social y de Comportamiento (CSC) apoyadas por UNICEF Líbano y ejecutadas por organizaciones aliadas. En 2017, el 75 por ciento de encuestados en Líbano pensaba que las niñas y los niños con discapacidad intelectual no debían integrarse en la sociedad (el 25 por ciento en el caso de las discapacidades físicas). Por lo tanto, se consideró que el cambio de comportamientos y actitudes era un paso necesario para crear un entorno propicio para las personas con discapacidad. En 2018, UNICEF desarrolló una estrategia de Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento (CCSC) que se basa en el Modelo Socioecológico (SEM, por sus siglas en inglés) y que dota a actores clave con herramientas esenciales para promover actitudes y comportamientos positivos sobre la inclusión.



Todas las asociaciones educativas que prestan servicios a niñas y niños con discapacidad han incorporado un componente de CSC. Desde 2019, las asociaciones educativas han estado desarrollando y poniendo en marcha planes de CSC, lo que ha llevado a la transformación de la estrategia mediante la integración de un marco conceptual. En 2022, se llevaron a cabo más de 100 iniciativas de CSC en todo el país, en colaboración con 132 entidades locales, en las que participaron más de 9.000 personas. Las iniciativas de CSC han sido de naturaleza diversa y abordan todos los niveles del SEM,

involucrando a niñas y niños con discapacidad, a sus madres, padres y pares, a los proveedores de servicios, a las comunidades, a las autoridades locales, entre otros. Una evaluación cuantitativa antes y después de las iniciativas ha mostrado un aumento de las actitudes positivas hacia la inclusión en niñas y niños sin discapacidad y en los cuidadores de niñas y niños con y sin discapacidad. Las herramientas cualitativas de evaluación también han reportado cambios en los conocimientos, actitudes y comportamientos.



## Contexto

UNICEF cree en el derecho de niñas y niños con discapacidad a ser incluidos en la sociedad y en una educación inclusiva de calidad. La oficina de UNICEF Líbano se comprometió en su Documento de Programa de País a integrar las necesidades de niñas, niños y jóvenes con discapacidad en todos los resultados del programa. El objetivo principal era garantizar que se abordaran las barreras a la inclusión de niñas, niños y jóvenes con discapacidad en la sociedad y que tuvieran un acceso equitativo a los servicios y necesidades básicas. En 2017, UNICEF Líbano se asoció con cinco organizaciones especializadas en discapacidad que prestan servicios de rehabilitación, educación especial y participación de madres y padres a 400 niñas y niños refugiados con discapacidades de moderadas a graves. En el caso de niñas y niños con discapacidades más leves, se trabajó con socios de educación no formal para garantizar su inclusión en la educación no formal, y con el Ministerio de Educación y Enseñanza Superior (MEES) para aumentar la accesibilidad en las escuelas públicas a través de las escuelas piloto inclusivas del MEES.<sup>1</sup> En 2021, UNICEF cambió su enfoque de inclusión de la discapacidad con organizaciones especializadas en discapacidad, aplicando modalidades más inclusivas. El objetivo de la nueva estrategia es mejorar el

acceso de niñas y niños con discapacidad moderada al aprendizaje inclusivo. A lo largo de todo el proceso, se consideró que el cambio fundamental de comportamientos y actitudes era un paso necesario para crear un entorno propicio para las personas con discapacidad. Por ello, todas las asociaciones sobre inclusión de la discapacidad tenían un componente de CSC.



© UNICEF2023/Fouad-Choufany/Lebanon



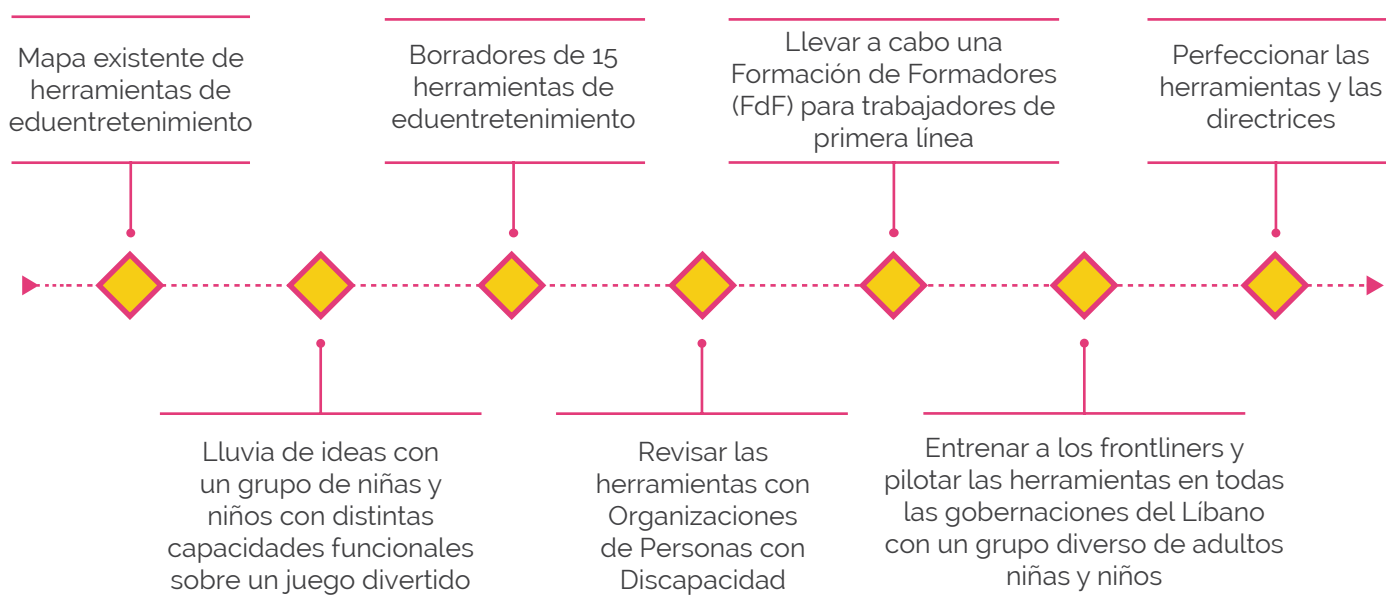
## Enfoque estratégico

**Participación comunitaria:** En 2022, se capacitó a los socios en el currículo de Participación Comunitaria (PC) y se les apoyó para desarrollar planes comunitarios. Los socios después involucraron a miembros de la comunidad para identificar los problemas y utilizar los recursos disponibles para planificar y aplicar soluciones sobre la inclusión de la discapacidad. Algunos ejemplos de iniciativas llevadas a cabo son el desarrollo de un jardín inclusivo y la construcción de un camino hacia una de las playas públicas más grandes de Líbano. Los socios suelen empezar con la PC y utilizan los planes comunitarios como hoja de ruta para diseñar y poner en práctica la capacitación, la movilización social y el eduentretenimiento. Varios de los problemas identificados por los miembros de la comunidad que se ponen de relieve en el compromiso comunitario incluyen la falta de capacidad de las instituciones locales para incluir a niñas y niños con discapacidad, lo que limita su inclusión social. Por lo tanto, empleando un enfoque ascendente, los socios proporcionan ese desarrollo de capacidades a las instituciones locales, como centros de desarrollo social, centros recreativos, clubes deportivos y de verano, clubes de teatro, scouts, etc., para que puedan ser inclusivos en sus servicios. Los socios remiten a niñas y niños con discapacidad

a estos servicios y proporcionan formación a los proveedores de servicios. El resultado es una inclusión social positiva y continua a largo plazo.

**Movilización social:** Hacer que la inclusión sea asunto de todas y todos es clave para el CSC. Por ello, los socios llevan a cabo distintas iniciativas de movilización social, como reunir a la gente para realizar un desfile callejero, organizar un concurso interuniversitario sobre el mejor vídeo para la inclusión y formar a voluntarios de la comunidad y de las universidades para que complementen actividades basadas en la comunidad.

**Eduentretenimiento:** Para alejarse de las sesiones de sensibilización de estilo tradicional, se utilizan formatos de eduentretenimiento para involucrar a la comunidad en actividades inclusivas creativas y divertidas, aumentando la sensibilización y las interacciones inclusivas de forma gradual, natural y sutil. Este tipo de actividades son escasas, de ahí que UNICEF haya desarrollado 15 herramientas de eduentretenimiento para que las utilicen los trabajadores de primera línea. Se está finalizando una guía y el proceso participativo fue el siguiente:





## Principales resultados<sup>2</sup>

Una evaluación cuantitativa antes y después de las iniciativas de CSC ha demostrado un aumento de las actitudes positivas hacia la inclusión en niñas y niños sin discapacidad y en los cuidadores de niñas y niños con y sin discapacidad. Esto se ha convertido en una herramienta de monitoreo estándar en forma de encuesta antes-después en KOBO que todos los socios utilizan en cada actividad que realizan. Estos datos se introducen directamente en dos indicadores de actitud del plan de monitoreo del PTR. Se han desarrollado dieciséis herramientas innovadoras de eduentretenimiento inclusivo que los socios de primera línea pueden utilizar para promover actitudes positivas hacia la inclusión de la discapacidad. Se ha puesto a prueba la herramienta de monitoreo y evaluación del cambio más significativo, que capta los cambios importantes en conocimientos, actitudes y prácticas. El tercer nivel de selección es el comunitario, en el que, sólo al final del programa, todas las historias elegidas en el segundo nivel vuelven a la comunidad para que ésta seleccione la que considere más significativa.



© UNICEF 2023 / Fouad-Choufany / Lebanon

Se llegó a

# 250,000

personas con mensajes sobre la inclusión

“ Por fin vi a mi hijo feliz porque esta actividad le dio una oportunidad en la vida en la que se sintió valioso y que tiene un papel importante que desempeñar.

*-Madre libanesa de Beddawi*

“ Las sesiones y la orientación que recibimos me dieron mucho valor para poner fin al acoso. ”

*-Mujer palestina de 44 años que vive en Saida*



## Lecciones aprendidas

- 1** No todos los socios están preparados para hacer CSC para la inclusión de la discapacidad. Éstos tienen que mostrar compromiso e interés para después ser capacitados.
- 2** Se necesitan recursos y orientación disponibles. El plan de estudios y la formación en Participación Comunitaria fueron muy útiles, ya que unificaron la comprensión del proceso de PC. La plantilla unificada también fue muy útil.
- 3** Se necesitaban directrices de intervención clave unificadas, que ofrecieran a los socios opciones para las actividades de CSC. Sin embargo, hay que dejar espacio para que los socios innoven y realicen pruebas piloto.
- 4** El ensayo y error a pequeña escala está bien.



## Recomendaciones

- 1** Seguir aplicando y reforzando el CSC para la inclusión de la discapacidad.
- 2** Garantizar que la red de socios especializados en discapacidad sigue proporcionando un trabajo eficiente y eficaz con las escuelas formales y las organizaciones de educación no formal, y con toda la comunidad, para integrar a niñas y niños con discapacidades moderadas en la educación inclusiva.
- 3** Incorporar un componente de CSC para que las organizaciones asociadas complementen los servicios especiales y creen un entorno propicio para la inclusión de niñas y niños con discapacidad en las comunidades.
- 4** Abordar específicamente las barreras y necesidades de las niñas con discapacidad, que son más vulnerables a la violencia y al matrimonio infantil.

## Notas finales

- 1** Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF Líbano: Specialized Disability Organizations, UNICEF Líbano, <[www.unicef.org/lebanon/media/8486/file](http://www.unicef.org/lebanon/media/8486/file)>.
- 2** Ibid.

## UNICEF Palestina apoya el desarrollo de una estrategia de SBC para niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**  
2019-2022



**Duración**  
2 meses para desarrollar la estrategia



**Presupuesto**  
Desconocido

Niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades en el Estado de Palestina suelen estar muy marginados y sometidos a estigma y discriminación de quienes les rodean. La oficina de UNICEF Palestina llevó a cabo un estudio de referencia sobre conocimientos, actitudes, creencias y prácticas (CAP) con métodos mixtos entre niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades, sus padres/cuidadores, miembros de la comunidad y proveedores de servicios. Los resultados del estudio se utilizaron

para diseñar una estrategia plurianual de cambio social y de comportamiento (CSC) para el Estado de Palestina. Las actividades de la estrategia pretendían promover comportamientos de desarrollo en la primera infancia, aumentar la demanda de servicios entre padres, madres y cuidadores de niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades, y proporcionarles los conocimientos y las habilidades que necesitan para hacer frente al estigma y la discriminación.



## Contexto

Un estudio sobre las personas con discapacidad en Palestina mostró que Jenin (en Cisjordania) tenía el porcentaje más alto reportado (4,1 por ciento), seguido del distrito de Hebrón, en el sur de Cisjordania (3,6 por ciento). La gobernación de Gaza, en la Franja de Gaza, informó de que el 2,3 por ciento de niñas y niños vivían con discapacidades. Al menos la mitad de las personas que vivían con discapacidad en Palestina tenían problemas de movilidad. Los servicios de salud de Gaza y Cisjordania son, en general, insuficientes para satisfacer las necesidades de la población, especialmente las de niñas y niños con discapacidad.<sup>1</sup>

Padres, madres y cuidadores palestinos de niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades se enfrentan a muchas barreras cuando buscan servicios para sus hijas e hijos. Muchas y muchos residentes de Gaza y Cisjordania están desempleados y tienen niveles de educación bajos. A menudo tienen

dificultades para transportar a sus hijas e hijos para que reciban servicios debido a la falta de recursos para obtener dispositivos de ayuda, como sillas de ruedas, o para pagar los servicios de transporte. Una vez que una madre o un padre llega a un centro con su hija o hijo, puede encontrarse con que esos servicios no están disponibles, o pueden ser demasiado caros. Muchos padres y cuidadores a menudo no saben dónde acudir para buscar información y servicios. El estigma y la discriminación hacia niñas y niños con retrasos en el desarrollo y discapacidades, y sus madres y padres, la autoestigmatización y las creencias religiosas y/o culturales que asocian las discapacidades con una falta de fe, también pueden ser motivos para no buscar ayuda o servicios.<sup>2</sup> En 2016, una evaluación de la situación y los servicios para las personas con discapacidad en Palestina concluyó que reducir el estigma y la discriminación es clave para mejorar el acceso a servicios.<sup>3</sup>



## Enfoque estratégico

El objetivo del estudio CAP era conocer cómo se percibía el estigma por parte de niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades, madres, padres y cuidadores, proveedores de servicios y miembros de la comunidad. El estudio también midió el conocimiento de las prácticas de crianza positiva entre madres, padres o cuidadores y los profesionales, y cómo se practican el conocimiento y las actitudes en el cuidado, la crianza y las interacciones cotidianas con niñas y niños con discapacidad.

El estudio consistió en (1) un estudio cuantitativo, representativo de toda la población de Gaza y de las tres gobernaciones de Hebrón, Jericó y Naplusa en Cisjordania; (2) un estudio cualitativo que incluyó discusiones en Grupos Focales (GF) y entrevistas a informadores clave (EIC) con padres, madres o cuidadores, miembros de la familia extensa, miembros de la comunidad,

líderes, proveedores de servicios y responsables políticos tanto de Gaza como de Cisjordania; y (3) actividades participativas que se llevaron a cabo con jóvenes de entre 10 y 15 años con retrasos del desarrollo y discapacidades, tanto en Gaza como en Cisjordania, y con madres, padres o cuidadores/encargados en cada región. El diseño del estudio se basó en una revisión de la literatura, incluidos informes clave sobre la situación de niñas y niños con retrasos del desarrollo y discapacidades en Palestina. Se utilizaron tres conceptos clave de la Teoría del Comportamiento Planificado (es decir, actitudes, expectativas normativas y autoeficacia) para guiar el diseño del instrumento de encuesta cuantitativa y la investigación cualitativa. Los resultados del estudio se utilizaron para desarrollar una estrategia de CSC.<sup>4</sup>



## Principales resultados

- Las conclusiones del estudio se utilizaron para desarrollar un enfoque intersectorial e innovador del trabajo con niñas, niños, familias y proveedores, y para apoyar la política y la programación en Palestina.
- El estudio Palestina CAP recibió el premio [“Best of UNICEF Research 2021”](#) por su gran potencial de repercusión en beneficio de niñas y niños.

El estudio CAP en Palestina  
CAP recibió el premio

**‘Lo mejor de la  
investigación  
de UNICEF 2021’**

Actividades participativas  
que se llevaron a cabo con  
jóvenes de 10 a 15 años con  
retrasos en el desarrollo





## Lecciones aprendidas y recomendaciones

- 1** Al utilizar el método de investigación participativa, es importante asegurarse de que las instalaciones utilizadas para las actividades admitan multitud de perfiles de discapacidad.
- 2** Incluir en la herramienta de investigación cuantitativa una pregunta o conjunto de preguntas específicas sobre la intención conductual real de enfrentarse al estigma y la discriminación. Aunque la intención se evaluó mediante una investigación cualitativa, puede ser útil crear una categoría de pregunta de encuesta específica para medir intención.
- 3** Es importante asegurarse de que los registros utilizados para la selección de la muestra incluyan todas las comunidades posibles, especialmente las pequeñas. Algunas comunidades de Cisjordania y Gaza no estuvieron bien representadas en el estudio CAP porque no aparecían como comunidades en el marco de muestreo. Las comunidades excluidas pueden presentar resultados diferentes a los de pueblos, campos de refugiados o ciudades vecinas.
- 4** Los instrumentos de investigación eran complejos y en gran medida adecuados para madres y padres y no para niñas y niños. Aunque pueden presentarse complicaciones al hacer investigación con niñas y niños, es importante comprender su perspectiva. Las actividades participativas pudieron captar algunos aspectos de la opinión de niñas, niños y de sus madres, padres o cuidadores.
- 5** Mantener los grupos focales en un marco temporal que sea manejable. Los grupos focales del estudio CAP incorporaron preguntas para un análisis de las redes sociales. Aunque los debates sobre las redes aportaron información útil sobre las percepciones de madres, padres y cuidadores respecto a sus sistemas de apoyo, no todos los facilitadores pudieron completar dichas preguntas por falta de tiempo.



© UNICEF-SOP/2022/Anas alBaba



# Notas finales

- 1 Carlson A., Lungu C., Informe: Baseline knowledge, attitudes, beliefs and practices (KABP) study in support of a C4D strategy for early childhood development and children with developmental delays and disabilities for Palestine, UNICEF Palestina, Jerusalén, 18 de septiembre de 2019.
- 2 Ibid.
- 3 Jones N., Abu Hamad B., Kifah Odeh K., Perezniето P., Al Ghaib OA., Georgia Plank G., Presler-Marshall E., Shaheen M, *Every Child Counts: Understanding the needs and perspectives of children with disabilities in the State of Palestine*, UNICEF Palestina, Jerusalén, 2016.
- 4 El informe final de este estudio puede consultarse en [www.unicef.org/sop/media/1666/file/KAP%20REPORT%20FINAL.pdf](http://www.unicef.org/sop/media/1666/file/KAP%20REPORT%20FINAL.pdf).



## UNICEF Omán elabora una estrategia de cambio social y de comportamiento para abordar la violencia, el desarrollo de la primera infancia y la inclusión de niñas y niños con discapacidad

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**  
2020 a 2021



**Duración**  
18 meses



**Presupuesto**  
Desconocido

UNICEF Omán, en colaboración con los Ministerios de Educación, Salud y Desarrollo Social del Sultanato de Omán, apoyó la investigación formativa para informar el desarrollo de una Estrategia de Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento (CCSC) para tres áreas programáticas: Desarrollo Integrado de la Primera Infancia (DIPI), Inclusión de Niñas y Niños con Discapacidad (INND) y Violencia contra Niñas y Niños (VCNN). Se llevó a cabo una exhaustiva revisión documental para obtener información sobre lo que ya se sabe de estas áreas en el contexto omaní. Se llevaron a cabo estudios cualitativos para identificar las

percepciones y actitudes sobre el desarrollo de la primera infancia, niñas y niños con discapacidad y la violencia contra niñas y niños, antes de elaborar la estrategia. UNICEF Omán elaboró una estrategia conjunta intersectorial de CCSC para el Gobierno de Omán y formó un Grupo de Trabajo de CSC para supervisar y llevar a cabo las actividades del plan de trabajo de la estrategia. Los indicadores de cambio social y de comportamiento se integraron en los sistemas de datos administrativos de tres ministerios gubernamentales. UNICEF Omán también apoyó el lanzamiento de campañas masivas con el Gobierno de Omán.

Los programas de desarrollo de la primera infancia son una de las formas más eficaces de sentar las bases adecuadas para que la salud y la educación de niñas y niños aumenten sus capacidades, habilidades y productividad. El desarrollo integrado de la primera infancia (DIPI) es esencial para que niñas y niños alcancen su pleno potencial. Niñas y niños que no reciben "cuidados de crianza" adecuados (por ejemplo, salud, nutrición, desarrollo temprano, oportunidades de aprendizaje, atención y protección) tienden a tener bajos resultados cognitivos, lingüísticos y psicosociales, lo que se traduce en un menor rendimiento académico en la escuela primaria. La Encuesta de Indicadores Múltiples por Conglomerados (EIMC) de Omán de 2014 mostró que sólo el 25 por ciento de niñas y niños menores de cinco años tienen tres o más libros infantiles. El porcentaje de niñas y niños de 36 a 59 meses que se encuentran en un desarrollo adecuado en al menos tres de los cuatro dominios (lectoescritura-numeración, físico, socioemocional y aprendizaje) es del 68 por ciento.<sup>1</sup> Aunque los servicios de educación de la primera infancia en Omán se han ampliado rápidamente en los últimos años, la participación en programas de desarrollo de la primera infancia, sobre todo en guarderías y centros de día, sigue siendo relativamente baja, a pesar del fuerte compromiso público y el reconocimiento generalizado de la importancia de un buen comienzo en la vida para el desarrollo social y económico. Los servicios de desarrollo de la primera infancia, como jardines de infancia y guarderías, se prestan sobre todo a través del

sector privado y suelen ser limitados en las zonas remotas. En el curso escolar 2017/18, la tasa de matriculación en la enseñanza preescolar para niñas y niños de 3 a 5 años fue del 50 por ciento.<sup>2</sup>

La inclusión de niñas y niños con discapacidad en los centros preescolares es limitada.<sup>3</sup> Según un estudio de investigación formativa realizado en 2019 sobre las percepciones en torno a la inclusión, padres y madres de niñas y niños con discapacidad reportaron preocupación por el bienestar de sus hijas e hijos en la escuela, dado el estigma y la discriminación a los que podrían enfrentarse. Los padres y madres de niñas y niños sin discapacidad y niñas y niños expresaron sus reservas sobre los beneficios de la inclusión y describieron su interacción con niñas y niños con discapacidad como por lástima o incomodidad, y algunos llegaron a decir que los NND "no son normales". Algunos padres se negaron a que sus hijas e hijos asistieran a clases inclusivas con NND.<sup>4</sup>

La Ley del/ de la Menor de 2014 prohíbe la violencia contra niñas y niños en todos los entornos, incluidas las escuelas. Sin embargo, una proporción significativa de niñas, niños y jóvenes están expuestos a la violencia en las escuelas, las comunidades y las familias. La disponibilidad limitada de datos recientes sobre prevalencia dificulta una comprensión más completa de las múltiples dimensiones y el alcance de este problema.





## Enfoque estratégico

UNICEF Omán colaboró con el Grupo de Gestión de Programas (GGP) y el Grupo de Trabajo de Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento (CCSC), formado por funcionarios de los ministerios de información, educación, salud, desarrollo social, así como del Centro Nacional de Estadística e Información, en el desarrollo de una estrategia para abordar el desarrollo de niñas y niños en la primera infancia, la inclusión de NND y la violencia contra niñas y niños (VCNN). Se llevó a cabo un estudio de investigación formativa para informar y orientar el diseño y la ejecución de la estrategia, comenzando con una exhaustiva revisión documental para proporcionar información sobre lo que ya se sabe acerca de estas áreas en el contexto omaní. La revisión puso de manifiesto áreas adicionales en las que faltaba información, y dichos vacíos también informaron y guiaron la investigación y el desarrollo de un protocolo de investigación de estudio cualitativo que se centró en:

1. Obtener una comprensión más profunda de los conocimientos y prácticas relacionados con el desarrollo de la primera infancia y la educación de la primera infancia, la inclusión de NNCD y la VCNN, e identificar los mitos y creencias culturales que influyen en los comportamientos de las y los cuidadores.
2. Identificar las prácticas comunes asociadas al desarrollo, la crianza y el cuidado de niñas y niños en los primeros años y explorar las razones de las bajas tasas de lactancia materna exclusiva y de inicio temprano de la alimentación complementaria, así como los factores que contribuyen a la resistencia a la lactancia materna exclusiva.
3. Explorar las percepciones de la comunidad sobre el DPI y obtener una mejor comprensión de las percepciones sobre la escolarización temprana.

4. Explorar los retos infraestructurales, sociales y culturales para la inclusión de niñas y niños con discapacidad.

Explorar los conocimientos y actitudes sobre medidas disciplinarias positivas, identificar posibles puntos de entrada y plataformas para poner en marcha un programa de crianza positiva, y explorar fuentes creíbles de información sobre desarrollo infantil temprano, inclusión y disciplina positiva.<sup>5</sup>

Se elaboró un documento de estrategia basado en los resultados de la investigación formativa. Los objetivos generales de comunicación de la estrategia eran:

1. Contribuir a la ampliación y fortalecimiento de las intervenciones de desarrollo infantil temprano y de crianza positiva de Omán.
2. Contribuir a la aceptación, ampliación y fortalecimiento de la inclusión de niñas y niños con discapacidad en el sistema educativo.
3. Contribuir a mejorar la concientización de padres, madres/cuidadores, profesores, comunidades y a fomentar un entorno que



© UNICEF/Al Farsi

elimine y ponga fin a la violencia contra los niñas y niños en los hogares y las escuelas.

Se planificaron actividades a tres niveles: político, de prestación de servicios e interpersonal. A nivel político, se planificaron actividades de abogacía y de compromiso de alto nivel con altos funcionarios, responsables de la toma de decisiones y medios de comunicación. A nivel de prestación de servicios, las actividades tenían como objetivo mejorar la capacidad de los proveedores de servicios de salud y los educadores en materia de desarrollo infantil temprano, comunicación interpersonal (CIP), nutrición, y estimulación temprana. Se planificó una amplia gama de actividades a nivel interpersonal, entre ellas:

- Una campaña nacional de comunicación sobre desarrollo infantil temprano dirigida a

cuidadores de niñas y niños de 0 a 8 años, la VCNN, y la inclusión de NNCD dirigida a cuidadores de 0 a 18 años y a influencers.

- Actividades de movilización social en zonas prioritarias mediante la identificación y capacitación de socios locales y ONG.
- Actividades de sensibilización en centros preescolares y escolares.
- Celebración de los días internacionales en relación con el desarrollo infantil temprano, la VCNN y NNCD.
- Involucrar a las instituciones religiosas en la promoción del desarrollo infantil temprano, la nutrición y la educación preescolar.
- Investigación, seguimiento y evaluación.
- Gestión y coordinación.





## Principales resultados

- UNICEF Omán elaboró una estrategia conjunta intersectorial de CSC para el Gobierno de Omán.
- UNICEF Omán formó un Grupo de Trabajo de CSC para supervisar y llevar a cabo las actividades del plan de trabajo de la estrategia.
- Los indicadores sociales y de cambio de comportamiento se integraron en los sistemas de datos administrativos de tres ministerios.
- UNICEF Omán elaboró un programa de formación de formadores sobre cómo asesorar a cuidadores en materia de desarrollo infantil temprano y nutrición, y desarrolló guías de trabajo y herramientas digitales para los proveedores de servicios de salud.
- UNICEF Omán apoyó el lanzamiento de una campaña masiva (nuestros hijos y nuestras hijas, nuestra prioridad) con el Gobierno de Omán, que incluía vídeos sobre la crianza positiva y la creación de entornos seguros para niñas y niños.
- Se desarrollaron y/o actualizaron protocolos de nutrición y prácticas de alimentación infantil.
- Se actualizaron los manuales para tratar los casos denunciados de violencia, acoso escolar y ciberacoso.
- Se llevó a cabo una labor de abogacía para garantizar la apertura de más centros preescolares inclusivos y asegurar una educación preescolar de calidad.
- Se aplicaron leyes en torno a la disciplina positiva.
- Se impartió formación al personal de los medios de comunicación para destacar la importancia del desarrollo infantil temprano y de la disciplina positiva para el futuro de los niñas y niños omaníes.
- Se llevaron a cabo sesiones de desarrollo de capacidades para formar a los puntos focales de Salud, Educación y Desarrollo Social a nivel ministerial en la comunicación con los medios de comunicación sobre el desarrollo infantil temprano, la VCNN y la inclusión.

### INDICADORES SBC

integrados en los sistemas de datos administrativos de tres ministerios gubernamentales

Lanzamiento de una campaña masiva que incluía vídeos sobre la crianza positiva y la creación de entornos seguros para los niños

Se aplicaron leyes en torno a la disciplina positiva



## Lecciones aprendidas

- 1 Un reto clave fue conseguir que el Grupo Operativo de CSC pusiera en marcha las actividades de la estrategia. Es necesario crear una estructura de gobierno de mayor nivel para reforzar el mecanismo de implementación.



## Recomendaciones

- 1 Generar más datos que sirvan de evidencia para mejorar la estrategia.
- 2 Abogar por que diversos sectores ministeriales incluyan más indicadores sociales en sus sistemas de datos administrativos.
- 3 Añadir componentes de participación y movilización de la comunidad para completar la estrategia (faltaba en la estrategia inicial).

## Notas finales

- 1 M&D Consulting, *Oman Social and Behaviour Change Communication Strategy 2021-2024*, UNICEF Oman, 2021.
- 2 Ibid.
- 3 Ibid.
- 4 M&D Consulting, "Investigación Formativa para Apoyar el Desarrollo de un Programa C4D con el Objetivo de Mejorar las Prácticas en la IIECD, la Protección frente a la Violencia y la Inclusión de los Niños con Discapacidad", 2019.
- 5 Ibid.

## UNICEF Afganistán desarrolla una nueva estrategia integrada de cambio social y de comportamientos

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**  
2022-23



**Duración**  
De agosto de 2022 a abril de 2023



**Presupuesto**  
USD\$91.000 (Sede Central)  
USD\$150.000 (Oficina País)



## Contexto

Afganistán sigue siendo uno de los países más complejos de la región del sur de Asia. Antes de agosto de 2021, las décadas de conflicto en Afganistán, combinadas con las debilidades institucionales y las normas socioculturales, crearon un contexto difícil para apoyar los derechos y la salud de niñas y niños. Después de agosto de 2021, los programas de salud y la labor humanitaria se hicieron cada vez más difíciles de ejecutar. Debido a la fuga de cerebros, la oficina de UNICEF Afganistán perdió personal. Tan sólo la sección de Cambio Social y de Comportamiento (CSC) perdió a cuatro de sus cinco miembros; además, no hubo Jefe en la oficina ni especialista en CSC hasta abril de 2022. Otras situaciones de emergencia (por ejemplo, brotes de cólera y sarampión, diarrea)

y desastres naturales (por ejemplo, terremotos e inundaciones) aumentaron la vulnerabilidad de niñas, niños y mujeres y añadieron presión a la respuesta de la oficina del país.

En agosto de 2022, UNICEF Afganistán desarrolló una estrategia integrada de Cambio Social y de Comportamiento (CSC) para el país. La oficina del país utilizó documentos y marcos de orientación sobre CSC proporcionados por la sede de UNICEF, y recibió apoyo técnico de los equipos de la Oficina Regional de UNICEF para Asia Meridional y de la sede de UNICEF. La estrategia se utilizó para desarrollar la capacidad en CSC dentro de la oficina del país y de los socios.





## Enfoque estratégico

El equipo de CSC de UNICEF Afganistán contrató a una empresa internacional a través del Acuerdo Global a Largo Plazo (LTA) para apoyar el desarrollo de la estrategia. La estrategia se elaboró en consulta con todas las secciones del programa de UNICEF y un número seleccionado de participantes de organizaciones socias clave. Representantes de cada sección de UNICEF y sus socios participaron en un taller de cinco días para definir los detalles de la estrategia y desarrollar una teoría de cambio para 2023 a 2025. El proceso de desarrollo de la estrategia comenzó con la creación de documentos de orientación intersectoriales sobre la generación de evidencia de CSC, la participación de la comunidad y la rendición de cuentas a las personas afectadas, y un conjunto de herramientas de CSC para su uso en situaciones de emergencia con módulos especiales (por ejemplo, cómo realizar evaluaciones rápidas; movilización de respuestas basadas en CSC). UNICEF Afganistán destinó parte de sus propios recursos a desplegar la estrategia mediante la capacitación en cascada a nivel subnacional; se formó en CSC y rendición de cuentas al personal de 15 organizaciones no gubernamentales (ONG) internacionales y nacionales y a afganos de diversas estructuras comunitarias (por ejemplo, trabajadores de la salud comunitarios, miembros de gestión escolar de la Shura, líderes religiosos) que trabajan con UNICEF en actividades de participación comunitaria. La estrategia se utilizó para desarrollar la capacidad de CSC de UNICEF y del personal de otros sectores (por ejemplo, WASH, nutrición), de los socios implementadores de UNICEF (ONG internacionales y nacionales) y de actores interesados de los departamentos clave de algunos ministerios.

La estrategia recién desarrollada apoyó la planificación y ejecución general del programa de CSC en Afganistán. El equipo de CSC adoptó un enfoque integrado para lograr la participación de la comunidad, responder a las emergencias



© UNICEF/UN1446338/Neikrawa

y mejorar la rendición de cuentas a las personas afectadas (AAP), y estableció mecanismos de sugerencias y comentarios en todo el país. El equipo de CSC trabajó con las secciones del programa para identificar las prioridades clave y, a continuación, desarrolló estrategias sectoriales específicas para abordar las prioridades. Las actividades de CSC han sido puestas en marcha por los socios locales y amplificadas por los miembros de la comunidad a través de diversas estructuras comunitarias, incluidos los espacios seguros donde las mujeres y las adolescentes pueden compartir sus opiniones y preocupaciones. El conjunto de herramientas de CSC para situaciones de emergencia ayudó a garantizar respuestas oportunas y adecuadas durante los recientes terremotos y brotes de cólera/diarrea y para gestionar la llegada de afganos que regresaron.

UNICEF Afganistán utilizó el enfoque de CSC para apoyar el fortalecimiento de los sistemas comunitarios, las nuevas actividades de participación comunitaria y la ampliación de las iniciativas en curso. Se invirtió en aprovechar las asociaciones con estructuras comunitarias, por ejemplo, la TAAVON (una red de líderes religiosos que pasó de 500 miembros en 2022 a unos 7.000 en 2023). Se elaboró un módulo de formación sobre los Derechos de la Niña y el Niño en el Islam para ayudar a los líderes religiosos a comprender los derechos de niñas y niños utilizando ejemplos religiosos para su familiarización. Desde entonces, los líderes religiosos han ayudado a acceder a distritos que antes eran de difícil acceso y han facilitado el compromiso con las comunidades. También se formó una asociación con QAHRAMANAN (una red juvenil de unos 5.000 miembros) para

apoyar su compromiso cívico y, al mismo tiempo, potenciar su apoyo a áreas de trabajo más amplias. Una cantidad limitada de los fondos reservados a innovadores tempranos se utilizó para reforzar los Grupos de Abuelas. Las abuelas tienen influencia en los hogares y son respetadas en todo el país. Pueden moverse libremente y están en condiciones de ayudar a las mujeres a superar las restricciones que se les imponen. Las abuelas ayudaron no sólo a influir en las prácticas recomendadas a nivel del hogar, sino también a superar los problemas de las restricciones impuestas a las mujeres y el costo de Maharam. En colaboración con las secciones del programa, el equipo de CSC contribuyó al desarrollo de las capacidades de trabajadores de la salud de la comunidad, las Shuras de gestión escolar y los consejos de desarrollo de la comunidad.



© UNICEF/UNI1453751/Naftalin



## Principales resultados

- El desarrollo y la aprobación de la estrategia integrada de CSC más los documentos del sistema integrado (generación de evidencia, participación de la comunidad y kit de herramientas de CSC en emergencias).
- Formación de socios clave sobre la estrategia. Un total de 82 participantes de UNICEF y sus socios recibieron formación sobre el enfoque integrado de CSC. Algunos de esos socios difundieron la formación a nivel subnacional, llegando a más grupos e invirtiendo en las estructuras comunitarias.
- UNICEF Afganistán movilizó recursos adicionales para desplegar la estrategia de CSC a nivel nacional y subnacional. El equipo de CSC también puso en práctica algunos de los activos desarrollados como parte de esta estrategia, por ejemplo, aplicando el conjunto de herramientas de emergencia durante los terremotos y los brotes de cólera y sarampión.

**82**

**SOCIOS FORMADOS**

en el enfoque  
integrado de Cambio Social y de  
Comportamiento

Formación en cascada a  
nivel subnacional





## Lecciones aprendidas

- 1** Diseñar una estrategia integrada de CSC para involucrar a la comunidad requiere un sólido análisis de la situación para comprender las cuestiones clave que hay que abordar.
- 2** Involucrar a múltiples sectores de UNICEF y a socios seleccionados en la creación conjunta de una estrategia integrada de CSC es un reto (en términos de tiempo), pero es fundamental para garantizar que todas las partes comprendan el valor añadido del CSC.
- 3** Contar con un equipo recién formado de CSC de UNICEF y con talento facilitó la transición de C4D a CSC y la adopción de una estrategia integrada en Afganistán posterior a 2021.
- 4** Explicar sobre un marco integrado de CSC al personal, los socios y otros actores clave con formación y conocimientos básicos diversos con respecto al CSC requiere esfuerzos persistentes y repetitivos. Lograr que se comprendiera su "valor añadido", sobre todo para las actividades de participación comunitaria y rendición de cuentas, y especialmente en entornos difíciles, supuso un esfuerzo considerable.
- 5** Cuando se trabaja en un entorno limitado, complejo e impredecible (por ejemplo, restricciones a la circulación de las mujeres; prohibición de la educación de las mujeres y del empleo femenino; reducción de los espacios físicos en los que trabajar), se requiere que el personal sea adaptable y ágil en la forma de ejecutar los programas de CSC. Las organizaciones de la sociedad civil de Afganistán tienen una capacidad limitada de CSC, lo que exigió al equipo trabajar mucho más para garantizar una programación de calidad. La agencia externa responsable de desarrollar la estrategia de CSC no pudo viajar a Afganistán para impartir los talleres de capacitación debido a las prohibiciones impuestas a las trabajadoras humanitarias, lo que repercutió negativamente en la calidad de la formación.
- 6** El equipo de UNICEF Afganistán gestiona un amplio programa que, además del CSC, abarca AAP, la participación de jóvenes, y el fortalecimiento de los sistemas comunitarios. La integración del CSC en todas las secciones de UNICEF contribuyó a que el enfoque de cambio social y de comportamientos no se perdiera en el desarrollo y la ejecución de programas en todos los sectores.
- 7** La oficina de UNICEF Afganistán pudo aprovechar los fondos reservados del 7% (innovadores tempranos) para invertir en las estructuras comunitarias existentes y establecidas, lo que ha demostrado ser muy eficaz en la planificación, ejecución y monitoreo generales del programa.



## Recomendaciones

- 1** Seguir ampliando la aplicación de la estrategia en 2024 y después.
- 2** Formar a más socios en la estrategia de CSC.

## UNICEF Níger apoya el empoderamiento de las niñas y jóvenes mediante una plataforma de capacitación y centros comunitarios

Estrategias Clave de Cambio Social y de Comportamiento (CSC), Logros y Lecciones Aprendidas

### Breve resumen



**Fechas de la actividad**

Enero a diciembre de 2022



**Duración**  
12 meses



**Presupuesto**  
USD\$655.327

Como parte del Programa de País de UNICEF 2019-2021, UNICEF Níger apoyó intervenciones de cambio social y de comportamiento (CSC) para jóvenes y adolescentes, incluidas actividades para cambiar las normas sociales que son perjudiciales para las niñas y las madres jóvenes (por ejemplo, matrimonio infantil). UNICEF Níger desarrolló una plataforma cartográfica digital, instalada en el servidor del Ministerio de Juventud y Deportes, que facilitó el registro de 5.315 asociaciones juveniles en ocho regiones. El equipo de UNICEF en Níger creó 11 centros de conectividad equipados con 21 ordenadores portátiles y 22 de escritorio en los que adolescentes y jóvenes podían desarrollar capacidades y habilidades y co-

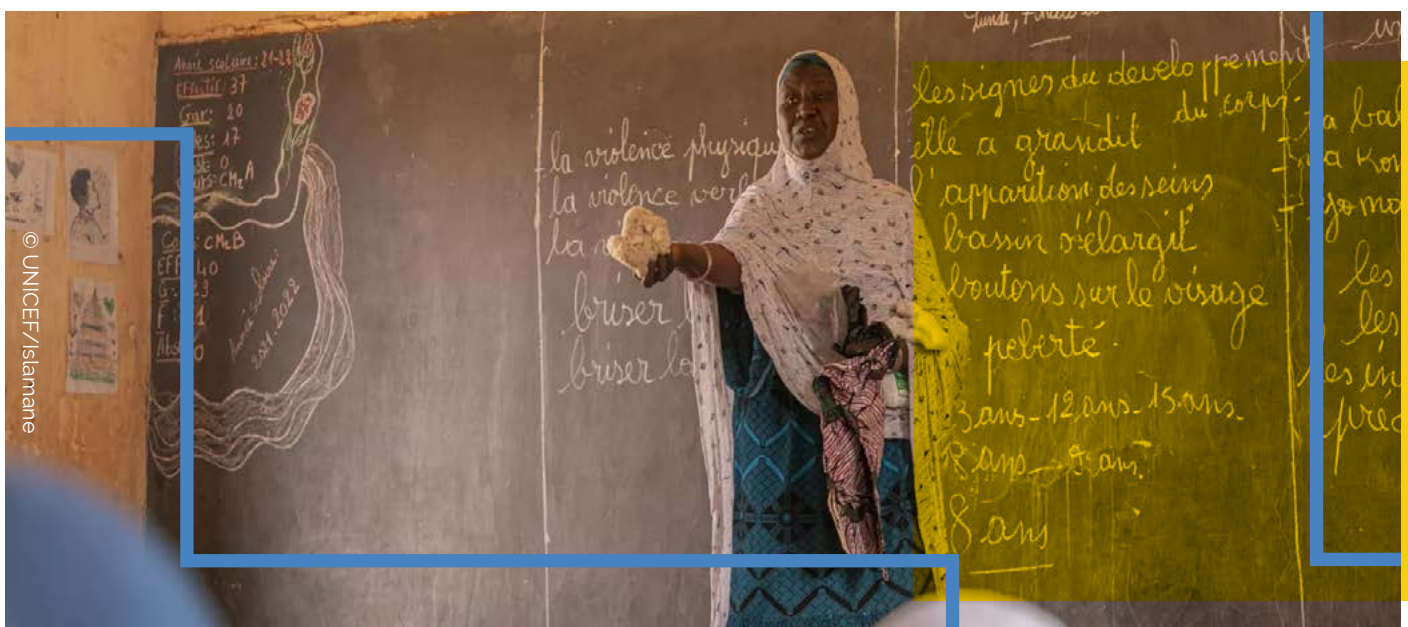
crear innovaciones sociales para mejorar la autoeficacia, transformar las normas sociales y de género negativas y contribuir a un cambio positivo en sus comunidades. También se puso en marcha un enfoque nacional basado en la comunidad, Niya Da Alkaweli (Amor y Promesa), basado en 16 normas y estándares de compromiso comunitario de calidad, en cuatro regiones. Unos 2.200 adolescentes y jóvenes (986 niñas y mujeres) de 948 pueblos de las cuatro regiones recibieron formación en la elaboración de perfiles comunitarios, análisis causal, resolución de problemas en grupo y facilitación de evaluaciones comunitarias, y diálogos y planificación de iniciativas de compromiso comunitario dirigidas por jóvenes.

En 2022, la población de Níger era de 26,2 millones de habitantes, el 47 por ciento de los cuales eran menores de 14 años.<sup>1</sup> La mayoría de la población (83 por ciento) vive en zonas rurales.<sup>2</sup> Las relaciones de género patriarcales y jerárquicas son la norma en las siete regiones del país. Las mujeres y jóvenes participan poco en las decisiones familiares, lo que limita su acceso a los servicios sociales y económicos, dificulta su supervivencia y desarrollo y afecta a su capacidad de adaptación a las crisis.<sup>3</sup>

Níger tiene una de las prevalencias de matrimonio infantil más altas del mundo. Al menos el 85 por ciento de las mujeres de entre 20 y 24 años de las zonas rurales estaban casadas a los 18 años, frente al 43 por ciento de las de las zonas urbanas.<sup>4,5</sup> Se calcula que el 28 por ciento de las niñas se casan antes de los 15 años. El matrimonio infantil está impulsado por la desigualdad de género y la creencia de que las mujeres y las niñas son inferiores a los hombres y los niños. Las normas culturales otorgan a las niñas casadas un cierto nivel de respeto dentro de la sociedad que no podrían alcanzar si fueran solteras.<sup>6</sup> Como parte del Programa de País de UNICEF 2019-2021, UNICEF Níger apoyó intervenciones de cambio social y de comportamiento para jóvenes y adolescentes,

incluidas actividades para cambiar las normas sociales que son perjudiciales para las niñas y las madres jóvenes, por ejemplo, el matrimonio infantil. UNICEF apoyó el compromiso cívico de jóvenes y adolescentes mediante el empoderamiento y la participación en espacios inclusivos y accesibles que garantizaran que adolescentes y jóvenes (especialmente vulnerables) se tomaran en cuenta y fueran escuchadas.

Desde 2021, los problemas de inseguridad de Níger han desplazado a más de 3,7 millones de personas (incluidos dos millones de niñas y niños), han exacerbado la pobreza, han aumentado la inseguridad alimentaria y han creado una situación de oportunidades insuficientes para las y los jóvenes. En mayo de 2022, se cerraron 759 escuelas primarias y 34 escuelas secundarias en todo el país debido a la inseguridad, lo que afectó a más de 68.000 niñas y niños, el 48 por ciento de los cuales eran niñas.<sup>7</sup> Sólo el 27 por ciento de las mujeres de 15 a 19 años están alfabetizadas, frente al 50 por ciento de los varones del mismo grupo de edad.<sup>8</sup> Muchas niñas abandonan la escuela o son excluidas debido a un entorno inseguro, lo que las expone a un mayor riesgo de casarse jóvenes debido a sus opciones tan limitadas.<sup>9</sup>



© UNICEF/islamane



## Enfoque estratégico

En 2022, la oficina de UNICEF Níger inició un movimiento juvenil inclusivo para apoyar prioridades programáticas como la promoción de normas sociales y de género positivas; la acción por el clima; la promoción de la paz y la cohesión social; y la generación de demanda de servicios sociales básicos (por ejemplo, inmunización, desarrollo empresarial). Para apoyar este movimiento juvenil, UNICEF Níger desarrolló una plataforma de mapeo digital, instalada en el servidor del Ministerio de Juventud y Deportes, que facilitó el registro de 5.315 asociaciones juveniles en ocho regiones.

El equipo de UNICEF en Níger creó 11 centros de conectividad equipados con 21 ordenadores portátiles y 22 de escritorio. Los centros de conectividad son espacios en los que adolescentes y jóvenes pueden desarrollar capacidades y habilidades (por ejemplo, iniciativa empresarial, promoción, liderazgo, gestión no violenta de conflictos), reflexionar sobre cuestiones relevantes, participar en la toma de decisiones con otras y otros y, mediante la creación conjunta de innovaciones sociales, mejorar su autoeficacia, transformar las normas sociales y de género negativas y contribuir a un cambio positivo en sus comunidades. En 2022, también se aplicó en cuatro regiones (Maradi, Zinder, Diffa y Tahoua) un enfoque nacional basado en la comunidad, Niya Da Alkaweli (Amor y Promesa), basado en 16 normas y estándares de compromiso comunitario de calidad. Casi 2.200 adolescentes y jóvenes (986 niñas y mujeres) de 948 pueblos de las cuatro regiones recibieron formación en elaboración de perfiles comunitarios, análisis causal, resolución de problemas en grupo y facilitación de evaluaciones comunitarias, y diálogos y planificación de iniciativas de participación comunitaria dirigidas por jóvenes.

Desde 2017, Níger celebra una conferencia de cinco días llamada "Forum national pour l'autonomisation de la femme et des jeunes" (Foro nacional para la autonomía de la mujer y la juventud, o FONAF), una plataforma para mostrar y amplificar la experiencia y las habilidades de las jóvenes. A este foro asisten autoridades

regionales, representantes de ONU Mujeres, jóvenes empresarias de regiones de todo Níger y más de 500 expositores (por ejemplo, una empresa de teñido con verduras, una empresa de puré de tomate y un comerciante local de especias). En 2022, UNICEF apoyó el empoderamiento de las jóvenes mediante el desarrollo de capacidades sobre procesamiento agroalimentario, para que las jóvenes pudieran desarrollar su negocio y formar a sus compañeras. Durante el 6° FONAF de 2022, las jóvenes que recibieron formación durante el 5° foro de 2021 compartieron su trayectoria de transformación.

Las mujeres compartieron sus retos a la hora de comercializar productos locales y pudieron debatir soluciones y estrategias con responsables de la toma de decisiones y recibieron apoyo y asesoramiento de las jóvenes de la cohorte de 2021. Por ejemplo, en las zonas rurales, los hogares tienen huertos que utilizan para su subsistencia diaria, pero la mayoría de la gente no tiene refrigerador. Las jóvenes formadas desarrollaron la idea de enseñar a las jóvenes a procesar y conservar los tomates como puré o pelados para evitar los residuos y permitirles conservar sus productos durante 20 meses sin necesidad del refrigerador, además de ahorrar dinero y cuidar el medio ambiente.

A nivel nacional, UNICEF Níger apoyó el desarrollo participativo y la validación de la Política Nacional de Juventud y el plan operativo mediante un taller de validación. A nivel institucional, la oficina de país de UNICEF apoyó la creación y puesta en marcha de 13 marcos para orientar la coordinación de las actividades para y con jóvenes y adolescentes (incluido jóvenes con discapacidad) y el seguimiento llevado a cabo por los movimientos juveniles. Níger también apoyó el desarrollo de capacidades entre las autoridades locales y dentro de las comunidades (incluidos líderes religiosos, los medios de comunicación locales y las ONG locales) para crear un entorno propicio al diálogo intergeneracional, la participación y el compromiso de adolescentes y jóvenes en la vida de la comunidad, y para aumentar la responsabilidad y la cohesión social.





## Principales resultados

- Al menos 5,315 asociaciones juveniles y deportivas se registraron en la plataforma cartográfica digital que sigue funcionando en el servidor del Ministerio de Juventud.
- UNICEF apoyó a 303 asociaciones que trabajan para promover la ciudadanía, la cultura de paz y el liderazgo juvenil.
- Con el apoyo de UNICEF, 15,586 jóvenes participaron en la formación para el desarrollo de habilidades, la capacitación, el compromiso cívico y/o el empleo dirigida por el Ministerio de Juventud. Al menos 6.395 jóvenes (35 por ciento mujeres) recibieron formación sobre técnicas de abogacía, liderazgo, vida asociativa y prevención y gestión de conflictos a través de las asociaciones.
- Más de 7.000 jóvenes y adolescentes (30 por ciento mujeres) desarrollaron diversas habilidades bajo la dirección del Ministerio de Juventud.
- 360 personas (mujeres, jóvenes, líderes religiosos y tradicionales, cargos electos, refugiados y personas con discapacidad) declararon haber desarrollado la capacidad de organizar debates y diálogos comunitarios.
- El apoyo de UNICEF al FONAF contribuyó a empoderar a las mujeres jóvenes y a las niñas, a reconocer su valor dentro de las comunidades y a fomentar su autonomía y autoeficacia; 237 niñas recibieron formación específica en agroindustria y teñido con verduras.
- UNICEF apoyó 32 sesiones de formación para jóvenes y adolescentes en contabilidad simplificada y alfabetización, en colaboración con las direcciones regionales de juventud. Cuarenta y siete mujeres jóvenes completaron con éxito la formación en alfabetización y contabilidad básica. De estas 47, treinta comercializaron activamente sus productos, de los pueblos de Gaffati, Koleram, Jirataoua y Doguerawa.
- El modelo de iniciativa empresarial juvenil ha reforzado el compromiso ciudadano y ha motivado a responsables de la toma de decisiones a apoyar la financiación de microempresas y pequeñas y medianas en Níger.
- Se crearon 13 marcos de coordinación y rendición de cuentas con jóvenes a nivel municipal que refuerzan la cultura de incluir las voces de jóvenes y adolescentes en la gobernanza local.
- UNICEF apoyó el desarrollo y la validación de la Política Nacional de Juventud y el plan de acción mediante un taller de validación.

**5,315**

asociaciones juveniles y deportivas se registraron en la plataforma cartográfica digital

**7,000+**

jóvenes y adolescentes participaron en cursos de formación para el desarrollo de habilidades

**237**

jóvenes recibieron formación específica en agronegocios



## Lecciones aprendidas

- 1** El espíritu empresarial de las y los jóvenes puede ser una importante palanca de cambio, especialmente entre las mujeres jóvenes.
- 2** Como resultado del apoyo de UNICEF al FONAF, aumentó el interés de las niñas por su desarrollo empresarial; muchas están creando y gestionando con éxito microempresas en Níger y cambiando la dinámica de poder en su familia y en la comunidad.
- 3** Las jóvenes que participaron en las actividades empresariales eran consideradas modelos por sus compañeras y podían compartir su experiencia con las comunidades vecinas.
- 4** La capacitación económica de las niñas puede aprovecharse para abandonar prácticas nocivas como el matrimonio infantil y la violencia de género; padres que valoran la productividad de una niña le permitirán retrasar el matrimonio.
- 5** Las formaciones crearon una masa crítica de jóvenes y adolescentes con autoeficacia para actuar como líderes y contribuir a la transformación de las normas sociales y de género en sus comunidades.
- 6** El establecimiento de marcos de coordinación a nivel municipal desarrollados con y para las y los jóvenes reforzó la cultura de incluir las voces de adolescentes y jóvenes en la toma de decisiones y el desarrollo comunitario.



© UNICEF/Isamane



# Recomendaciones

- 1** El Ministerio de Juventud debe dar prioridad a la puesta en marcha de la Política Nacional de Juventud y del Plan de Acción.
- 2** El Ministerio de Juventud debe promover la plataforma de mapeo digital para aumentar el número de jóvenes y asociaciones juveniles registradas, con el fin de acelerar la difusión de un movimiento social dirigido por jóvenes para el cambio social y de comportamiento.
- 3** El Ministerio de Juventud debería reforzar las iniciativas o políticas centradas en proporcionar a las jóvenes empresarias de la comunidad rural acceso al crédito, formación profesional y oportunidades de alfabetización, en colaboración con otros sectores relevantes.
- 4** El Ministerio de Comercio e Industria debería promover el consumo local para impulsar las ventas y la rentabilidad de las jóvenes empresarias.
- 5** El Ministerio de Comercio e Industria debe facilitar las oportunidades de financiación para las nuevas empresas y las pequeñas y medianas empresas y hacerlas accesibles a las jóvenes empresarias.
- 6** El Ministerio de Comercio e Industria debería seguir apoyando a las jóvenes empresarias mediante políticas públicas agrarias y empresariales a nivel institucional (por ejemplo, la supresión o reducción del impuesto sobre actividades económicas durante los cinco primeros años de actividad), y creando vías para que las jóvenes empresarias accedan a la experiencia, los recursos y el apoyo locales adecuados.
- 7** El Ministerio de Comercio e Industria debería incorporar el uso de plataformas digitales/basadas en las tecnologías de la información y dar prioridad a la transformación digital en la estrategia y el desarrollo empresarial. Un mapeo digital de las iniciativas puede contribuir a una mayor visibilidad e influencia de las políticas públicas de apoyo a la iniciativa empresarial de las jóvenes.



# Notas finales

- 1 Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, Perspectivas de la población mundial 2019, <<https://population.un.org/wpp>>
- 2 Banco Mundial, Indicadores del desarrollo mundial.
- 3 Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) Níger, Revisión programática de género, 2021.
- 4 Banco Mundial (2023). Níger: Datos, <<https://data.worldbank.org/country/NE>>
- 5 Girls not Brides, Níger, <<https://www.girlsnotbrides.org/learning-resources/child-marriage-atlas/regions-and-countries/niger/>>
- 6 Girls not Brides, Níger, <<https://www.girlsnotbrides.org/learning-resources/child-marriage-atlas/regions-and-countries/niger/>>
- 7 UNICEF Níger, Níger: Informe de situación, 5 de agosto de 2022, <<https://www.unicef.org/media/125581/file/Niger-Humanitarian-SitRep-June-2022.pdf>>
- 8 Dirección General de Estadística y Prospectiva (DGSP) e ICF International (2012): Encuesta demográfica y de salud y de indicadores múltiples (EDS-MICS) 2012.
- 9 Girls not Brides, Níger, <<https://www.girlsnotbrides.org/learning-resources/child-marriage-atlas/regions-and-countries/niger/>>





# SOCIAL + BEHAVIOUR CHANGE

El Compendio de Buenas Prácticas de SBC ha sido elaborado conjuntamente por las oficinas nacionales, la oficina regional, el equipo de SBC de la sede central y PCI Media.

Gracias a los increíbles equipos de SBC y de los países del programa por las contribuciones

El compendio está disponible en formato electrónico y se puede descargar de <https://www.sbcguidance.org> y <https://unicef.sharepoint.com/sites/PG-SBC>

Si desea más información, póngase en contacto con: [sbc@unicef.org](mailto:sbc@unicef.org)