

ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN  
PARA DAR A CONOCER LOS  
PROBLEMAS SOCIO - ECOLÓGICOS  
Y PROMOVER EL PASO A LA ACCIÓN



# INTRODUCCIÓN

Los días 1, 2 y 3 de mayo 2015 la **Red de Transición**, tuvo el placer de participar en el **"IV Encuentro de iniciativas Decrecentistas y Transicioneras"**, celebrado en Granada. En él se desarrolló un taller participativo titulado "Estrategias de sensibilización para dar a conocer los problemas socio-ecológicos y promover el paso a la acción". Una de las principales dificultades para las iniciativas sociales que trabajan hacia la sostenibilidad es realizar una labor de sensibilización e involucración de nuevas personas que sea eficaz, de ahí la importancia de este informe que resume las principales conclusiones de dicho taller.

El Decrecimiento es una corriente de pensamiento que promueve un cambio de paradigma, y una superación del imaginario capitalista, basado en el crecimiento económico perpetuo, dando prioridad a otros aspectos menos desarrollados en nuestro modo de vida actual y promoviendo la reducción progresiva y constante del consumismo material y energético. La Transición, con un enfoque más práctico y proactivo, y el Decrecimiento con un enfoque más teórico y combativo, son corrientes que convergen y se retroalimentan, son afines y tienen objetivos compartidos<sup>1</sup>. La Transición propone el desarrollo de **resiliencia comunitaria** y la relocalización como plan de desarrollo frente a problemáticas que se nos presentan a nivel de civilización, como el pico del petróleo, el cambio climático y la crisis económica consecuente. Ambos movimientos hacen hincapié en la necesidad de ajustarse a los límites biofísicos de la biosfera, como respuesta a la transgresión que el capitalismo fosilista globalizado está causando, adentrándonos en el Antropoceno, acelerando la sexta extinción masiva, y precarizando el futuro de la humanidad hasta límites preocupantes. Este proceso de cambio supone un punto de no retorno, un gran reto. Está en nuestras manos el visionar hacia que futuro queremos dirigirnos y diseñar y andar dicho camino. No hay tiempo que perder, es hora de pasar de la idea a la acción<sup>2</sup>.

*1. Para saber más sobre las similitudes y complementos entre decrecimiento y transición leer: Conclusiones del Taller similitudes y complementos entre Decrecimiento y Transición. Rogelio Fernández. 2013. Descargable en: <http://www.reddetransicion.org/wp-content/uploads/2014/02/Taller-Similitudes-y-Complementos-entre-Decrecimiento-y-Transici%C3%B3n.pdf>*

*2 Del Río, J. (2009): De la idea a la acción: aprendiendo del movimiento Transition Towns. Cátedra UNESCO de Sostenibilidad de la Universidad Politécnica de Catalunya, Barcelona. Disponible en: [http://www.reddetransicion.org/wp-content/uploads/2014/02/De-la-idea-a-la-acci%C3%B3n.-Aprendiendo-del-movimiento-Transition-Towns\\_Juan-del-R%C3%ADO\\_2009.pdf](http://www.reddetransicion.org/wp-content/uploads/2014/02/De-la-idea-a-la-acci%C3%B3n.-Aprendiendo-del-movimiento-Transition-Towns_Juan-del-R%C3%ADO_2009.pdf)*

# INFORME CAFÉ DEL MUNDO

## IV ENCUENTRO DECRECIMIENTO, GRANADA, MAYO 2015

### OBJETIVOS

Desde la Red de Transición, se propuso un taller participativo sobre una de las áreas más importantes dentro de los movimientos socioecológicos: la divulgación y la concienciación, es decir cómo llegar a las personas y cómo hacer que se involucren. Los resultados de este taller se muestran en este breve estudio siendo sus principales objetivos los siguientes:

- \* Compartir experiencias relacionadas que han funcionado y que no.
- \* Promover el paso a la acción de los participantes
- \* Identificar metodologías de sensibilización y su público objetivo
- \* Ayudar a las iniciativas sociales hacia la sostenibilidad en la tarea de sensibilización e involucración de nuevas personas.

### METODOLOGÍA

Para el taller se optó por utilizar una dinámica "Café del Mundo". En este tipo de dinámicas se potencia el llamado "pensamiento colectivo", al participar personas diversas, con diferentes enfoques, aportando soluciones y puntos de vista complementarios, generando información e ideas muy interesantes fruto del debate, discusión e interacción de las personas durante el ejercicio.<sup>3</sup>

#### Pautas para organizar un buen Café del Mundo<sup>4</sup>:

- \* Es importante planificar bien el evento, formular las preguntas, decidir quién debería participar y cómo invitarles, definir el lugar y la hora y pensar que resultados quiero obtener.  
Crea un espacio agradable, con mesas esparcidas por la sala como si fuera una cafetería. Cada una debe tener entre cuatro y cinco sillas, rotuladores y varias hojas grandes de papel. Ya sea en esas mesas o en otra, se pone comida y bebida para compartir. También se puede poner un poco de música suave de fondo, flores, etc.
- \* Las preguntas, tres o cuatro normalmente, deben explorar diferentes partes de un mismo tema. Deben ser claras y concisas, normalmente yendo de más generales a más concretas.  
Los participantes ocupan las mesas de manera aleatoria, creando así pequeños grupos de discusión y cada 20 minutos aproximadamente se dará una señal para que todos los participantes, salvo una persona que se queda de anfitrión, cambien de mesa creando así nuevos grupos.
- \* Existen dos opciones: la primera es que cada mesa intente dar respuesta a preguntas diferentes, por lo que tratará solo un tema pero por más tiempo. La segunda, que cada ronda sea una misma pregunta para todas las mesas, de manera que al dar la señal se reorganizan las mesas y todos pasan a la siguiente pregunta. Cada formato tiene sus ventajas y desventajas y su elección depende de los objetivos de la dinámica.  
La elección del anfitrión de la mesa puede ser realizada por la propia mesa o previamente por el organizador si considera importante situar a algún experto del tema. Sus dos tareas principales serán: cada vez que se cambia de turno introducir brevemente lo que se habló con anterioridad y ser responsable de tomar notas.

\* Al final se realiza una puesta en común entre todas las mesas, en la que se intenta extraer las conclusiones finales y reflexionar sobre el proceso.

\* Al igual que con el foro abierto, puede ser muy útil que los resultados de todas las mesas se transcriban a formato digital para poder compartirlos y usarlos posteriormente.

Específicamente en este Café del Mundo participaron alrededor de 80 personas, que se distribuyeron en 10 mesas. En todas las mesas se respondían en un mismo turno una de las tres preguntas, utilizando un papel grande, en el que se escribían de forma conjunta las respuestas de cada mesa. Una vez finalizado el ejercicio, se recogieron todos los folios-respuesta, que fueron la base sobre la que se trabajó este informe. La información plasmada en este documento es la recopilación estructurada y organizada de estos materiales, y por tanto el fruto del trabajo e interacción de múltiples personas, y de la digestión y procesado de este "diamante en bruto", que desde la RedTE hemos intentado pulir y poner a vuestra disposición.

Las clasificaciones que podréis leer en el informe no son absolutas, se combinan y entrelazan, y corresponden a lo reflejado en el material recopilado. Algunas de las informaciones en el documento no reflejan el punto de vista de RedTE. En algunos puntos la recolección de información fue deficiente, debido a la falta de tiempo o al ser el ejercicio muy abierto o poco concreto. Por ello, cuando ha sido necesario la información ha sido completada.

3. La Red de Transición ha utilizado esta metodología para investigación participativa, como el caso del "Informe sobre barreras, dificultades y oportunidades para las iniciativas sociales hacia la sostenibilidad" Descargar en <http://www.reddetransicion.org/wp-content/uploads/2014/02/Resultados-Taller-Barreras-y-Oportunidades-para-las-iniciativas-sociales-hacia-la-sostenibilidad-febrero2014.pdf>

4. Extraído de Del Río, J. (2015): *Guía del movimiento de transición*. Catarata. Madrid.



# CONTENIDO

## “ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN PARA DAR A CONOCER LOS PROBLEMAS SOCIO-ECOLÓGICOS Y PROMOVER EL PASO A LA ACCIÓN”

### 1) ¿QUÉ FORMAS DE SENSIBILIZACIÓN CONOCES?

#### ENUMERA VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE CADA UNA:

#### 1. TEÓRICAS-EXPOSITIVAS:

**\* Ejemplos:**

- Documentales. - Charlas. - Medios de Masas (TV, Radio, periódicos, revistas).
- Libros. - Mesas redondas. - Conferencia-debate.

**\* Ventajas:**

- Cotidianeidad. - Amplio espectro de difusión, y por tanto gran potencial.
- Base teórica e informativa muy necesarias. - Diagnóstico sin tabúes.
- Conexión con más posibilidades y puntos de vista.

**\* Desventajas:**

- Verticalidad e unidireccional (Importante siempre acabar con debate y propuestas concretas, puesta en común). - No transformadoras. - Prejuicios, intereses económicos y particulares (políticos) detrás.
- No hay reflexión in situ: necesidad de “digestión” posterior de la información.

#### 2. PARTICIPATIVAS:

**\* Ejemplos:**

- Talleres, Actividades en la calle. - Investigación grupal-paso a la acción.
- Voluntariados en organizaciones. - Ocupación centros sociales abiertos a todas las personas.
- Eventos sociales donde compartir menú: “Cine-Forum” con cena. Documental con cena y debate.

**\* Ventajas:**

- Acción directa. - Generación de vínculos entre personas y desarrollo de tejido social.
- Divertido. - Nutritivo (física e intelectualmente).

**\* Desventajas:**

- Requieren más tiempo preparación (más vínculos).
- Requieren recursos: económicos, espacio, logística.
- Falta de compromiso, dificultades en la convivencia, falta de estrategia y coordinación.

#### 3. MEDIANTE EL EJEMPLO:

**\* Ejemplos:**

- Coherencia en tu vida, día a día.
- Boca a boca. - Vivencia: “darse cuenta” de las problemáticas y las soluciones a través de la experiencia.
- Constancia y perseverancia. - Dar visibilidad a proyectos de vida alternativos y espacios transformadores.
- Evitar dar lugar a prepotencia y sentimientos de superioridad (empatía, compasión, pedagogía).

**\* Ventajas:**

- Difícilmente refutable, no es posible echar en cara falta compromiso o creencia en lo que se divulga y se defiende. - Fácil de compartir, genera cercanía y vínculos.

- Ejemplo como generador de masa crítica. - Práctica en las relaciones sociales personales.
- Motivador. - Genera conductas de cooperación, tan necesarias como enriquecedoras.

**\* Desventajas:**

- Menor espectro de difusión, que se reduce a los vínculos más cercanos.
- Necesidad de cambios profundos que al chocar de frente con el sistema actual, son dificultados y trabados por las instituciones y los poderes económicos y políticos. Dificultades para abandonar la llamada "zona de confort" a causa de esto.

#### 4. ACTIVIDADES DESDE INTERNET:

**\* Ejemplos:**

- Blog. - Foro. - Activismo en las redes sociales. - Campaña multimedia.
- Compartir y generar material en la red. - Debatir, rebatir y organizar acciones y actividades desde Internet.

**\* Ventajas:**

- Requiere menos tiempo. - Cotidianidad y constancia más accesible. - Amplio abanico de posibilidades.

**\* Desventajas:**

- Poca profundización. - Público reducido (menos del deseable).
- No llega a personas mayores o sectores sociales sin acceso a Internet (no todo lo inclusivo que debería).

#### 5. CREATIVAS Y ARTÍSTICAS:

**\* Ejemplos:**

- Teatro foro (Espectadores pueden modificar la obra y participar, teatro del oprimido).
- Dibujo, humor gráfico y denuncia. - Murales y grafitis. - Danza. - Performance.
- Pasacalles. - Cuentos.

**\*Ventajas:**

- Su potencia radica en el impacto emocional (despierta emociones). - Co-creación.
- Buena exposición y difusión. - Es divertido.

**\*Desventajas:**

- Subjetividad (doble filo): no todo el mundo es sensible y permeable a esta estrategia.
- Logística más complicada: necesidad de espacio, y trabajo detrás de la planificación y puesta en marcha.

#### 6. POLÍTICAS:

**\* Ejemplos:**

- Asambleas: introduciendo temáticas. - Abrir espacios de diálogo y debate (Barrio, Festivales, Encuentros, Coloquios). - En lugares menos habituales, para ampliar el espectro y la difusión.
- Campañas de movilización. - Adaptación del discurso según público (Ecología de los pobres).

**\* Ventajas:**

- Empoderamiento. - Generación de vínculos y tejido social.

**\* Desventajas:**

- Cansancio: en muchas ocasiones poco gratificante y valorado.
- Trabajo: requiere de gran esfuerzo, paciencia, pedagogía y capacidad de abstracción para no quemarse.
- Necesidades logísticas. - Cambio profundo en la forma de hacer política: todavía en construcción, gran resistencia y rechazo desde las estructuras políticas actuales, que ven como una amenaza a los movimientos sociales.

#### CONCLUSIONES PREGUNTA 1:

Como puntos y enfoques comunes, enumeramos las siguientes conclusiones para la primera cuestión:

- Necesidad de variedad de estrategias según el público: Estrategia única llega SOLO a un grupo concreto,

lo que da pié a intereses predispuestos y formados. No llega a sectores diversos y/o excluidos.

- La negación como gran muro frente a la concienciación. Se suelen buscar resultados rápidos y fáciles, falta de constancia.
- Generación de empatía, creación de vínculos, relaciones interpersonales.
- Asumir y trabajar con la negación (paciencia, pedagogía).
- Ayuda y apoyo mutuo.
- Actividades desde el disfrute y el compartir experiencias, enfoque lúdico: la diversión engancha y atrae, generando energía, ilusión y participación.
- Anti-publicidad, contra-publicidad. Desmontar mitos extendidos por los medios de comunicación corporativos y arraigados socialmente con fuerza.

## 2) IDENTIFICA GRUPOS SOCIALES A LOS QUE CONCIENCIAR. ¿CÓMO HARÍAS PARA LLEGAR A CADA UNO DE ELLOS?

### 1. Sectores sociales acomodados. Ricos y poderosos:

En muchos casos no ven la problemática debido a que en sus círculos sociales no se nota por el momento. Desde una posición cómoda es mucho más difícil entender y aceptar la situación. Paradigma capitalista como única posibilidad, dado su "éxito" bajo esta lógica.

- Comprensión, aceptación, no separación, no culpabilizar, quitar prejuicios hacia ellos y diluir los suyos.
- Buscar canales adecuados para llegar. Adaptar el discurso.

#### \* Ejemplos:

- Boca a boca.
- AMPAs en colegios de pago.
- Performance en estaciones AVE y Aeropuertos.

### 2. Clases medias:

Aceptan de forma mayoritaria el discurso capitalista, y aspira a subir en el mitificado "ascensor social", "mejorando" su posición social.

- Conectar con sus necesidades.
- Llegar colando el mensaje en los "Medios de masas" (influenciados por el poder político y el poder económico) en la medida de lo posible.
- Basar el discurso en la búsqueda de seguridad (no miedo) y resiliencia.

#### \* Ejemplos:

- Presentar los cambios como deseables y positivos.
- Afectividad y seguridad en el colectivo.
- Acercarte desde la ayuda.

### 3. Grupos de Mujeres:

A menudo excluidas al no llegar la información por medios atractivos y eficaces.

- Talleres prácticos (economía doméstica).
- Adaptar el discurso a su contexto.

#### \* Ejemplo:

Ambientes para el debate distendidos y naturales como peluquerías.

### 4. Grupos de Hombres:

A menudo con patrones de comportamiento aprendidos, ligados al sistema actual y que hacen de barrera para que calen mensajes esenciales y necesarios.

- Comportamientos tipo "macho" bastante prevalentes, observables en debates a ver quien es "más".
- Desmitificar roles y género.
- Generar empatía (documentales, abrazos, aceptación).
- Alimentación y salud.

#### \* Ejemplo:

Dar pié a la expresión de sentimientos, muchas veces reprimidos en estos grupos.

### 5. Familias:

Las familias tiene multitud de problemas derivados del sistema económico en crisis, y pasan muchos apuros para seguir adelante. Por tanto, es necesario ajustar el discurso y aportar soluciones a las problemáticas cotidianas a las que se enfrentan.

- Trabajar desde lo cercano: Muy necesario para poder compartir la transformación.
- Dejar de sentirnos incomprendidos en nuestro propio entorno.
- Temas concretos, reales y mundanos.

**\* Ejemplo:**

¿Cómo hacían las cosas mis abuelos? Incentivar el aprendizaje y recuperación de saberes tradicionales olvidados. Formas económicas de consumir productos ecológicos y caseros. "Hazlo tú mismo" (Do it yourself).

**6. Vecindario, Barrio:**

Necesidad de regenerar el tejido social, el espíritu comunitario y de "barrio", que se ha ido perdiendo debido al individualismo alienante del sistema actual.

- Asambleas vecinales, Asociaciones de vecinos, vías para el empoderamiento local.
- Trabajar, comprender y compartir a través de lo festivo.

**\* Ejemplo:**

Proyección de documentales, más debate abierto y merienda compartida.

**7. Jóvenes/Adolescentes:**

Grupo en fase de cambio, desarrollo y ebullición constante, que además se ve superada por las conductas impuestas por el sistema de consumo (modas, popularidad, competencia, búsqueda de la abstracción y la gratificación inmediata), por lo que necesitan un enfoque adecuado.

- A través del ocio y la educación. -Relación con el entorno, la familia y redes sociales.
- Música muy potente como herramienta. - Cosas visuales.

**\*Ejemplos:**

- Teatro social, película, paseo en la naturaleza, reciclaje-arte.
- Grupos de actividades por internet, ocio alternativo, conciertos de música comprometida, grafitis.
- Enfocarse en sus zonas y ambientes habituales, usando un lenguaje cercano y comprensible.

**8. Docentes y personas educadoras:**

Peldaño básico y esencial en la sociedad, al ser la educación una de las vías de transformación más potentes. Necesidad de reestructuración y adaptación de un sistema educativo decadente y obsoleto.

- Desarrollar y trabajar la formación para educadores: Brindar herramientas útiles para una clase conjunta.
- Cosas relacionadas con la actividad diaria (Alimentación, higiene).
- Facilitar el acceso a diferentes modelos educativos.

**9. Gente Mayor, jubilados:**

Uno de los grupos sociales clave, debido al envejecimiento demográfico. Necesidad de llegar a las personas mayores, para que formen parte del cambio, perdiendo el miedo a el, dejando atrás el inmovilismo y las conductas políticas y de consumo aprendidas y empleadas durante gran parte de su vida. Este sector, además posee grandes conocimientos que transmitir a las generaciones más jóvenes, pues en su juventud eran mucho más autosuficientes y resilientes.

- Interacción personal y familiar.
- Encuentros para aprender y enseñar. Escuchar y poner en valor, compartiendo su sabiduría y haciéndoles partícipes del cambio. - Residencias autogestionarias. - Adaptar el discurso.

**\* Ejemplos:**

Talleres de recuperación de sabiduría tradicional. Ejercicios y trabajo en hogares del jubilado.

**10. Personas cuidadoras:**

Personas encargadas de trabajos de cuidados a dependientes (enfermos, ancianos) y familias.

- Centrar el discurso en lo cotidiano y mundano. - Consejos prácticos.



**\* Ejemplo:**

Talleres de formación para personas cuidadoras promovidos desde el ámbito municipal.

### **11. Personas desempleadas:**

Debido a la crisis económica se ha generado gran cantidad de paro estructural. Este sector tiene un gran potencial transformador, y la necesidad de sentirse útiles para la sociedad. El sistema actual les excluye, por lo que ofrecer alternativas inclusivas para ellos es muy necesario y transformador.

- Adaptabilidad. - Empoderamiento. - Asambleas en barrios. - Incentivar la autosuficiencia.
- Hacer "colectivo". - Sindicatos.

**\*Ejemplos:**

Proyectos de moneda social y huertos comunitarios.

### **12. Negocios, comercios, empresarios y gremios locales:**

Este es otro sector con gran potencial transformador, y necesario para la regeneración de las economías locales. La crisis ha profundizado la destrucción de este tejido de pequeñas empresas a nivel local, por tanto, es importante llegar a ellos para que formen parte del cambio.

- Consumo local, red de tiendas amigas. - REAS y otras redes de economía social y solidaria.

**\* Ejemplo:**

Elaboración de mapas de consumo local y ecológico, y su divulgación.

### **13. Políticos, instituciones, sindicatos y funcionarios:**

Necesidad de incluir y llegar a personas que trabajan en las instituciones, debido a su capacidad de promover el cambio desde dentro de las estructuras actuales. Muchas veces hay reticencias y reparos hacia los movimientos sociales, vistos como amenaza desde las instituciones.

- Espíritu propositivo e inclusivo. - Adaptar el discurso.
- Participar en plenos de los ayuntamientos, plantear propuestas ciudadanas.

**Ejemplo:**

Proponer programas de sensibilización a las instituciones.

### **14. Medios de comunicación:**

Herramienta para el mantenimiento del paradigma actual, principal fuente de desinformación. Alto potencial transformador, si se usaran en la dirección adecuada.

- Intentar atraer la atención de los medios, para dar visibilidad a los proyectos.
- Denunciar la manipulación informativa.
- Facilitar información apropiada a personas que trabajan en los medios de comunicación, para que den visibilidad al cambio.

**\* Ejemplos:**

Enviar artículos a periódicos. Participar en entrevistas y no morderse la lengua.

### **15. Personas de barrios marginales:**

Necesidad de llegar a sectores exclusivos, y hacer que formen parte del cambio, a fin de mejorar sus vidas y dar herramientas para salir de la marginalidad.

- Adaptar el discurso, acercándose a su realidad.
- Creatividad, actividades colectivas, casos prácticas, teatro social, etc.

**\* Ejemplo:**

Promover huertos urbanos en barrios marginales, promoviendo la soberanía alimentaria.

## 16. Autoconcienciación:

A causa de la gran cantidad de cambios, es muy importante la concienciación y cuidado de uno mismo. Para poder transmitir y promover el cambio, debemos de estar a gusto con nosotros mismos y con nuestro entorno. Esta es la llamada "Transición interior".

- Importancia del autoconocimiento, auto aprendizaje y cuidado de uno mismo.
- Introspección, desapego, empatía.
- Apertura de espacios para expresarse y compartir sentimientos y emociones, que den pie al apoyo mutuo y al desarrollo de la empatía.

\*Ejemplo:

En reuniones, asambleas y similares, abrir con unos minutos de espacio para que las personas expresen como se encuentran en ese momento.

## CONCLUSIONES PREGUNTA 2

Como puntos y enfoques comunes, enumeramos las siguientes conclusiones de la segunda pregunta:

- Difundir la alegría. - Centrarse en lo local y cercano (trabajo, familia, amigos).
- Evitar el roce y el desgaste. Buscar puntos coincidentes y evitar (en la medida de lo posible) lo que nos enfrenta. - Paso a paso, ni exigir ni juzgar.
- Ser el cambio que quieres ver en el mundo. Dar ejemplo práctico y real, para gente cercana.
- Dirigirse a colectivos afines y no afines. - Equilibrio, entusiasmo y confrontación sana.
- Partir de las necesidades y motivaciones de cada grupo. Importancia de identificar estas necesidades.
- Desarrollo y generación de empatía. Estrategias "win-win", lenguaje y propuestas adaptadas. Identificar necesidades de cada colectivo. Involucrar a las personas: - Compartir, participar.
- Comunicar en positivo (no adoctrinar), mostrar ejemplos, plantear preguntas, más que dar respuestas.
- Hacer ver consecuencias de mantenimiento de conductas y comportamientos actuales.
- Intentar entrar en el discurso de personas influyentes y famosas, para ampliar el público.

## 3) ¿QUÉ TE HA FUNCIONADO Y QUE NO?

### COMPARTE TUS EXPERIENCIAS:

#### Si Funciona:

##### 1. Normalización y cotidianidad:

- No sentirnos extraños al tratar temas relacionados con el Decrecimiento y la Transición.
- Hablar más de lo que nos une que de lo que nos separa.
- Tirar del Colectivo.
- Comunicar desde la tranquilidad y la calma, no mostrando la tensión y agresividad, evitando el discurso político e hiper-reivindicativo. - Menos teoría y más experiencia personal.
- Más corazón y menos pensamiento. - Abrirse el uno al otro.
- Constancia, continuidad del trabajo. - Análisis de la realidad.

##### 2. Encuentros presenciales:

- Pasarlos bien en grupo (cohesión grupal). - Acoger bien a la gente.
- Tener espacios de encuentro relajados. - Relaciones personales y escucha activa.
- Generación de vínculos y redes de colaboración gracias a los encuentros.

##### 3. Provocación:

- Genera reacción y crea debate. - Constancia en ella.

- Lo gratuito: No deja de ser una provocación bajo el pensamiento "economicista" actual.
- Momento y lugar adecuado. - Presencia en el barrio y la calle. - Publicidad divertida y llamativa.

#### **4. Diálogo:**

- A través de preguntas. - Más efectivo que imponiendo el discurso creado.
- Espacios adecuados para ello. - Concienciación a través de niños, que sensibilizan a padres.

#### **5. Coherencia:**

- Entre lo que se dice y lo que se hace. - Ser ejemplo de lo que quieres, sin apego al resultado.
- Compartir, mostrar. - Promover la curiosidad en el otro. - Difusión personal en la vida cotidiana.

#### **6 Vivir sin miedo:**

- Centrarse en el presente. - Generando en tu vida más felicidad que "impregne de color" la vida a nuestro alrededor. - Educación a través del cuidado. - Aprovechar las potencialidades del individuo y del grupo.

#### **7. Acción visible:**

- Sin hacer al otro sentirse culpable (genera rechazo). - Abordar necesidades ajenas, empatía (3º grado).
- Ser progresivo. - Dinámicas, improvisación, ocio. - Acciones cotidianas, conscientes y boca a boca.
- La humildad. - Vinculación conceptos más complicados con prácticas cotidianas. Aumenta percepción, comprensión e impacto.

#### **8. Divulgación Teórico-Científica:**

- Libro-Guía para el descenso energético (cosas prácticas). - Charlas y debates.
- Documental/ Película con "postre" (Documental con comida compartida).
- Traducción de contenidos para llegar a más personas, desde diferentes puntos de vistas y análisis.

#### **9. Conectar emocionalmente:**

- Crear modelos de contraste. - Creatividad. - Buscar herramientas de resolución de conflictos.
- Acompañar en el proceso de cambio. - Buscar esperanza (ganársela).
- Marcarse límites "saludables", saber hasta donde podemos llegar, no forzarnos y cuidarnos.

#### **10. Dar información Radical (Raíz de los problemas):**

- Explicar de forma sencilla el origen de los problemas. - Mapeo previo, red, bases de datos para difusiones.
- Horizontalidad/sinceridad. Compartir lo que se sabe y se tiene.

#### **11. Experimentación (casos prácticos):**

- Facilitación. - Teatro-Foro participativo. - Performance. - Mingas: Invitar a la gente a hacer un trabajo colectivo. - Espacio de creación a través del arte.

#### **No funciona:**

- Falta de continuidad. - No tener imagen pública. - No creernos del todo nuestras posibilidades.
- Recriminar. - Dar soluciones a la vida de los demás. - Catastrofismo. - Radicalismo.
- Divulgar vía foros de internet: mucha desinformación, discusiones absurdas. - Aparición en Medios de Masas: discursos que buscan la manipulación. Estrategia del Miedo. Culpa y obligación.
- Creer que tienes que convencer al otro, que tu visión "es mejor". No intentar vencer.
- Adoctrinar, imponer, discusiones largas que desgastan. - Prisa, impaciencia.
- Exceso de teoría: Aburrimiento. - Tristeza. - Documentales largos, en lenguas extranjeras sin subtítulos.
- Poner objetivos muy altos y abstractos. - Grandes cambios. - Ver solo el largo plazo.
- Pereza, mito del esfuerzo, zona de confort. - Campañas mundiales puntuales (basadas en el miedo, doctrina del shock). Mitin. Actitud de superioridad. Culpa. Idealización.

### **CONCLUSIONES PREGUNTA 3**

Como puntos y enfoques comunes, enumeramos las siguientes conclusiones de la tercera pregunta:

- Para transmitir y llegar a las personas que nos rodean es muy importante adaptar a lo cotidiano el men-



saje, llevando a cabo manifestaciones prácticas, y ofrecer sinceridad y empatía hacia las personas que nos rodean. -Para las personas involucradas activamente en la transformación social, es muy saludable establecer vínculos y mantener contacto con diferentes iniciativas, alimentando el apoyo mutuo y el intercambio de experiencias.

-Llamar la atención del público, rompiendo moldes y aumentar la visibilidad en lugares oportunos también nos ayuda a aumentar los impactos de nuestra actividad de sensibilización.

-El conseguir que las personas expuestas a nuestro trabajo saquen sus propias conclusiones y experimenten los beneficios por si mismo refuerza el aprendizaje. Por ello, el dar ejemplo en nuestro día a día, aportando coherencia a lo que defendemos es una estrategia muy exitosa, a parte de muy saludable a nivel personal, pues las personas observan la actividad y sus resultados despertando curiosidad en ellas y promoviendo un efecto contagio positivo. No desarrollar apego por el resultado, viviendo y trabajando en el presente, que al fin y al cabo es lo más real que tenemos.

-Es también importante mantener la humildad, la constancia y que nuestro mensaje sea divertido y atractivo para las personas.

-Para cierto tipo de personas, la divulgación teórico científica es muy efectiva. El ofrecer soluciones y aplicaciones prácticas a partir de esta información, el estimular el debate interactivo, o el combinar información teórica con eventos en donde socializarse y compartir es también exitoso. En ocasiones, traduciendo material en otras lenguas hacemos ver el movimiento a nivel internacional, y la escala de cambio necesaria.

-La conexión emocional, el contraste y la creatividad también son una herramienta muy potente, al llegar muy dentro de las personas, permitiendo estimular la sensibilidad hacia temas difíciles. Explicar el origen y raíz de los problemas, desde un punto sincero y horizontal, compartiendo conocimientos con las personas aumenta la comprensión e interiorización.

-Es de vital importancia acompañar y facilitar el proceso de entendimiento y cambio a nuestro alrededor.



# CONCLUSIONES FINALES

Podemos concluir que es de vital importancia adaptar la estrategia, el discurso y el enfoque dependiendo de la persona o grupos de personas a los que nos estemos dirigiendo. Es muy importante gozar de opcionalidad a la hora de promover el paso a la acción a través de la concienciación y sensibilización sobre las diversas problemáticas a las que nos enfrentamos.

También es de gran importancia que el mensaje sea positivo y a la vez sincero, que salga de dentro. La negatividad en el mensaje puede provocar rechazo, negación, bloqueo, inmovilismo, miedo e incluso caricaturización por parte del público objetivo, por tanto, hay que encontrar la forma de transmitir no solo la necesidad de cambio, sino los beneficios que el nos aporta en nuestra vida diaria. Con positivo, nos referimos a proactivo, es decir, que ponga en marcha a las personas, que les mueva a tomar parte activa en los cambios que les gustaría observar a su alrededor. Pasar de meros espectadores a actores de la función de la vida, convirtiéndose en sujeto del cambio.

El apoyo mutuo entre las personas que promueven el cambio, la creación de redes de colaboración, el compartir y celebrar los pequeños cambios son vitales en las transiciones futuras que vendrán de la mano del decrecimiento, y más asumiendo que se trata de una carrera de fondo, y no de acciones puntuales y esporádicas. La regeneración de los vínculos comunitarios dotarán a las sociedades de una mayor resiliencia tanto a nivel individual como colectivo, y esto es básico trabajarlo e interiorizarlo.

Por último añadir que todas las personas tenemos un rol clave a la hora de concienciar y promover el cambio en nuestras comunidades, "infectemos" a las personas que nos rodean. En ese proceso debemos estar abiertos a trabajar incluyendo la diversidad, adoptando metodologías participativas e inclusivas que promuevan la inteligencia colectiva y haciendo uso de la creatividad. No tengamos miedo a equivocarnos, la transición es un gran experimento.



# ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN - TABLA RESUMEN

PREGUNTA	TIPO Forma, sector	RESPUESTA
<p><b>1</b> ¿Qué formas de sensibilización conoces?</p> <p>Enumera ventajas y desventajas de cada una:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Divulgativas (teóricas y pasivas)</li> <li>-Participativas</li> <li>-Mediante el Ejemplo</li> <li>-Actividades a través de Internet</li> <li>-Creativas y Artísticas</li> <li>-Políticas</li> </ul>	<p>V: Cotidianidad, amplio espectro, gran potencial.  D: Verticalidad y unidireccionalidad. Intereses económicos. Necesidad digestión posterior datos.  V: Acción directa. Vínculos sociales. Divertido.  D: Requerimientos económicos, espacio, esfuerzo.  V: Irrefutable, compartible, cercanía, cooperación  D: Impacto solo entorno. Sistema lo dificulta.  V: Menos tiempo, constancia, cotidianidad.  D: Poco público, excluye ciertos sectores.  V: Potencia vía emociones, co-creación. Diversión.  D: Subjetividad, no llega a todos, logística compleja. Gran trabajo para puesta en marcha.  V: Empoderamiento, vínculos y tejido social.  D: Cansancio, logística, necesidad cambios profundos en la forma de hacer política.</p>
<p><b>2</b> Identifica Grupos sociales a los que concienciar.</p> <p>¿Cómo harías para llegar a cada uno de ellos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sectores sociales acomodados</li> <li>- Clases medias</li> <li>- Grupos de hombres</li> <li>- Familias</li> <li>- Vecinos, barrio</li> <li>- Jóvenes, adolescentes</li> <li>- Docentes, educador@s</li> <li>- Grupos de mujeres</li> <li>- Migrantes y autóctonos</li> <li>- Gente mayor, jubilados</li> <li>- Cuidad@ras</li> <li>- Desemplead@s</li> <li>- Negocios, empresarios y gremios</li> <li>- Políticos, sindicatos, funcionarios e instituciones</li> <li>- Grupos, movimientos y proyectos sociales</li> <li>- Medios de comunicación</li> <li>- Barrios marginales</li> <li>- Autoconcienciación: Transición interior, importancia del autoco-nocimiento, auto aprendizaje y cuidado de uno mismo. Introspección, desapego, empatía.</li> </ul>	<p><b>Conclusiones Generales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Difundir la alegría.</li> <li>- Centrarse en lo local y cercano (trabajo, familia, amigos).</li> <li>- Evitar el roce y el desgaste. Paso a paso, ni exigir ni juzgar. Buscar puntos coincidentes y evitar (en la medida de lo posible) lo que nos enfrenta.</li> <li>- Ser el cambio que quieres ver en el mundo. Dar ejemplo práctico y real, para gente cercana.</li> <li>-Tratar con colectivos afines y no afines.</li> <li>-Equilibrio, entusiasmo y confrontación.</li> <li>-Partir de sus necesidades y motivaciones.</li> <li>-Desarrollo y generación de empatía.</li> <li>-Estrategias "win-win", lenguaje y propuestas adaptadas.</li> <li>-Identificar necesidades de</li> <li>-Involucrar a las personas: Compartir, participar.</li> <li>-Acercamiento desde lo más humano, en positivo (no adoctrinar).</li> <li>-Plantear preguntas, más que dar respuestas.</li> <li>-Hacer ver consecuencias de mantenimiento de conductas y comportamientos actuales.</li> <li>-Intentar entrar en el discurso de personas influyentes y famosas, para ampliar el público e impacto.</li> </ul>

PREGUNTA

TIPO  
Funciona o no

RESPUESTA

### 3 Qué te ha funcionado y que no?

Comparte tus experiencias:

**Funciona**

- Normalización y cotidianidad
- Redes sociales y encuentros presenciales
- Provocación
- Diálogo a través de preguntas
- Coherencia entre lo que se dice y lo que se hace
- Vivir con menos miedo
- Acción visible sin culpabilizar
- Guía descenso energético, charlas, documentales
- Conectar emocionalmente
- Dar información radical (raíz de los problemas)
- Experimentación, facilitación

**No Funciona**

- Falta de continuidad,
- Falta de imagen pública
- Divulgar en foros de internet
- Estrategia del miedo y la culpa. Manipulación.
- Intentar vencer discusiones, convencer.
- Poner objetivos altos y abstractos
- Grandes cambios. Solo ver el largo plazo
- Pereza, apego a la "zona de confort"
- Campañas mundiales puntuales (Miedo y doctrina del shock.
- Actitud de superioridad. Culpa e idealización



*"Diseña proyectos de sensibilización que lleguen a tu comunidad y se adapten a las necesidades del público. Da tiempo para que las personas asimilen la información, compartan sus impresiones y tomen sus propias decisiones. Y recuerda, si no es divertido no es sostenible." Juan del Río - Guía del movimiento de Transición*

Desde el equipo de la Red de Transición queremos agradecer a tod@s los participantes y a la organización del "IV Encuentro de Iniciativas y Redes Decrecentistas y Transicioneras" realizado en Granada por su trabajo e implicación.

También queremos agradecer a las compañeras de la Red de Transición que no pudieron estar presentes, y a todas aquellas personas, colectivos y movimientos, que están trabajando por la construcción de un mundo mejor.

Esperamos que este informe, hecho con todo el cariño, sea una herramienta útil que permita que avancemos en nuestros proyectos.

Leedlo, difundidlo, utilizadlo.  
Creemos redes y sinergias entre personas e iniciativas para transformar nuestra sociedad.  
¡Junt@s podemos!

Para más información:  
[www.reddetransicion.org](http://www.reddetransicion.org)

Contactanos en:  
[conecta@reddetransicion.org](mailto:conecta@reddetransicion.org)

Subscríbete a nuestro boletín en:  
[www.reddetransicion.org/suscripcion](http://www.reddetransicion.org/suscripcion)

Colabora con nosotros en:  
[www.reddetransicion.org/colabora](http://www.reddetransicion.org/colabora)



De izquierda a derecha los autores del informe: Juan del Río, Jorge Carrasco y Mauricio Méndez.

Un trabajo de:

Con la colaboración de:

