

A woman in a patterned shirt and dark jacket is shouting with her mouth wide open, holding a megaphone. She is surrounded by other people in a crowd, suggesting a protest or public demonstration. The image has a warm, yellowish tint.

# GUÍA PARA PASAR A LA ACCIÓN

EMPRENDE UNA CAMPAÑA

**GREENPEACE**

Cuidar el medio ambiente es una responsabilidad compartida. Cambiar actitudes y conductas, actuar y organizarnos son clave para proteger y preservar el medio ambiente, así como para promover la paz.

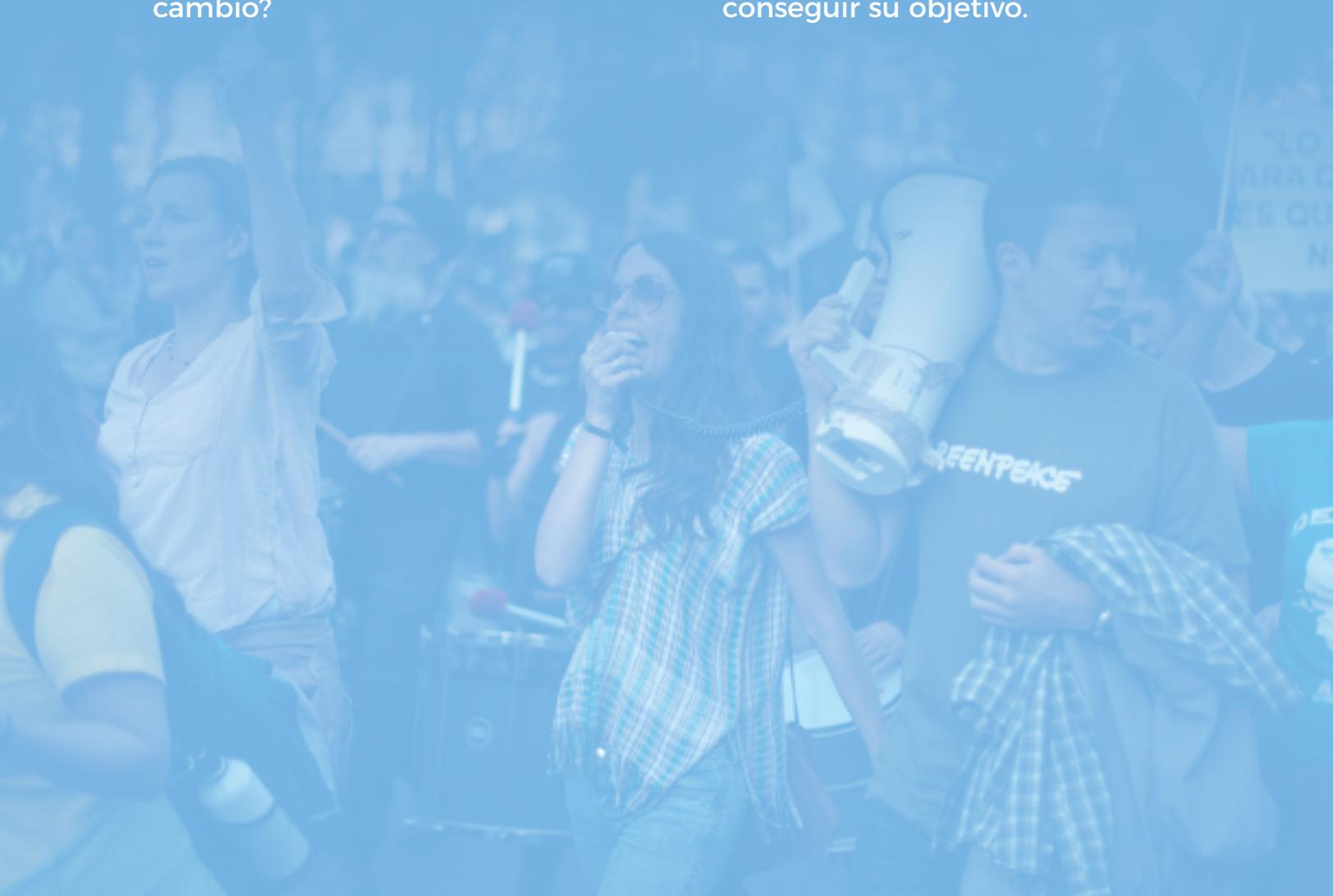
¿Has identificado una problemática?

¿Quiéres hacer algo para resolverlo y ser agente de cambio?

Entonces, esta guía es para ti.

Es a través de una campaña, que tú, junto con el poder de más personas puedes conseguir grandes cosas.

Cada campaña tiene vida propia, una identidad, estrategias y un objetivo particular, sin embargo, en esta guía te compartimos elementos básicos que todo proyecto tiene en común para conseguir su objetivo.



# ELEMENTOS BÁSICOS PARA UNA CAMPAÑA EXITOSA

- INVESTIGACIÓN
- DOCUMENTACIÓN
- OBJETIVO
- ESTRATEGIA
- PLAN DE ACCIÓN
- ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO
- EXPOSICIÓN Y DIFUSIÓN
- MOVILIZACIÓN
- EVALUACIÓN



# INVESTIGAR & DOCUMENTAR

Para comenzar a desarrollar una campaña es necesario que investigues y conozcas la situación actual, identifiques el problema y tengas una visión del futuro.

Investiga toda la información posible en noticias, informes de evaluación de impacto ambiental, reportes, etc. que te ayuden a conocer la problemática, los afectados, quienes están involucrados (Ej. políticos, empresarios, grupos armados, etc.) y de este modo puedas considerar si en términos de seguridad y de información puedes iniciar una campaña.



Documenta en video, fotos, mapas, recopilación de datos, testimonios, herramientas legales, muestreos científicos, etc.

Ahora sí, estás listo para analizar, priorizar, definir un objetivo, marcar líneas de actuación, definir estrategias y programar actividades.

# DEFINIR EL OBJETIVO

A través de un objetivo específico, medible, alcanzable, realista y acotado en el tiempo, podrás tener una mayor claridad de lo que quieres conseguir y estarás un paso más cerca de alcanzar el éxito de la campaña.

Esto te ayudará, un objetivo siempre comienza con un verbo, por ejemplo:

**ALCANZAR**  
**DETENER**  
**PROHIBIR**  
**SALVAR**  
**LIMPIAR**



Un objetivo puede ser:

Lograr la cancelación del proyecto inmobiliario "X" en Benito Juárez, Puebla, en un plazo de 6 meses.

Sí, definir el tiempo en el que quieres conseguir ese objetivo también será de gran ayuda. Eso no significa que si no se ha conseguido en ese plazo debes renunciar y olvidarlo. Los tiempos nos ayudan básicamente a definir nuestra ruta de trabajo de un a manera ordenada y realista.

# ELABORAR UNA ESTRATEGIA

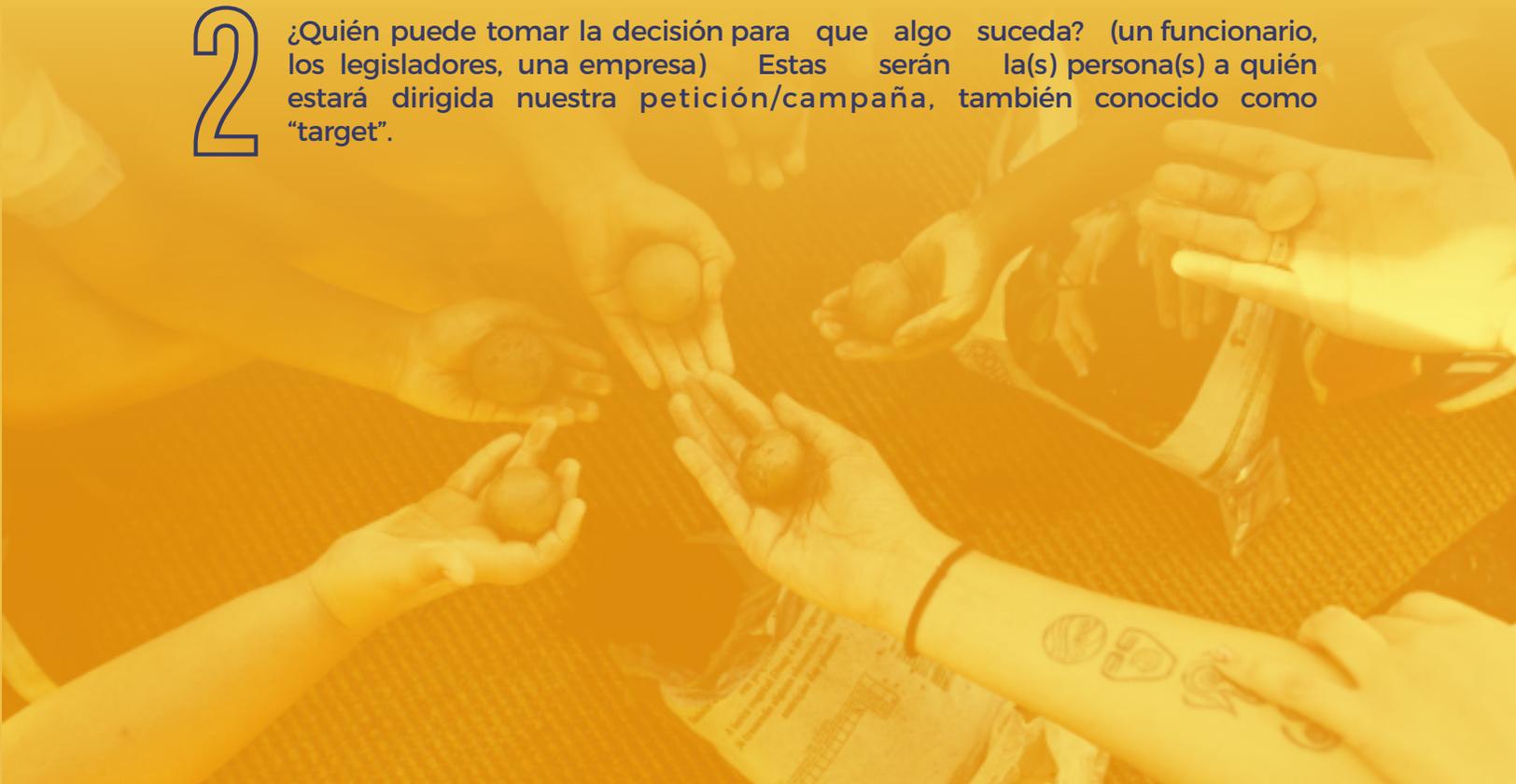
Una estrategia es identificar qué tenemos que hacer para convertir los recursos que tenemos (conocimiento, tiempo, relaciones, votos, dinero, etc.) en el poder que necesitamos para alcanzar el cambio que queremos.

Todos somos capaces de elaborar estrategias.

Para dar orden y estructura a una estrategia responder las siguientes preguntas puede ser de gran ayuda:

**1** ¿Qué cambio quiero lograr? ¿Por qué es importante? ¿cómo beneficiará al medio ambiente y a las personas el cambio que estoy buscando? ¿Mis sueños? ¿Cómo sabré que he ganado? Esto determina el objetivo de nuestra campaña.

**2** ¿Quién puede tomar la decisión para que algo suceda? (un funcionario, los legisladores, una empresa) Estas serán la(s) persona(s) a quién estará dirigida nuestra petición/campaña, también conocido como "target".



**3** ¿Quién puede influir o conseguir el cambio que queremos? (personas, organizaciones, entidades de gobierno, empresas, grupos de investigadores/científicos, etc) Estas son las personas que queremos movilizar para alcanzar nuestro objetivo, es decir, nuestras audiencias.

**4** ¿Qué le interesa o preocupa a estas personas/organizaciones? ¿De dónde viene su poder? ¿Votos? ¿Donaciones? ¿Dinero? Estos son los argumentos que podemos utilizar para influir a los tomadores de decisiones.

**5** ¿Con qué recursos contamos? (Usatupoder.org, redes sociales, amigos, vecinos u otras personas con el mismo interés, p.e)

**6** ¿Qué necesitan o quieren de nosotros las personas/organizaciones, actores involucrados etc.? ¿Cuáles de nuestros recursos les pueden servir/interesar a ellos? Esto nos sirve para identificar maneras de colaborar y movilizar a otras personas.



# CREA UN PLAN DE ACCIÓN

## Y DEFINIR ACTIVIDADES

Para cumplir el objetivo definido previamente, debes definir las líneas generales de actuación. El plan de acción es un espacio para discutir qué, cómo, cuándo y con quién se realizarán las acciones para convertir nuestros recursos en el poder para alcanzar lo que queremos.

Tener claros los siguientes puntos nos ayudarán a delimitar las actividades particulares (tácticas) que nos conducirán al logro de los objetivos de la campaña.

ACTIVIDAD	FECHA	LUGAR	RECURSOS ECONÓMICOS, MATERIALES, HUMANOS	LOGRO

Recuerda que:

Cuando planees las actividades piensa en cómo van a apoyar al objetivo final y que gente necesitas para hacerla.

Un plan puede cambiar según el contexto (interno y externo). La planeación debe ser evaluada periódicamente para corregir y mejorar sobre la marcha. Un proyecto flexible podrá adaptarse a los cambios sociales, políticos, económicos, de seguridad y tecnológicos y de este modo tendrá más posibilidades de ganar.



## SEGURIDAD

Al liderar o formar parte de un equipo de campaña te puedes enfrentar con situaciones de violencia e inseguridad, muchas de ellas pueden evitarse o mitigarse si estás informado y tomas conciencia.

Algunas preguntas clave que serán de apoyo para reforzar la seguridad:

- Al hacer una investigación en campo ¿Qué sabes sobre los antecedentes del objetivo? ¿Qué investigación de campaña se ha hecho? ¿Cuáles han sido las respuestas anteriores del objetivo (si hicimos campañas contra ellas previamente)? ¿Se hizo suficiente mapeo del área de destino? ¿Es seguro hacer la investigación en campo?
- Al momento de hacer la estrategia y definir la forma de trabajo con el influenciador o tomador de decisiones ¿Qué información tenemos de la organización, persona o entidad que tiene el poder de influir en el cambio que estamos buscando? ¿Qué información destaca? ¿Cuál es nuestra estrategia con este influenciador/tomador de decisiones? ¿Qué contactos ha habido con este/a hasta el momento?
- Durante la elaboración del Plan de acción: ¿Cuándo llevarás a cabo tus tácticas? ¿Por qué ésta fecha? ¿Son estas actividades seguras? ¿Cuáles son los escenarios planteados para lidiar con las respuestas potenciales? Si se presenta una situación fuera de nuestro alcance y plan ¿Cuáles son los escenarios de salida? ¿Tienes planes A, B, C, D? Hay alguna preocupación de seguridad y cuáles son tus estrategias de mitigación? ¿Hay riesgos legales al realizar esta actividad? ¿Cuáles? ¿Estoy dispuesto a correrlos, puedo solventarlos?



- Durante las actividades de movilización toma en cuenta lo siguiente:

## ACTIVIDADES EN CALLE:

- Haz público tu evento.
- Lleva una identificación oficial.
- Llega y vete acompañado.
- Ten a mano números de emergencia, ubica baños, farmacias, tiendas y cámaras de seguridad, recepción de celular, rutas de evacuación y policías cercanos (con quienes se recomienda que te presentes y expliques qué hacen ahí).
- Realiza actividades en espacios sin antecedentes violentos.
- Pide autorización para realizar una actividad y lleva el permiso.
- No ingieras bebidas alcohólicas, estupefacientes, ni fumes antes y durante el evento.
- Cuida tu lenguaje verbal y corporal, muestra una actitud de respeto y no violenta.

- Acuerden un punto de reunión fuera del lugar donde se lleva a cabo la actividad por si se debe evacuar ese espacio.

- Si un miembro del equipo está siendo acosado, intimidado o violentado, otro compañero debe acudir en su apoyo de manera calmada pero contundente.

- No dejes el lugar sin avisar a otro compañero de la actividad.

- Si llevas hojas de firmas, resguarda las hojas ya que poseen información personal vulnerable.

- Si estás siendo violentado no hagas movimientos rápidos, no hagas contacto visual con el atacante, no te pongas y entrega lo que te pidan.

- Realiza actividades con luz de día.

- No portes, ni lleves objetos de valor.

- En caso de una emergencia, llama a tus compañeros, Whatsapp no funciona en casos urgentes.

- Lleva tu celular cargado y con saldo.



# ORGANIZAR & TRABAJAR EN EQUIPO

Organizar a nuestra gente es un requisito indispensable para movilizar a las personas allá afuera. Tener una visión compartida de lo que se quiere lograr y trabajar bajo un esquema de corresponsabilidad, son requisitos indispensables para obtener mejores resultados, reconocer y aprovechar los talentos de cada uno de los miembros.

El trabajo en equipo debe basarse en una buena comunicación y con líneas muy claras sobre el alcance, límites y responsabilidades de cada miembro.

Algunos principios para trabajar en equipo:

Podemos no estar de acuerdo con todo, pero sí con las bases y los principios que rigen el proyecto.

Debemos tener claro el objetivo principal que nos mantiene trabajando juntos.

Reconocer que las contribuciones varían, cada miembro dará al equipo diferentes recursos, tiempo y experiencia.

La diversidad de experiencias, habilidades, visiones dentro del equipo le da fuerza y solidez a la campaña. Los diferentes puntos de vista permiten tomar mejores decisiones, ser más creativos, tolerantes y alcanzamos a más personas.

Estructurar y establecer de forma clara la toma de decisiones.

Distribuir el crédito de manera adecuada (no oportunismo o usar el nombre de otros sin su consentimiento).

Clarificar hasta dónde y hasta cuando llega nuestra participación.

Dejar claro lo que sucederá cuando la campaña termine.

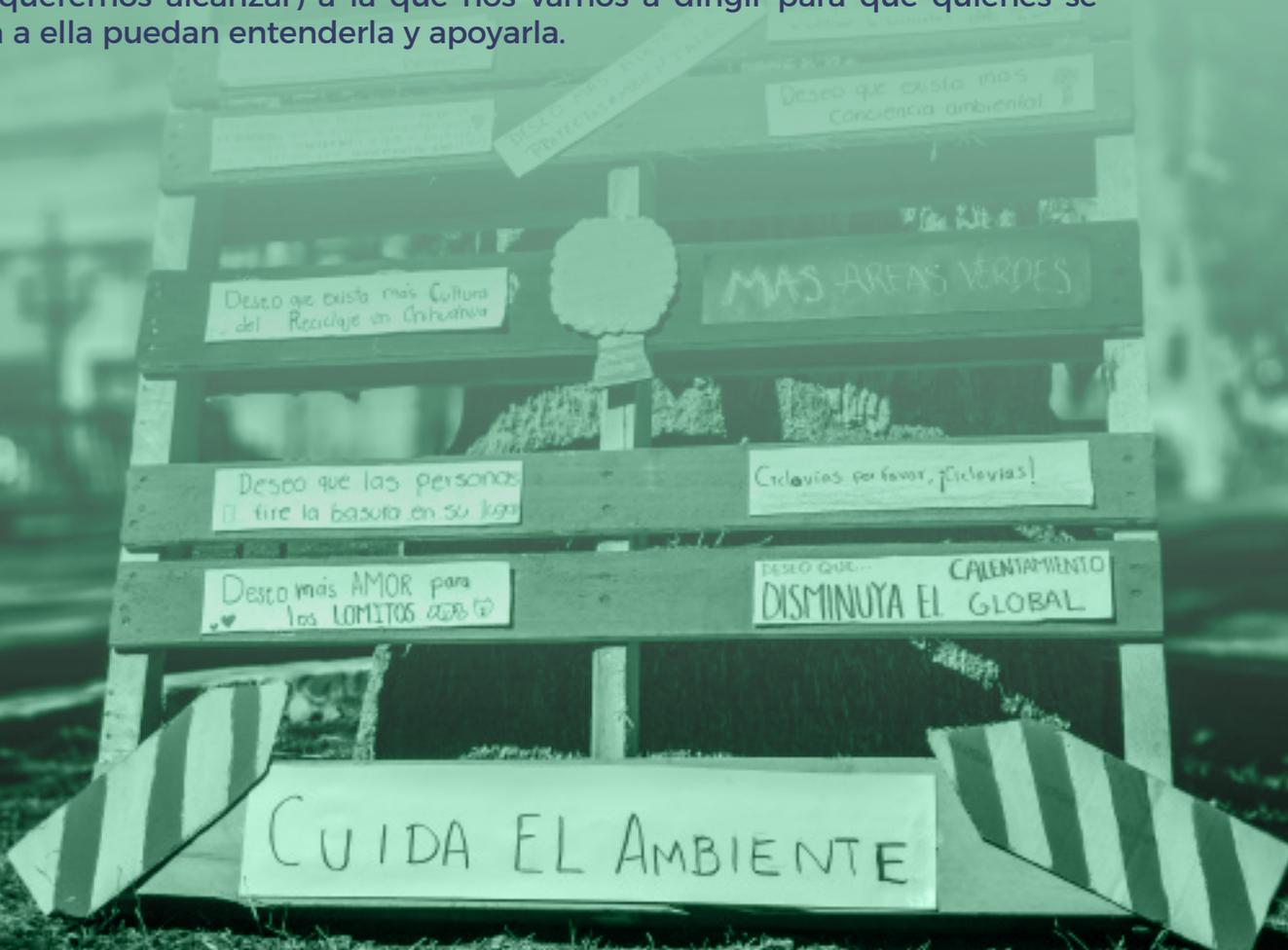
Claridad en la comunicación, no asumir para evitar malos entendidos.

# EXPONER Y DIFUNDIR LA CAMPAÑA

Dar a conocer tu campaña, la problemática y las soluciones te permitirá llegar a más personas, además te será más sencillo involucrarlas si expones cómo pueden actuar (desde una firma hasta formar parte del equipo de campaña).

Utiliza todos los canales posibles, foros, pláticas informativas, eventos, redes sociales, entrevistas o cartas a medios locales y aprovecha los momentos mediáticos para visibilizar la campaña y ejercer presión sobre los tomadores de decisiones.

Si bien una campaña puede ser compleja debes buscar la forma de transmitir el mensaje de forma sencilla, clara y de acuerdo con la audiencia (las personas que queremos alcanzar) a la que nos vamos a dirigir para que quienes se unan a ella puedan entenderla y apoyarla.



## APROVECHA LAS HERRAMIENTAS DIGITALES

Plataformas online como Usa tu Poder y redes sociales están re-escribiendo el papel que las personas juegan en las campañas. A través de medios sociales como Facebook, Twitter e incluso a través de los mensajes de texto podemos fortalecer y conseguir mayor apoyo a nuestra campaña. Si suficientes personas comparten el mensaje de una campaña a través de hashtags, el mensaje se puede volver “trending” y recibir publicidad adicional vía los medios y apps que destacan los trending topics.

Por otro lado, el envío de correos electrónicos para poner al día a las personas que apoyan la campaña, invitarlos a firmar tu petición y unirse a eventos son tácticas que pueden ayudarte a movilizar a más personas.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Contactar y exponer a los medios de comunicación sobre tu campaña ayudará a amplificar el mensaje y llegar a más personas. Es importante que al hacerlo cuentes con datos duros y argumentos, no opiniones ni suposiciones. Considera lo siguiente al buscar una entrevista o una nota de prensa:

Conoce los medios locales que les pueda interesar tu campaña y crea una lista de contactos.

Domina la información referente al proyecto.

Sé congruente entre lo que exigas en tu campaña y tu vida diaria.

Escucha activamente y piensa antes de hablar.

Crea empatía y sé convincente.

Sé respetuoso y amable.

Cuida tu lenguaje corporal, verbal y expresiones.

Si no conoces alguna pregunta o tema, mejor ser honesto y decir “no sé”.



# MOVILIZAR Y ACTUAR

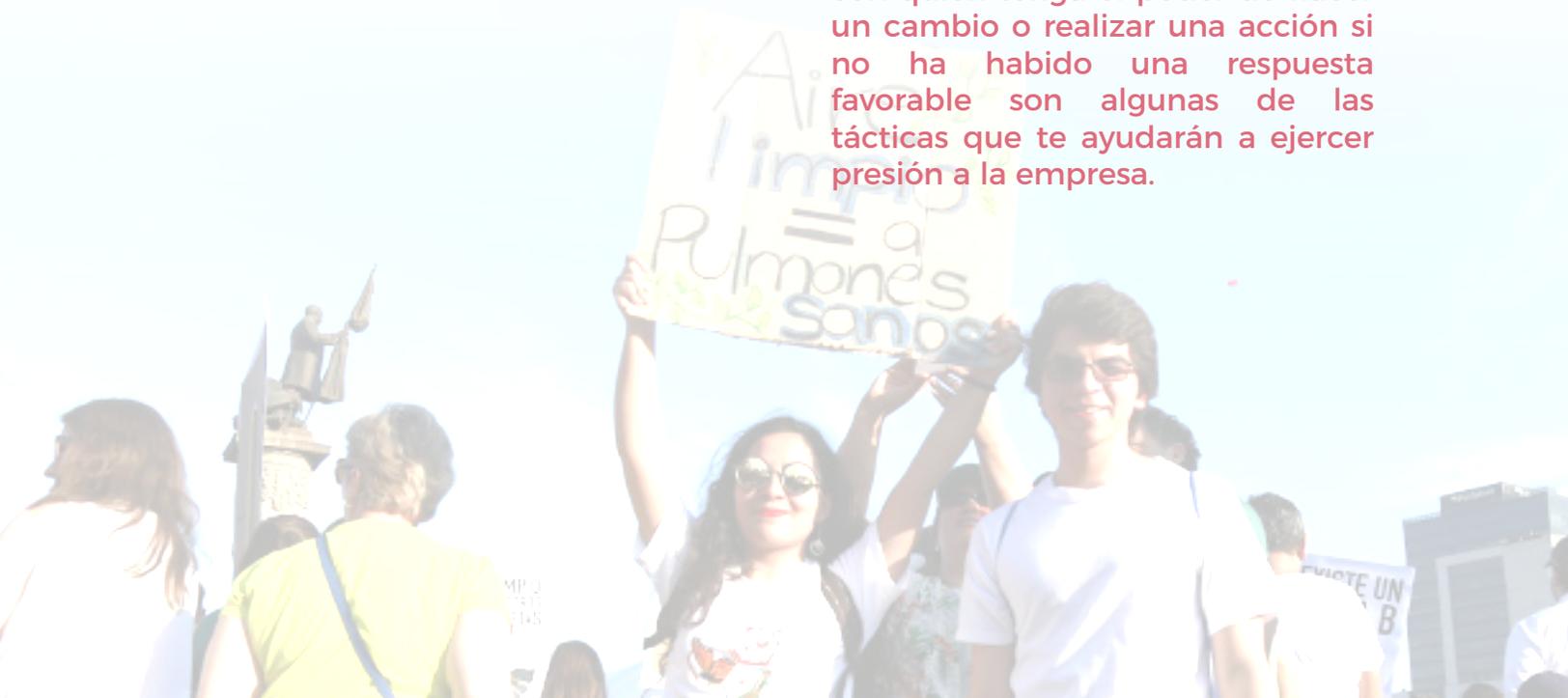
Los ciudadanos somos capaces de cambiar la situación actual, trabajando juntos tenemos la posibilidad de cambiar el mundo.

La movilización ciudadana puede adoptar distintas formas dependiendo del cambio que se quiera conseguir y de quien tenga el poder para conseguirlo, ya sea el gobierno, una empresa, comunidad o personas individuales.

Algunas formas para movilizar pueden ser:

**1. PRESIÓN DE LOS CONSUMIDORES:** las marcas son muy sensibles a la presión pública y se esfuerzan mucho en proteger su reputación. Boicots: Las personas pueden presionar a una empresa o marca al decidir no comprar sus productos o servicios.

**2. PRESIÓN EMPRESARIAL:** Las personas pueden lograr cambios en las empresas si influyen en los accionistas, empleados, inversores o socios de la misma. Crear una petición, enviar una carta, llevar a cabo una negociación, una reunión con quien tenga el poder de hacer un cambio o realizar una acción si no ha habido una respuesta favorable son algunas de las tácticas que te ayudarán a ejercer presión a la empresa.





**3. PRESIÓN POLÍTICA:** Hay muchas formas en que los ciudadanos pueden influir a los gobiernos y políticos, para conseguir un cambio de leyes, políticas y normativas. Contacta a los políticos y funcionarios gubernamentales vía email, carta, teléfono y medios sociales. Puedes asistir u organizar reuniones, foros o espacios de debate donde participe la ciudadanía y los funcionarios, crear una petición y aumentar la presión a través de los firmantes.

**4. CREAR CONCIENCIA:** A menudo el primer paso para utilizar el poder de las personas es sacar a la luz un problema. Las campañas para sensibilizar y crear conciencia se combinan a menudo con otras estrategias que permiten a la ciudadanía actuar.

**5. CROWDSOURCING:** Internet permite a grandes grupos de personas asumir tareas, involucrarse en la toma de decisiones y contribuir a la solución de problemas específicos. Las campañas de crowdsourcing organizan el trabajo de distintas comunidades, redes sociales y grupos aprovechando una mayor fuente de creatividad, conocimiento y recursos.

**6. HACER VOLUNTARIADO:** A través de la donación de tiempo y habilidades a una organización, las personas pueden potenciar y unir esfuerzos por una causa al tiempo que reciben experiencia, nuevas amistades y satisfacción. Cada vez son más las opciones para ejercer el voluntariado que van desde el trabajo digital como subir información en los medios sociales, escribir blogs hasta trabajo en calle como organizar eventos, actividades, talleres, etc.

**7. DONACIONES:** Las donaciones permiten a campañas y organizaciones realizar estudios, investigaciones, actos educativos, pagar equipos, etc. Internet hace cada vez más fácil que las personas realicen sus propias campañas de captación de fondos en nombre de una organización o campaña.

**8. CAMBIO DE CONDUCTA Y HÁBITOS:** Un cambio de conducta sigue siendo el objetivo de muchas campañas. Cada vez es más frecuente que nuestras decisiones se vean influenciadas por la gente de nuestra edad o por aquella con la que tenemos algo en común. **Demostración social:** Comprar productos orgánicos o de comercio justo es una demostración social y una forma de influir sobre la conducta de amigos y familia.

**9. ACCIÓN DIRECTA NO VIOLENTA:** La sociedad civil a través de manifestaciones, paros temporales, toma de espacios, etc. pueden aumentar el nivel y la calidad de los debates públicos, involucrar a las personas e incluso alcanzar el objetivo. Recuerda llevar a cabo estos actos desde la No Violencia.



## CAMPAÑA ENGANCHADORA Y CREATIVA

Las personas sólo invierten energía y tiempo en una campaña cuando entienden su importancia, solución y la forma en que pueden ayudar.

Una campaña innovadora y creativa te permitirá atraer a más personas y motivarlas para actuar, solo sigue estos principios creativos.

- Considera que el ser humano es creativo por naturaleza ieres creativo!
- Desarrolla muchas ideas y no te guardes ninguna por loca que parezca
- Piensa en grande y llegarás lejos
- Construye sobre las ideas de los demás en lugar de criticar y juzgar
- Escucha las ideas de los demás
- Selecciona, desarrolla y concreta las ideas con potencial



# EVALUAR

Evaluar te permitirá aprender y mejorar en futuras oportunidades. La evaluación no necesariamente se debe hacer al final de la campaña, por el contrario, las evaluaciones periódicas te ayudarán a reajustar y modificar estrategias o tareas para alcanzar el objetivo.

Ten presente el o los objetivos de la campaña. Las evaluaciones en equipo son las más efectivas ya que la diversidad de opiniones y puntos de vista darán un panorama más completo e imparcial.

Con el objetivo claro será más sencillo saber si logramos o no nuestro cometido, además es altamente recomendable que como equipo se hagan las siguientes preguntas:

**¿QUÉ LES FUNCIONÓ BIEN?**

**¿QUÉ SE DEBIÓ MEJORAR?**

**¿QUÉ APRENDIERON DURANTE EL PROYECTO**

**QUE LES PUEDE SERVIR PARA FUTURAS**

**ACTIVIDADES/CAMPAÑAS?**

## ▶ COMPARTE TU EXPERIENCIA E HISTORIA

Compartir tu historia y la de tu campaña, ayudará a involucrar e inspirar a más personas, además de aprender de tu experiencia y a construir relaciones más fuertes y basadas en la confianza dentro del equipo.

Si has ganado la campaña ¡Felicidades! ¡Comparte y celebra tu victoria! Será una fuente de motivación para muchas personas que como tú quieren hacer algo por el planeta y su comunidad.

**AHORA ESTÁS LISTO,  
¡TÚ PUEDES GANAR UNA  
CAMPAÑA SI DEDICAS  
TIEMPO, PACIENCIA,  
ENERGÍA, TRABAJO EN  
EQUIPO Y CONVICCIÓN!  
MUCHO ÉXITO.**

## ¿TIENES DUDAS O REQUIERES ORIENTACIÓN?

Revisa esta plataforma:

Greenpeace Greenwire (comunidad de Voluntarixs Greenpeace México)  
o escríbenos a: [gmx@greenpeace.org](mailto:gmx@greenpeace.org)

## ¿QUIERES UN POCO DE INSPIRACIÓN Y HERRAMIENTAS DE MOVILIZACIÓN?

Checa estos links:

[Greenpeace Greenwire](#)

[Mobilization Cookbook](#)

[Usa tu poder \(Sitio de peticiones medio ambientales\)](#)

[Greenpeace México](#)

## ¿NECESITAS INFORMACIÓN LEGAL Y DE DERECHOS HUMANOS?

[Manual de acciones colectivas y amparo para lograr la justicia ambiental](#)

[Manual antiminero](#)

[Manual de Derecho Agrario](#)

[Cartilla preventiva frente a la Reforma Energética](#)

[Cartilla de Seguridad ciudadana](#)

GUÍA PARA  
**PASAR A LA ACCIÓN**

EMPRENDE UNA CAMPAÑA

**GREENPEACE**