

Comisión Internacional de Derechos Humanos de Gays y Lesbianas

PAUTAS PARA EL TRABAJO EN REFORMA LEGAL PARA ACTIVISTAS POR LOS DERECHOS DE LESBIANAS, GAYS, PERSONAS BISEXUALES Y TRANSGENERO

Esta es una guía básica para contribuir al trabajo de aquellas personas y organizaciones que tengan interés en dedicarse a la reforma de leyes como forma de proteger los derechos de LGTBs. El trabajo en reforma legal es apenas una de las muchas vías posibles de activismo LGTB; su eficacia siempre es mayor cuanto más acompañado se presenta por otras expresiones de activismo (manifestaciones públicas, campañas educativas, concientización al interior de la comunidad, utilización de medios artísticos, etcétera). Las sugerencias que aquí presentamos no pretenden agotar el tema, sino apenas plantearlo; con mucho gusto recibiremos sus sugerencias para futuras ediciones de estas Pautas.

1. Conocer la ley

El primer paso en este trabajo es preguntarse cuál es la ley (o leyes) que está afectando el goce de un determinado derecho (o de varios) para las personas GLTB. Es importante saber si:

- a) Se trata de una ley en vigencia que es necesario derogar (ej. una ley de sodomía que penaliza las relaciones sexuales entre hombres).
- b) Se trata de una ley en vigencia que excluye implícita o explícitamente a las personas GLTB del amparo que brinda a otras (ej. una ley antidiscriminatoria que no incluye la orientación sexual; una ley que define al concubinato como "unión entre un hombre y una mujer").
- c) Se trata de una situación que no está legalmente regulada y para la que es necesario crear una nueva figura (ej. una ley de unión civil para parejas del mismo sexo).

En esta primera etapa, es necesario:

- Estudiar las leyes vigentes en el país (a nivel nacional, provincial y municipal, cuando corresponda) para identificar cuáles se aplican a la situación.
- Averiguar si hubo intentos anteriores por modificar la situación legal y qué sucedió con ellos.
- Recopilar leyes, propuestas de leyes y fallos de otros países, en los que se hayan sancionado leyes parecidas.

2. Conocer el sistema

El segundo paso es conocer cómo funciona el sistema legal de su país. ¿Cómo se modifican las leyes y/o se proponen nuevas leyes? La situación puede variar de un país a otros, pero las vías más habituales son las siguientes:

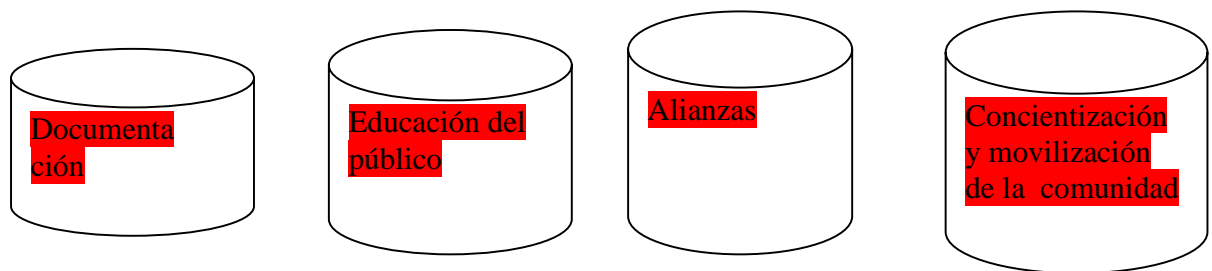
- Judicial: mediante un fallo favorable que, por ejemplo, declare inconstitucional determinada ley.
- Legislativo: mediante un proyecto de ley que se debate y aprueba en el Parlamento.
- Ejecutivo: mediante una comisión especial designada por el Poder Ejecutivo para revisar, por ejemplo, un Código.

Para elegir la estrategia más adecuada a su situación, es importante tener en cuenta diferentes factores, entre ellos:

- La situación política del país (fortaleza de cada poder, relación entre ellos, tendencia de los partidos que dominan la cámara, historial de esos partidos en materia de derechos humanos, etcétera).
- El clima social (cuál es la influencia de los sectores más conservadores de la iglesia, qué grado de visibilidad tienen las personas LGBT y cómo son recibidas en la sociedad en general, con qué se asocia el tema en el imaginario social, etcétera)
- Los propios recursos (¿existen personas dispuestas a presentar una demanda judicial y a ser objeto de atención pública por ellos?, ¿hay abogadas/os con los que se pueda contar?, ¿hay dinero para los trámites necesarios?, ¿hay personas con tiempo disponible como para hacer contactos con legisladoras/es, así como el seguimiento del proceso?)

3. Estrategia y campaña

La experiencia de quienes han hecho campañas por la reforma legal en los difentes países coincide en señalar que hay cuatro pilares fundamentales par1a que este tipo de campañas tenga éxito:



a. Documentación

Ustedes necesitan poder convencer a legisladoras/es, juezas/ces, posibles aliadas/os, público en general y (muchas veces) a su propia comunidad de que una determinada ley es necesaria para reparar abusos que se están cometiendo contra los derechos humanos de las personas LGTB. La documentación es lo que les permite probar que esas violaciones ocurren y que afectan las vidas de las persona, y por eso mismo tiene una importancia fundamental.

¿Qué se considera documentación?

- Testimonios de las personas afectadas (idealmente, con nombre, apellido y presencia). La fuerza de una historia concreta es siempre infinitamente mayor que la de las afirmaciones en general: no es lo mismo escuchar a una persona que perdió su trabajo que a alguien que dice "se discrimina a las personas homosexuales en el empleo".
- Documentos que apoyen sus historias: evidencias médicas, denuncias policiales, telegramas de despido, fotografías, etcétera.
- Material periodístico - que nunca es suficiente por sí solo, por su relativa credibilidad.

Es aconsejable que antes de iniciar la campaña, ustedes dispongan de una carpeta con toda la documentación ordenada y fácilmente accesible, lista para ser copiada y presentada en cuanto sea necesario.

b. Educación del público

Pasos sugeridos:

- b1. Conocer qué opinión tiene la sociedad en general acerca del tema en el que ustedes quieren trabajar: realizar una encuesta; plantear el tema en programas de radio que permitan la participación de oyentes y ver qué sucede; lo mismo en foros de chat, o mediante cartas de lectores, etcétera.
- b2. Planificar la campaña. Decidir qué ideas se quieren comunicar, con qué objetivos y por qué vías. Pensar lemas sencillos y de impacto que comuniquen esas ideas.
- b3. Practicar debates entre ustedes. Hacer una lista de las objeciones más frecuentes y practicar diversas respuestas posibles. Imaginar distintos auditorios y practicar formas de explicar su propuesta ante ellos. Aceptar críticas y aportes de las compañeras y compañeros.
- b4. De acuerdo a los recursos y posibilidades de cada grupo, la campaña puede incluir: uso de los medios masivos de comunicación; uso de medios comunitarios; realización de afiches; distribución de volantes; instalación de mesas con información en lugares concurridos por el público; presencia en eventos especiales (ej. un recital de música); acciones de impacto (ej. irrumpir en una ceremonia oficial), etcétera.

c. Alianzas

Es imposible trabajar solas/os en reforma legal. Para que la propuesta de ustedes tenga eco, necesitan aliadas y aliados, tanto dentro como fuera del sistema encargado de sancionar y aplicar la ley en su país.

Dentro del sistema, es importante que ustedes se contacten con legisladoras/es, juezas/es, funcionarias/os del Ejecutivo, sus asesoras/es. Para esto es importante contar con una buena carpeta de documentación y

una propuesta clara, bien redactada, donde se explique la modificación que se busca introducir. En cuanto a qué legislador o legisladora conviene contactar, no hay reglas fijas y quienes ya han hecho este trabajo saben que siempre hay sorpresas. El perfil típico de alguien dispuesta/o apoyar una reforma legal que beneficie a la gente LGBT es: a) una legisladora feminista, de un partido de centro-izquierda o del ala renovadora de un partido más tradicional; b) una legisladora o legislador con trayectoria en derechos humanos y/o de partidos de izquierda. Pero también ha habido mujeres y hombres de partidos conservadores que, por distintos motivos, han apoyado este tipo de leyes. Si no se tienen contactos con figuras políticas, lo mejor es consultar a otras organizaciones de derechos humanos y de mujeres acerca de quién/es pueden resultar accesibles. También se puede consultar en el Parlamento la lista de proyectos presentados por las legisladoras y legisladores, como para tener una idea del perfil de cada quien.

Fuera del sistema, las organizaciones de derechos humanos, los grupos de mujeres y feministas son los primeros aliados -y los imprescindibles. Después, según el tema en cuestión, ustedes podrán identificar otros grupos aliados (por ejemplo, sindicatos, asociaciones de consumidores, asociaciones de profesionales, jóvenes, grupos étnicos, grupos de personas discapacitadas, etcétera). Es cierto que en algunos casos, los grupos aliados todavía tienen cierta reticencia a aceptar la presencia de activistas y temas GLTB. Acercarse a estos grupos requiere de un paciente y prolongado trabajo de educación mutua, ya que para que la alianza sea sólida es importante que ustedes estén dispuestas/os a apoyar a esos grupos en sus propias campañas, y a informarse sobre los temas que a ellos les afectan. Realizar talleres para integrantes de esos grupos sobre la problemática LGBT en relación a los temas que ellas/os trabajan, o proyecciones de videos, o invitarlas/os a actividades organizadas por los grupos LGTB pueden ser buenas vías para ir cimentando esas alianzas.

d. Concientización y movilización de la comunidad

El "número" es un factor que se toma muy en cuenta en política. No es lo mismo el reclamo de un grupo de activistas, que el reclamo de una comunidad. Cuanto más ustedes puedan mostrar que lo que están proponiendo tiene el respaldo de cientos o miles de personas, más posibilidades tendrán de ser atendidas/os.

Para esto es necesario desarrollar también una campaña educativa al interior de la comunidad LGBT y particularmente del sector afectado por la ley a modificar. En esa campaña es conveniente incluir:

- Una explicación acerca de la situación actual, y cómo eso las/os afecta (o puede afectarlas/os).

- Una explicación acerca del proyecto presentado por ustedes, y los efectos que tendría de ser aprobado.
- Los puntos fundamentales de acción y los apoyos con que cuentan.
- Sugerencias concretas de cómo apoyar la acción -aquí es importante ofrecer un menú variado de propuestas, incluyendo aquellas que no requieran de visibilidad pública.

Si se agrega una invitación a aquellas personas que se han visto afectadas por la situación a contar su historia -dándoles la opción de conservar el anonimato ante los medios de comunicación-, la campaña puede servir además como forma de documentación.

Una campaña con un objetivo claro y relevante para la comunidad, puede ser una buena herramienta para integrar a personas LGBT al activismo.

Aquí se puede incluir también el trabajo con las comunidades LGBT del exterior que, debidamente informadas de la situación, pueden escribir cartas presionando a legisladoras/es y otras autoridades en favor de su campaña. También pueden organizar protestas frente a las embajadas, entregar petitorios a los presidentes en gira, conseguir pronunciamientos de conferencias internacionales, etcétera.

3. Y después

Una vez que se inicia una campaña de este tipo, es imposible prever cuánto durará. Pueden ser tanto meses (lo que rara vez sucede) como años (mucho más frecuentes). Es necesario armarse de mucha paciencia, y no desanimarse; estar preparadas/os para tiempos muertos, marchas y contramarchas, evasivas, etcétera. Es importante recordar que el tema no es una prioridad para nadie, salvo para ustedes: si ustedes no actúan, no presionan, no insisten, nadie más lo hará.

Una vez en campaña, será necesario evaluar periódicamente las estrategias que se han empleado, y estar siempre dispuestas/os a cambiarlas. La situación política en la mayoría de los países suele alterarse en forma vertiginosa e inesperada; hay que estar siempre atentas/os.

Si la campaña tiene éxito, una buena práctica es la de comunicar -con el mayor detalle posible- las estrategias empleadas y los logros obtenidos, tanto al público en general, como a las aliadas/os y a la comunidad LGBT local e internacional. Es la mejor manera de inspirar campañas parecidas y de alentar a otras/os a seguir adelante.