

# UNA GUÍA PARA PASAR A LA ACCIÓN



**GREENPEACE**

## UNA GUÍA PARA PASAR A LA ACCIÓN

Cuidar el medio ambiente es una responsabilidad de todos. Acabar con la contaminación de las fábricas, terminar con los gases tóxicos de las industrias, detener la desmedida deforestación u obligar a una industria a que deje de usar transgénicos o que etiquete sus productos, entre muchas otras cosas que perjudique al ambiente y a la salud son razones más que suficientes para que actuemos y nos organicemos.

Para conseguir revertir algún problema ambiental de manera efectiva lo que recomendamos es emprender una campaña.



## ¿QUE SIGNIFICA HACER UNA CAMPAÑA?

Poner en marcha una campaña va más allá de la organización y de un conjunto de actividades para lograr un objetivo. Una campaña implica:

- Un tiempo de preparación y planificación.
- Trabajo en equipo.
- Un compromiso real para lograr un cambio real.
- La participación de ciudadanos. Para ello, se debe informar del problema y de sus consecuencias, mostrar soluciones y lo factible que resulta aplicarlas, así como propuestas concretas de participación.
- Simplificar lo complejo y transmitirlo de una forma clara y sencilla. Aunque la realidad sea compleja la campaña nunca debe serla.
- Además de la posibilidad de un trabajo técnico, mucha creatividad y flexibilidad.
- Todo ello acompañado de grandes dosis de determinación, entusiasmo y paciencia, porque desarrollar una campaña no es tarea fácil, aunque es posible y además se puede ganar.

## LAS BASES DE UNA CAMPAÑA

La clave del éxito de una campaña es:

- Tener el objetivo claro.
- Diseñar una estrategia para lograrlo.
- Planificar y programar las actividades que vamos a realizar.
- Debemos definir el objetivo con precisión y tener claro cómo lo conseguiremos, y que todos los participantes lo conozcan y lo compartan.

Cuanto más claro sea y mayor sea la cantidad de personas e instituciones que lo apoyen, mayores serán las posibilidades de éxito.



El objetivo tiene que ser realista. Para ello debemos preguntarnos:

- ¿Con qué recursos contamos?
- ¿Qué plazos son razonables?

Si el objetivo es amplio, es necesario establecer prioridades.

## LA ESTRATEGIA

Para lograr nuestro objetivo es fundamental diseñar una estrategia.

Idear una estrategia significa conocer la situación actual y tener una visión del futuro; no se puede decidir sin saber a dónde quieres llegar.

Es importante recopilar toda la información posible, analizarla, priorizar, marcar líneas de actuación y concretar estrategias con la planificación y programación de las actividades que se realizarán.

Para conocer el problema, debemos fijar sus causas, los responsables, los posibles aliados y qué acciones podemos emprender.

Es importante disponer de información y sus fuentes pueden ser: noticias, informes de evaluación de impacto ambiental, documentación sobre el terreno (video, fotos, mapas, toma de muestras, recopilación de datos, testimonios...), herramientas legales, testimonios científicos, muestreos científicos, etc.

Consultar con técnicos y expertos. La credibilidad de nuestra campaña requiere de un buen conocimiento técnico del problema.

Averigüemos quiénes tienen responsabilidad en el tema.



Por lo general encontraremos dos niveles de responsabilidad:

- Responsable del proyecto industrial o actividad dañina para el medio ambiente y la salud.
- Responsables de conceder autorizaciones o de garantizar el cumplimiento de la legislación.

Analicemos la información. Es importante no pasar nada por alto. El análisis nos llevará a desglosar nuestro objetivo general en objetivos específicos.

## **ESTABLECER PRIORIDADES**

Será el momento de poner en orden de prioridad los objetivos específicos, en función de su potencial contribución a la solución del problema.

## **DEFINIR LÍNEAS DE ACCIÓN**

Una vez analizada la situación y establecidas nuestras prioridades, es hora de pensar qué líneas de actuación podemos poner en marcha. Según los casos, podemos pensar diferentes líneas de actuación que pueden ser complementarias o excluyentes, como son difundir la campaña en la sociedad para lograr apoyo, influir en ámbitos de gobierno, ejercer presión sobre quienes financian un proyecto dañino para el medio ambiente, etc.

## **PLANIFICAR Y PROGRAMAR LAS ACTIVIDADES**

Una vez definidas las líneas de actuación que vamos a seguir es el momento de plantearnos qué actividades realizaremos, con qué medios contamos (humanos y materiales), cual será el lugar más apropiado para cada una de ellas y el momento más oportuno para obtener resultados. Es decir, concretaremos nuestra estrategia.



En este punto necesitaremos ejercer el pensamiento creativo, tanto para desarrollar nuevas ideas, como para reinventar lo conocido.

¿Con qué medios? Con el equipo humano. Sin duda el equipo humano es el recurso más preciado del que disponemos, ya que son las personas las que hacen las cosas posibles. Puede ser que en un principio contemos con personas muy motivadas y deseosas de actuar pero no olvidemos que seremos más operativos y avanzaremos más rápidamente si nos organizamos, si dividimos las tareas y encontramos responsables para cada una de ellas.

Es posible que contemos en nuestro grupo con personas con experiencias y formación muy valiosas.

Por ejemplo, personas con experiencia en comunicación, en interpretar la información legal, en diseño, etc. También es bueno acercarse a expertos, si no se cuenta con ellos.

Recursos materiales: Siempre vamos a necesitar una serie de recursos materiales y, en general, los recursos económicos no serán abundantes. Esto supone que debemos de presupuestar los gastos, siendo realistas y previsores.

## **COMUNICACIÓN DEL MENSAJE Y DE LA ACTUACIÓN**

Debemos tomar en cuenta nuestro ámbito de actuación y las características sociales de la población a la que nos vamos a dirigir. Eso nos ayudará a adaptar nuestros mensajes y las acciones que propongamos. Es importante adecuar los mensajes y acciones a la población a la que nos dirigimos.

Cuándo. La elección del momento en el que se realizarán las distintas actividades será determinante para conseguir la máxima eficacia. Debemos ser nosotros -no las circunstancias externas- los que marquemos el ritmo e intensidad de la campaña, adaptándonos, eso sí, a los procesos que nos interesan



como puede ser la tramitación de un proyecto, el avance de una denuncia, el momento en que determinado proyecto se va a debatir públicamente, etc.

## **NO OLVIDAR: ¡NO-VIOLENCIA!**

El papel de la acción ciudadana es hacer valer nuestros derechos y actuar como testigos de la sociedad ante aquellos actos y hechos que lesionan tales derechos. En muchos casos ha sido la sociedad civil la que, con sus demandas, ha impulsado la creación de normas y programas ambientales, al exigir acciones concretas ante problemas determinados.

En Greenpeace creemos que para lograr este fin se debe optar siempre por una estrategia de acción no-violenta. Esto implica el respeto por todas las personas (ya sean aliados, neutrales o adversarios) durante toda la campaña.

“El fin está en los medios, como el árbol esta en la semilla”, decía Gandhí. No podemos lograr un fin con medios que lo contradicen, por lo tanto, no podemos optar en ningún caso por la violencia, física o verbal.

## **SOLUCIONES Y ALTERNATIVAS**

Es fundamental que en nuestra campaña siempre ofrezcamos soluciones y generemos alternativas viables al problema que estamos denunciando.

## **LA EVALUACIÓN**

Aprender de la experiencia.

Quando vayamos agotando distintas fases de nuestra campaña, es conveniente hacer una alto para evaluar si nos estamos acercando



a nuestros objetivos, si nuestra estrategia es la adecuada y nuestro trabajo eficiente.

Debemos plantear la evaluación como un ejercicio útil para valorar la eficacia y eficiencia de nuestra campaña.

Es importante que contemos con todas las personas que hayan participado en la campaña.

## RECAPITULACIÓN

Para establecer las bases de una campaña es preciso:

1. Definir con claridad el objetivo, siendo realistas en cuanto a recursos y plazos.
2. Diseñar una estrategia; para ello se requiere:
  - a. Recopilar información para reconocer el problema, sus causas, los responsables, posibles aliados y vías de actuación.
  - b. Analizar la información obtenida.
  - c. Desglosar el objetivo en objetivos específicos y establecer prioridades.
  - d. Definir nuestras líneas de actuación: Difusión pública de la campaña para lograr apoyos, influencia en ámbitos de gobierno, presión sobre quienes financian el proyecto, etc.
3. Planificar y programar las actividades.

Para cada línea de actuación.

- a. Qué hacemos.
- b. Con qué medios.
- c. Dónde.
- d. Cuándo.
- e. Y no olvidemos evaluar nuestro trabajo para ver como podemos ser más eficaces. La no-violencia debe estar presente en todo momento.



La comunidad de El Higo, Veracruz, impidió que operara una peligrosa incineradora de desechos tóxicos.



La comunidad de El Higo, Veracruz, impidió que operara una peligrosa incineradora de desechos tóxicos.



La comunidad de El Higo, Veracruz, impidió que operara una peligrosa incineradora de desechos tóxicos.



Estas son algunas propuestas y métodos de trabajo que en Greenpeace nos han funcionado por más de tres décadas. Esperamos que con tu convicción y trabajo sea posible revertir daños al medio ambiente que son urgentes de resolver. Cada uno de nosotros puede hacer algo; de lo contrario, si no actuamos, el futuro de nuestro planeta seguirá degradándose hasta llegar a un punto sin regreso.

Te deseamos toda la suerte en tu campaña.

**Tus amigos de Greenpeace México.**



\* Imágenes tomadas de las distintas campañas de Greenpeace México.

