

CÓMO INVOLUCRAR PÚBLICOS DESINTERESADOS EN INICIATIVAS DE ACCIÓN CLIMÁTICA



PASOS
PARTICIPACIÓN

by famsi
NOPLANETB
Un solo y único planeta
para todo el mundo

CAUSAS DE DESINTERÉS

- Contexto sobre el Cambio Climático

CAMBIO CLIMÁTICO

EL CAMBIO
CLIMÁTICO
ES NATURAL

SEGURO QUE
LA
TECNOLOGÍA
LO RESUELVE

A MÍ NO ME
VA A
AFECTAR

SI TODO EL
MUNDO LO HACE,
DE QUÉ VA VALER
QUE YO LO DEJE
DE HACER.

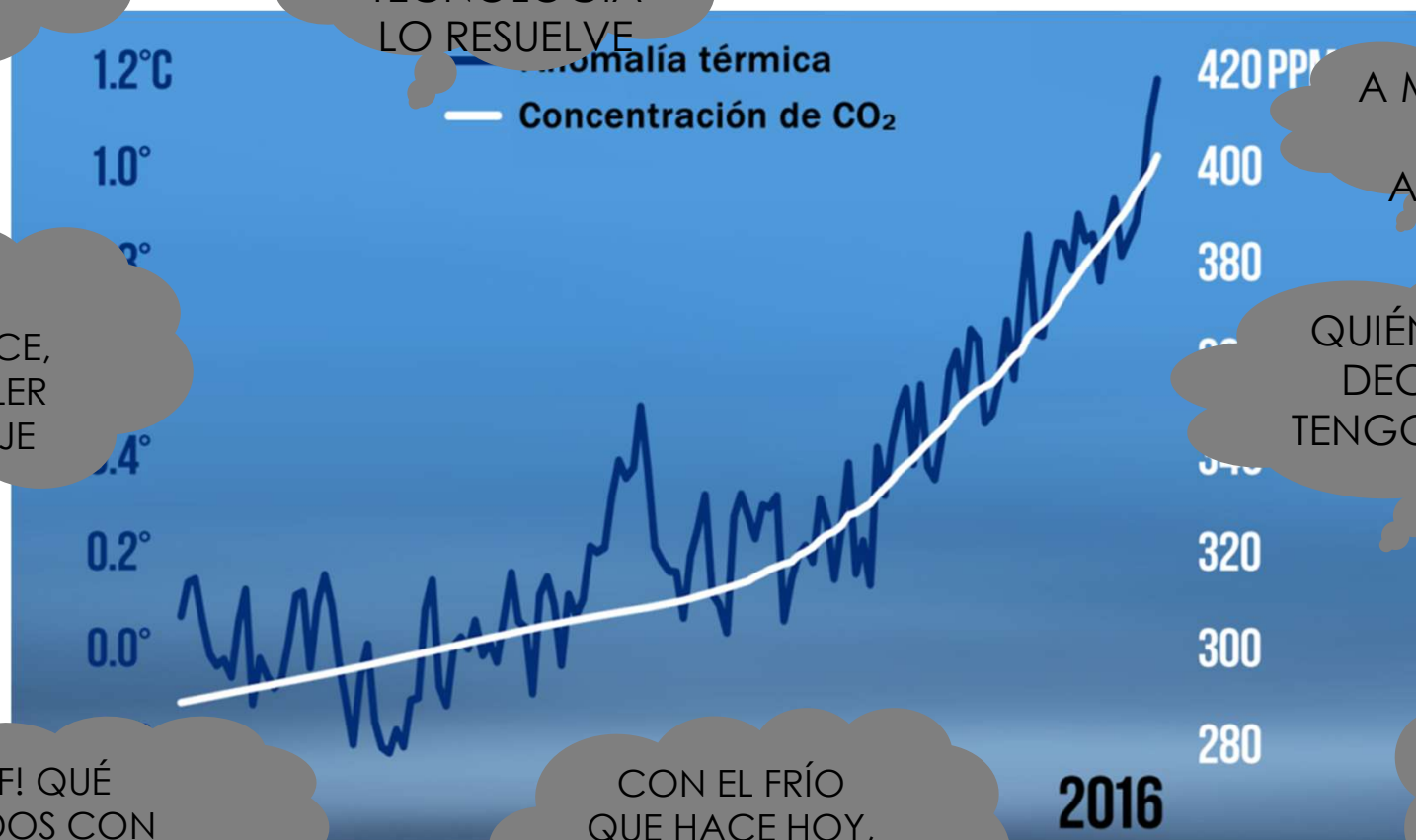
QUIÉN ERES TÚ PARA
DECIRME LO QUE
TENGO QUE DEJAR DE
HACER

ESO
ES
WORK

UFFF! QUÉ
PESADOS CON
ESO DEL CAMBIO
CLIMÁTICO

CON EL FRÍO
QUE HACE HOY,
Y LUEGO
HABLAN DEL

¿QUÉ
PUEDO
HACER
ANTE ALGO
TAN
GRANDE?



CAUSAS DE DESINTERÉS

- Contexto sobre el Cambio Climático
- No identifican ningún efecto o relación con su vida (a corto plazo).
- Existen otros intereses más importantes.
- Confusión (exceso de información y desinformación) ->. Cansancio
- Mensajes desempoderantes
- Sujetos pasivos
- Espacio o lugar
- La dinámica o herramienta utilizadas no son atractivas

NUESTRA PROPUESTA DE TRABAJO

¿De qué hablamos cuando nos referimos a metodologías participativas?

Proceso controlado por la población en el que reflexiona sobre su situación, decide, actúa y evalúa (cíclicamente). Hacia la consecución de un horizonte colectivo.

Partimos de un posicionamiento determinado y de unos principios...

LA CADENA OCULTA DE LA PARTICIPACIÓN

- *Para tomar conciencia de nuestra acción participativa y ser coherentes debemos reflexionar sobre los planos de la acción:*



De la ética a las herramientas y viceversa.
Fuente: Jesús Ibáñez y propia.
Elaboración: José Luis García Gascón y Equipo Pasos

¿QUÉ PODEMOS HACER?

POSIBLES ESTRATEGIAS

- Trabajar con y desde la gente

MODELOS DE RELACIÓN-PLANO EPISTEMOLÓGICO

Contra la gente: Opresiones y represión, violaciones de DD.HH, sistemas de explotación humana.

Sin la gente: trabajar por y para quien nos paga, nuestro partido u asociación, no tenemos que preguntarnos nada ni hablar con nadie, sólo hacer lo que nos han mandado o cumplir los objetivos marcados

Para la gente: conocer qué necesita la gente y dárselo, no trabajamos con nadie que no esté ya en la organización, ni preguntarnos nada que no esté ya resuelto por nosotras o nuestros objetivos

Con la gente: la gente es la protagonista del proceso y quienes lo gestionan debatiendo colectivamente y realizando conjuntamente propuestas

Desde la gente: La iniciativa parte desde la propia gente que es quien impulsa, construye y controla siempre el proceso

POSIBLES ESTRATEGIAS

- Trabajar con y desde la gente
- Vincular nuestra información a necesidades o problemas que puedan tener

LÍNEAS DE ACCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN



Fuente: Manuel Montañés, *El cuadro semiótico y las posiciones complejas de la participación*. Cuchará y paso atrás, 20.

LINEAS DE ACCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN

- Invitar: representatividad, temáticas, diversidad, convocatoria
- Querer: temáticas/objetivos que motiven, reconocimiento, espacios mixtos/no mixtos, confianza-vinculación
- Saber: capacitación, empoderamiento colectivo, participar en todos los ámbitos (público y privado)
- Poder: espacios y tiempos cotidianos, necesidades desde el género y la diversidad, funcionamiento interno de los espacios de participación

Fuente: elaboración propia a partir de M. Espiau, D. Saillard y R. Ajangiz

POSIBLES ESTRATEGIAS

- Trabajar con y desde la gente
- Vincular nuestra información a necesidades o problemas que puedan tener
- Que haya espacio para sus sentires
- Escucharlos, que sean las protagonistas (Sujetos activos).
 - Construir conocimiento desde su participación
 - Trabajar y romper discursos (dinámicas)

HERRAMIENTAS PARA REFLEXIONAR

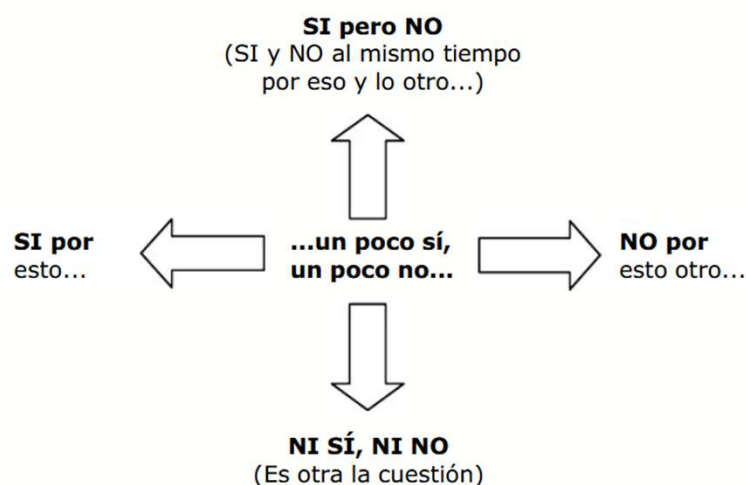
- Análisis de los discursos

- Tetralema

- Escenarios de futuro

- Teatro imagen

- Otras herramientas creativas (telenovela, libro dinamizador...).



POSIBLES ESTRATEGIAS

- Trabajar con y desde la gente
- Vincular nuestra información a necesidades o problemas que puedan tener
- Que haya espacio para sus sentires
- Escucharlos, que sean las protagonistas (Sujetos activos).
 - Construir conocimiento desde su participación
 - Trabajar y romper discursos (dinámicas)
- Adaptar lenguaje y construir diálogos donde se sientan valorados
- Romper espacios
- Generar confianza con el equipo
- Trabaja tu poder

PODER Y RANGO

- Basada en la definición de A. Mindell, lo definimos como la suma de privilegios de una persona debidas a sus características sociales o personal, y como estas son valoradas por el grupo o apoyada culturalmente.
- A los beneficios y ventajas que derivan de un determinado rango o posición de poder se les llama privilegio.
- Existen muchas fuentes de poder, el rango dependerá de la suma de todas ellas.
- El rango no es solo cómo nosotros sentimos nuestro poder, sino como nos ven los demás. Así, hay un tipo de rango que depende de cómo nos ven los demás y otro que depende de cómo nos sentimos.
- Difícil de reconocer nuestros privilegios, y de renunciar a ellos.
- El rango no es absoluto ni permanente. Está ligado a una determinada cultura y depende del momento y del lugar.
- Aumentar la conciencia grupal sobre la distribución del poder y las formas para compartir el liderazgo.
- Poner el rango a disposición del grupo.

PODER Y RANGO

TIPOS:

- **Social:** Se basa en factores como la raza, el género, la nacionalidad, la orientación sexual, la clase económica, la religión, la edad, la salud, la belleza, etc.
- **Contextual:** Se refiere al poder que resulta de pertenecer a un determinado lugar o grupo. Posición/jerarquía en organización.
- **Psicológico:** Sentimiento de autoestima y de seguridad en sí misma/o. Con capacidad (dedicación, esfuerzo y conocimiento) para sacar al grupo adelante.
- **Estar en el mundo / espiritual:** Sentirse conectada/o con una realidad trascendente o poder interior/personal.

RANGO SOCIAL

Características étnicas
Género
Preferencias sexuales
Edad
Clase social
Profesión
Riqueza/dinero
Educación (estudios formales, títulos....)
Salud/capacidad física
Red de contactos sociales
Apariencia/adecuación a los modelos de belleza imperantes
Idiomas

RANGO "ESTAR EN EL MUNDO" O ESPIRITUAL

Adecuación de lo que haces en tu vida tus valores
Claridad en tu visión personal y objetivos
Conexión con tus valores, creencias...

RANGO LOCAL/POSICIONAL

Posición en la jerarquía formal (si existiera)
Antigüedad en el grupo
Relación personal que mantienes con las personas queridas del grupo
Conocimiento y experiencia en ese campo
Acceso a las personas clave o quienes toman las decisiones
Conocimiento de los lenguajes y códigos del propio grupo

RANGO PERSONAL

Inteligencia
Confianza en ti mismo/a
Autoestima
Capacidad para superar adversiones
Capacidad de comunicación- habilidades sociales
Auto-conciencia
Desarrollo emocional
Capacidad para "influir" en otras/os
Iniciativa
Creatividad

PODER Y RANGO

El rango alto a veces es inconsciente: más fácil de abusar de él.

¿Cómo detectar un rango mayor?

- Más oportunidades de participar en un grupo
- Las intervenciones son mejor valoradas
- Más capacidad de influir en cómo a mi me gustan las cosas
- Acceso a los recursos grupales
- Ejemplo: Alguien dice: "¿Hacemos un grupo pequeño para decidir?" "no es necesario". ¿Para quién no es necesario

¿Cómo detectar un rango bajo?

- Incomodidad, como si no perteneciera al grupo
- Envía doubles señales
- Reprime sus sentimientos
- Represalias/Venganza

POSIBLES ESTRATEGIAS

- Trabajar con y desde la gente
- Vincular nuestra información a necesidades o problemas que puedan tener
- Que haya espacio para sus sentires
- Escucharlos, que sean los protagonistas (Sujetos activos).
 - Construir conocimiento desde su participación
 - Trabajar y romper discursos (dinámicas)
- Adaptar lenguaje y construir diálogos donde se sientan valorados
- Romper espacios
- Generar confianza con el equipo
- Trabaja tu poder
- Elige la herramienta adecuada

ELECCIÓN DE LA HERRAMIENTA: A TENER EN CUENTA

- Los **objetivos** que se persiguen
- La **madurez y el entrenamiento del grupo**
- El **tamaño del grupo**
- **Ambiente físico.** No todas las técnicas requieren el mismo tiempo y espacio.
- **Predisposición del medio externo.** Es decir, el clima de aceptación psicológica que se origina alrededor del grupo. A muchos les parece una pérdida de tiempo ocupar un tiempo a aprender a trabajar en grupo o en conocerse mejor. Profundizar en las actitudes.
- **Características de los miembros:** la edad, intereses, motivaciones que cada uno trae al entrar en un grupo, las experiencias anteriores que hayan tenido, las expectativas influyen a la hora de proponer una técnica.



MUCHAS GRACIAS!!!!

En internet:

- www.pasos.coop
- Facebook e Instagram: PASOS Participación

• Contacto:

652 04 36 34

isidro@pasos.coop