

La reivindicación del poder del diálogo

Herramientas para diálogos
antirumores

diversit.



RECI


Ciudades Interculturales
Ciutats Interculturals
Kultura Arteko Hiriak
Cidades Interculturais



La reivindicación del poder del diálogo

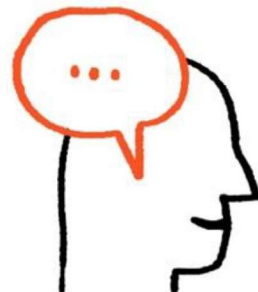
Autor: Dani de Torres

Diversit, diciembre 2020

Con la colaboración de:  "la Caixa"

Contenido

#00. INTRODUCCIÓN	3
#01. EL DIÁLOGO COMO HERRAMIENTA PARA LA CREACIÓN DE NARRATIVAS ALTERNATIVAS	4
#02. ALGUNAS PREMISAS PARA EL DIÁLOGO ANTIRUMORES.....	5
#03. BARRERAS QUE DIFICULTAN UN DIÁLOGO ANTIRUMORES.....	6
#04. LA CAJA DE HERRAMIENTAS PARA DIÁLOGOS ANTIRUMORES	8



#00. INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo en el que observamos con preocupación un auge de discursos populistas que estigmatizan a determinadas personas y colectivos apoyándose en la difusión de prejuicios, rumores y directamente *fake news*. También vemos cómo se consolidan las burbujas o cámaras de eco¹ en las que tendemos a resguardarnos con aquellas personas que piensan de manera similar a nosotros y se reducen los espacios de interacción constructiva entre los que piensan diferente.

Internet y las redes sociales han permitido el acceso a mucha información y a nuevas maneras de comunicarnos, uniendo a personas y rompiendo fronteras. Pero también están reforzando estas “burbujas sociales” a través de algoritmos que filtran la información que nos llega y que se ajusta más a nuestras creencias e intereses. También se ha convertido en un escaparate donde los más exaltados difunden mensajes simples cargados de prejuicios, falsedades y hostilidad. En diversos países ha aumentado la polarización social y la dinámica del ‘nosotros-ellos’. En algunos casos encontramos líderes políticos que han ostentado u ostentan cargos de mucha responsabilidad que han contribuido de manera muy activa a reforzar la polarización social.

Si bien la mayoría de la población no suele compartir las ideas de los más exaltados, este consumo frenético de información sesgada en las redes sociales o en determinados medios tiende a reforzar la polarización y la hostilidad. Aunque no seamos conscientes, la atmósfera y el ruido tóxico acaba afectando a nuestras percepciones.

Los formatos en los que se difunde y comparte la mayor parte de la información a través de las RRSS se caracteriza por priorizar la brevedad, como los mensajes o videos cortos, que permitan captar nuestra atención, ya sea a través del humor y el uso de “memes” y mensajes directos, simples y con un componente emocional. En pocos minutos podemos “consumir” un gran número de “píldoras” informativas sobre todo tipo de temas y opiniones sobre las que es muy difícil profundizar. Esto requiere tiempo, y este formato no está pensado para esto. Es verdad que las RRSS permiten el acceso a artículos, estudios y un gran número de fuentes de información interesante y rigurosa. Pero el consumo principal y la mayor parte del tiempo se destina a ese consumo más superficial y a menudo compulsivo.

Son malos tiempos para la reflexión sosegada, el intercambio de ideas y el diálogo constructivo. Las oportunidades de contrastar tranquilamente nuestras ideas con quien piensa diferente se van reduciendo.

Este *paper* se enmarca en el trabajo del programa [Intercultural Cities](#) del Consejo de Europa de ofrecer recursos teóricos y prácticos con el objetivo de construir estas narrativas alternativas. Ponemos el foco en la responsabilidad individual de las personas y en la importancia y reivindicación del poder del diálogo cara a cara.

¹ En los medios de comunicación de masas, una cámara de eco es la descripción metafórica de una situación en la que la información, ideas o creencias son amplificadas por transmisión y repetición en un sistema «cerrado» donde las visiones diferentes son censuradas, están prohibidas o minoritariamente representadas.

#01. EL DIÁLOGO COMO HERRAMIENTA PARA LA CREACIÓN DE NARRATIVAS ALTERNATIVAS

A pesar del poder de los medios o el gran impacto de las redes sociales, el diálogo cara a cara sigue siendo una herramienta fundamental para generar cambios profundos y duraderos en las opiniones y creencias de las personas. Sin embargo, en este contexto de auge de los discursos populistas y estigmatizadores es importante generar narrativas alternativas **más rigurosas, constructivas y basadas en el respeto a los derechos humanos y en la dignidad de todas las personas, el valor y reconocimiento de la diversidad y en los valores que permitan la convivencia y la cohesión social.**

Los procesos de creación, comunicación y difusión de estas narrativas requieren de un enfoque multidimensional y multinivel: deben implicar a diversos ámbitos, contextos, canales, mensajeros y la participación de un gran número de agentes, tanto de las institucionales como del conjunto de la sociedad civil.

El objetivo del diálogo que proponemos es muy específico y no se puede generalizar a cualquier tipo de diálogo, ni tampoco tiene que ver con el diálogo intercultural, que persigue otros objetivos. Se trata de **identificar herramientas para que este diálogo estratégico consiga resultados y contribuya a generar algún cambio en aquellas personas cuyas creencias se apoyan en prejuicios y desinformación.**

El método y las herramientas que proponemos son el resultado combinado de diez años de experiencia en el desarrollo de estrategias antirumores y de formaciones en ciudades de diversos países, junto con el *know how* y recursos generados en esas ciudades, así como de la inspiración de otras experiencias. Algunas de ellas son el resultado del trabajo de personas como Justin Lee² con una gran experiencia en promover el diálogo entre personas que piensan muy diferente y en un contexto muy polarizado, y que analiza muy bien las barreras y las mejores técnicas para abordar diálogos estratégicos. Otras experiencias muy inspiradoras son las de Has Rosling y la fundación Gapminder, con su compromiso para luchar contra la ignorancia y la desinformación, identificando los instintos que nos impiden acercarnos a la verdad y cómo podemos presentar la realidad y los datos de manera innovadora y eficaz³, y también el de la filósofa y activista brasileña Marcia Tiburi⁴ quien reivindica el poder del diálogo como una “guerrilla de la resistencia” y como una forma de acción política necesaria para intentar dialogar con aquellas personas que han abrazado los discursos más autoritarios y populistas.

2 Lee, J. (2018) Talking across the divide how to communicate with people you disagree with and maybe even change the world. J.P.Tarcher,U.S./Perigee Bks.,U.S

3 Rosling, H. (2018). Factfulness: Ten Reasons We're Wrong About The World - And Why Things Are Better than you think. Hodder And Stoughton

4 Tiburi, M. (2015) How to Talk to a Fascist: The Authoritarianism of Everyday Life. Bloomsbury Academic.

#02. ALGUNAS PREMISAS PARA EL DIÁLOGO ANTIRUMORES

El diálogo debe ser un complemento de otras acciones que persiguen el objetivo de generar narrativas alternativas y de promover el pensamiento crítico y la empatía.

Este diálogo es un instrumento para conseguir unos resultados concretos. Debe hacerse desde el compromiso con el rigor, los hechos y la verdad, así con los valores de respeto a los derechos humanos y a la dignidad de todas las personas.

En ningún caso se trata de manipular ni de ganar. El problema es afrontar un debate como si se tratara de una batalla en la que imponer nuestros argumentos.

El diálogo que planteamos se debe entender como un proceso que tiene resultados más profundos en el medio y largo plazo. Pero esto no significa que no podamos conseguir resultados humildes o relevantes en conversaciones espontáneas.

El diálogo no significa en ningún caso relativizar, minimizar o aceptar ideas con las que no estamos nada de acuerdo y que podemos considerar negativas o peligrosas. Se trata de reivindicar la responsabilidad individual de todos para tener una actitud proactiva y al mismo tiempo eficaz.

El diálogo tiene sus líneas rojas. Ante posiciones claramente extremas, intransigentes o racistas no hay que dialogar.

Se prioriza el diálogo con personas que forman parte de la mayoría ambivalente y que tienen opiniones basadas en prejuicios y la desinformación.

Este diálogo se plantea desde la esfera privada, es decir y se priorizan los diálogos cara a cara con una sola persona, por demostrar que tienen mayor impacto, aunque esto no significa que en determinados contextos sea recomendable plantear diálogos con más personas.

El diálogo puede ser fruto de una acción proactiva y planificada o de una situación espontánea. En el primer caso, dispondremos de más tiempo para prepararlo, en el segundo, deberemos improvisar más, pero también podremos aplicar las técnicas y recomendaciones que planteamos.

El contexto importa. Para mantener un diálogo productivo es importante disponer de un entorno tranquilo y de tiempo. Si no es así, mejor ni intentarlo.

El diálogo exige preparación, práctica y una evaluación continua de los resultados a partir de la prueba-error.

#03. BARRERAS QUE DIFICULTAN UN DIÁLOGO ANTIRUMORES

Antes de poder dialogar de manera estratégica, debemos conocer las principales barreras que pueden dificultar nuestros diálogos.

La protección de nuestro ego. Nuestro ego juega un papel importante en nuestras vidas porque nos intenta dar confianza, seguridad y tranquilidad ante las complejidades del mundo. Cuando se activa, a menudo nos impide cuestionar nuestras creencias desde una visión objetiva y racional. Como explica muy bien Justin Lee en su libro, a nadie nos gusta que nos traten como si fuéramos ignorantes o malas personas. Esto solo provocará que nos pongamos a la defensiva (o al ataque) y que no nos abramos a escuchar otros argumentos o puntos de vista.

En general, las personas tendemos a pensar que estamos en lo cierto y ante una evidencia de que estamos equivocadas, solemos justificar nuestra postura en lugar de modificarla. También tendemos a prestar más atención a la información y argumentos que confirman nuestras creencias que a las que las cuestionan, y buscamos cualquier excusa para desacreditarlas o ignorarlas. Nuestro ego nos intenta facilitar la vida, pero mal gestionado la puede complicar mucho.

La tendencia al confort y a la simplificación. Nuestro cerebro es bastante vago: una vez estamos satisfechos con nuestras creencias, nos cuesta mucho hacer el esfuerzo de cambiarlas. Vivir en nuestra burbuja nos resulta cómodo y tener que cambiar nuestras opiniones nos genera incomodidad e incertidumbre. Debemos tener un motivo importante que justifique o provoque el cambio, y no es fácil encontrarlo. Además, tendemos a fijarnos mucho más en los mensajes simples y directos que podamos entender enseguida y sin hacer mucho esfuerzo. El problema es que a normalmente las mentiras y los rumores son más simples que la verdad, que acostumbre a ser más compleja. Ante una realidad compleja nuestro cerebro tiende a buscar una única causa, y a menudo lo encuentra en los chivos expiatorios.

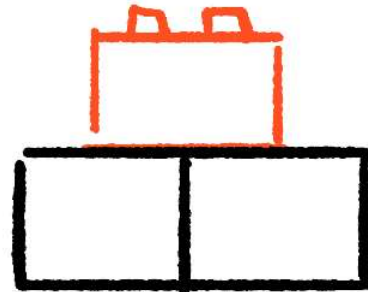
La lealtad a nuestro grupo y la tendencia a ver el mundo en clave de grupos en conflicto. No somos conscientes de hasta qué punto nos influyen las opiniones de los miembros de los que consideramos “nuestro grupo”. Además, en contextos de mayor polarización y fragmentación, las personas tendemos a ver la realidad en base a grupos contrarios. Es decir, si sumamos la tendencia a la generalización y a buscar grupos contrarios, nos metemos en la dinámica tan peligrosa del “nosotros-ellos”. A esto le podemos sumar la influencia del contexto, la tendencia al etnocentrismo y a la homogeneización de los “otros grupos” a los que podemos acabar deshumanizando con nuestros prejuicios, ignorancia y ausencia de vínculos e interacción positiva.

El poder de lo negativo, lo dramático y del miedo. Los medios de comunicación y muchos políticos saben que nuestro cerebro se activa y presta mucha más atención a las historias dramáticas que avivan nuestro instinto de reacción ante el miedo y la amenaza. Las noticias o historias corrientes o más positivas lo tienen mucho más complicado para

captar nuestra atención. Cuando nos sentimos amenazados por algo o por alguien, aunque no haya motivos objetivos, reaccionamos a la defensiva y el pensamiento crítico desaparece. La tendencia a fijarnos más en lo negativo, la influencia de las incertidumbres y cambios culturales y socio-económicos sumados a los discursos que fomentan el miedo, las soluciones simples, los prejuicios y la hostilidad al diferente, nos puede provocar una mirada muy distorsionada de la realidad. Identificar los miedos de las personas con las que dialogamos es muy importante.

La amenaza a nuestra visión del mundo. Algunas de nuestras creencias forman parte de la base que conforma nuestra forma de ver e interpretar el mundo. Se vinculan a nuestros valores más fuertes y están vinculadas a aspectos como la ideología, la religión o en creencias importantes sobre los conceptos de justicia, libertad e igualdad. Si en un diálogo sobre un tema concreto alguien nos cuestiona nuestras creencias más profundas, tendemos a rechazar sus argumentos y reaccionar a la defensiva.

Verdad, ¿qué verdad? Otra barrera relacionada con lo poco que cotiza últimamente la verdad y los esfuerzos por intentar acercarnos a ella, es la distorsión que supone la difusión de rumores, *fake news* y mensajes que persiguen intereses alejados del rigor y los hechos y datos objetivos. En la actualidad podemos encontrar argumentos y datos que pretendan confirmar las creencias más absurdas. Por ello es importante mantener el compromiso con la información que está contrastada y con los argumentos y hechos objetivos que nos acercan más a la realidad.



#04. LA CAJA DE HERRAMIENTAS PARA DIÁLOGOS ANTIRUMORES

Ya tenemos claras las principales barreras que pueden dificultar más nuestros diálogos y ahora nos toca pasar a la acción.

La **preparación de los diálogos** será diferente en función del contexto y de la situación, pero podemos identificar algunos aspectos clave:

Adquirir y practicar las competencias para el diálogo estratégico antirumores.

Tener un buen conocimiento de los temas y consultar fuentes de información diferentes y revisar nuestros posibles sesgos.

Informarse sobre el perfil de la otra persona.

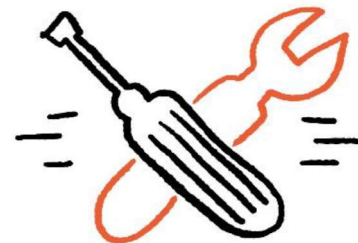
Pensar posibles preguntas, historias, argumentos, datos, etc. que nos puedan ser útiles en el diálogo.

Ponernos objetivos concretos (“con esta persona creo que ya estaría muy bien si conseguimos hablar y escucharnos tranquilamente y poder volver a hablar más adelante sin enfadarnos...”).

Asegurar que disponemos del tiempo y el espacio favorable para el diálogo. Si no es así, en la mayoría de ocasiones es mejor ni intentarlo.

Identificamos a continuación las principales herramientas para mantener diálogos productivos.

Herramientas actitudinales	Un espejo crítico
	Empatía para reconocer y humanizar al otro
	Humildad y paciencia
	Autocontrol de las emociones
	Conocer nuestros límites
Herramientas prácticas	Escuchar de manera activa y hacer las preguntas adecuadas
	Utilizar el poder de las historias
	Plantear nuestros argumentos y puntos de vista de manera estratégica
	Revisar el resultado e identificar las lecciones aprendidas



4.1. Herramientas actitudinales

Un espejo crítico. El mayor error que podemos cometer es pensar que nosotros estamos libres de prejuicios, de desinformación y que los instintos que antes hemos descrito no nos influyen. Si queremos ser agentes de cambio, antes de empezar a pasar a la acción debemos reflexionar sobre cómo nos afectan nuestros instintos y contextos vitales y cómo debemos mantener una actitud crítica con nosotros mismos.

Empatía para reconocer y humanizar al otro. Es muy importante que la otra persona sienta que nuestro interés es sincero, que nos importa lo que nos dice y que estamos haciendo un esfuerzo real para intentar entender su visión. Debe sentir que la respetamos y que reconocemos que quizá tenga buenas intenciones, aunque pensemos que está equivocada. Si utilizamos un lenguaje agresivo, si nos situamos en una posición de superioridad moral o le tratamos con condescendencia, no conseguiremos nada.

Humildad y paciencia. Es importante que seamos humildes y no tengamos grandes expectativas porque entonces nos frustraremos en seguida. Pero la experiencia demuestra que, si nos ponemos pequeños objetivos y los conseguimos, nuestra motivación aumenta y seremos más constantes. En ocasiones, el resultado al que podremos optar es que la otra persona esté dispuesta a volver a hablar con nosotros sobre ese tema. Algo nada sencillo y que resulta fundamental para nuestra estrategia de 'lluvia fina'. Otras veces el objetivo puede consistir en haber sido capaces de plantar la semilla de la duda, o que la otra persona haya estado de acuerdo en algunos aspectos de nuestros argumentos. En los mejores casos podremos observar que la otra persona se cuestiona realmente su creencia, aunque sea de manera indirecta. Esto es un gran logro. Pero la humildad también significa que nosotros también debemos estar abiertos al cambio.

Autocontrol de las emociones. La actitud "zen" es la clave para evitar que todo nuestro esfuerzo no sirva para nada o incluso tenga un efecto contraproducente. Es importante controlarnos y adoptar una actitud estratégica y no olvidar que buscamos resultados y que no se trata de ganar un debate o de quedarnos satisfechos mostrando nuestro enérgico rechazo a las ideas de la otra persona. Si subimos el tono de voz, si nuestro lenguaje corporal muestra agresividad, si interrumpimos a la otra persona constantemente y nos mostramos indignados, será muy difícil que consigamos algún resultado.

Conocer nuestros límites. Nos podemos encontrar en situaciones en las que consideremos que el diálogo no tiene sentido y que se están cruzando unas líneas rojas. Debemos conocer nuestros límites y ante comentarios denigrantes o racistas de una persona que se muestra intransigente y que solo persigue la confrontación y atención, es mejor no dialogar.



4.2. Las herramientas prácticas

Podemos identificar cuatro grandes herramientas de las cuales se desprenden pequeños instrumentos que describiremos a continuación.

Escuchar de manera activa y hacer las preguntas adecuadas. Cuando queremos mantener un diálogo productivo, la primera norma es escuchar de manera activa y con objetivos claros. En primer lugar, la otra persona tiene que percibir que realmente nos interesa su opinión y que le dejamos tiempo para explicar su “historia”. Escuchar es una muestra de respeto, de interés sincero y de empatía. Cuando lo hacemos, estamos reconociendo al otro y lo humanizamos. Para ello es imprescindible que acompañemos nuestra escucha con preguntas adecuadas y pensando en nuestros objetivos. ¿Qué tipo de información nos interesa obtener?

- Los intereses, preocupaciones y motivaciones que se encuentran detrás de sus opiniones.
- El nivel de conocimiento que tiene la otra persona sobre el tema, si es profundo o superficial.
- Identificar la posible desinformación, los prejuicios y rumores en los que basa sus opiniones, así como las fuentes de información que utiliza.
- El significado que le da a conceptos importantes sobre la temática de la que estamos hablando. Si no compartimos el mismo significado, será muy difícil dialogar o que nos pongamos de acuerdo en algo.
- Conocer experiencias personales que le hayan influido y marcado sobre el tema del que estemos hablando.
- Identificar si la persona tiene alguna percepción de inseguridad, miedo o amenaza y conocer las causas de fondo que motivan esa percepción.
- Identificar intereses, preocupaciones o necesidades que tengamos en común.



La información que obtengamos de este proceso de escucha activa será fundamental para escoger bien nuestros argumentos e historias para que tengan algún impacto.

Utilizar el poder de las historias. Las experiencias personales y las historias que tengan un componente emocional son mucho más eficaces que los datos y la información “neutra” para provocar algún impacto en la otra persona. Los diálogos exigen preparación y práctica, y por esto es importante que dediquemos tiempo a recordar o a buscar esas historias que consideramos que pueden trasladar nuestros mensajes de manera más eficaz. Si queremos compartir conocimiento sobre una realidad que afecta a un colectivo, o sobre el impacto de una actuación o política, o si queremos poner en evidencia unos hechos o datos objetivos, debemos desarrollar la habilidad de transmitir esa información en el marco de una experiencia personal o de una historia.

Si la otra persona ha tenido una mala experiencia en relación a la temática de la que estáis hablando, le dará igual si las estadísticas demuestran que esa realidad es minoritaria. Por

eso es importante compartir historias con un componente emocional que permitan contrarrestar la suya y aportar otro punto de vista. Se trata de darles la oportunidad de experimentar otra historia, otra narrativa. Las historias que incluyan la superación de alguna dificultad, que sean cercanas, que humanicen y pongan el énfasis en elementos comunes y compartidos, tienen un mayor impacto.⁵

No siempre podemos recurrir a historias personales o en las que la otra persona se identifique directamente, pero también podemos recurrir a historias que hayamos leído o visto y consideremos adecuadas para el contexto.

Plantear nuestros argumentos y puntos de vista de manera estratégica. Después de haber escuchado con atención a la otra persona y de haber obtenido información relevante, es el momento de plantear nuestros argumentos e historias.



a) Generar una conexión

El primero objetivo es el de generar una conexión con la otra persona para fomentar la empatía y evitar que nos ubique en “grupos contrarios”.

Explicándole su propia “historia”. Una estrategia muy eficaz para demostrar que escuchamos con atención es recapitular resumidamente los argumentos de la otra persona: *“Si lo he entendido bien lo que quieres decir es que...”*. Cuando la otra persona escucha su propia historia explicada por nosotros, reconoce que tenemos un interés real en entenderla y se crea cierta complicidad.

Hablando desde sus valores e intereses. Nuestra tendencia es la de argumentar desde nuestros intereses y valores. Si, en cambio, presentamos nuestros argumentos desde los valores e intereses de la otra persona, facilitamos que esté más abierta a escucharnos y quizá a cuestionar su opinión. Por ejemplo, si hablamos con una persona para la cual la familia es importante, podemos incorporar este valor en nuestros argumentos: *“Esta política lo que pretende es facilitar la reagrupación de las familias para que puedan vivir juntas. Piensa que hay personas que llevan años viviendo y trabajando aquí, como Claudia, la enfermera que cuida a tu madre, que no ha podido ver a sus hijos desde hace*

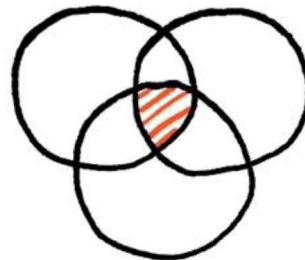
⁵ En su paper “How to tell the intercultural story” Rune Kier explica los principales criterios que debemos tener en cuenta para que las historias tengan impacto. Aunque su análisis se centra en la construcción específica de la narrativa intercultural, muchas de sus recomendaciones nos pueden ser muy útiles y coinciden plenamente con el enfoque y las herramientas dialécticas que planteamos en el próximo apartado.

tiempo...”. Si añadimos una referencia personal a alguna persona que sea cercana y con quien mantenga algún vínculo emocional, nuestro argumento será más persuasivo.

Reconociendo puntos de acuerdo. Mientras escuchamos su explicación, quizá podamos encontrar alguna idea o argumento con el que estemos de acuerdo. Si por ejemplo observamos que la persona está preocupada por un aumento de la inseguridad y culpa de ello a todo un colectivo de personas por su origen o su etnia, antes de entrar a cuestionar esa afirmación, podemos empezar destacando un punto de acuerdo: *“A mi también me importa la seguridad, en eso estamos totalmente de acuerdo. Sin embargo...”*. Al hacer esto, facilitamos que la otra persona esté más predispuesta a reconocer puntos de encuentro con nuestros argumentos.

Haciendo referencia a intereses o preocupaciones comunes, ya sea de tipo cultural, social, deportivo, profesional, etc. Estos intereses comunes puede que ya los sepamos porque conocemos a la otra persona, o porque los hayamos intuido en su explicación. *“En el fondo lo que te quiero decir está relacionado por ejemplo con el origen del jazz, que tanto nos gusta a los dos...el jazz nace del encuentro y la fusión entre la música y ritmos tradicionales africanos con elementos de la música europea y la que se escuchaba en Norteamérica en esa época. Sin esa mezcla de influencias (en ese caso tristemente forzada por la realidad de la esclavitud) ahora no podríamos disfrutar del jazz. ¿te imaginas?! Pues lo que te quería decir es que ...”*.

Otro ejemplo podría ser: *“Ya sé que igual que yo, valoras mucho el comercio local como factor de cohesión y dinamismo del barrio. Por esto creo que es positivo que se mantengan muchos comercios y se abran nuevos gracias a vecinos que han venido de fuera, porque sino muchos habrían desaparecido...”*. Además, si en vez de hablar de “inmigrantes” hacemos referencia a conceptos como “vecinos”, no solo estamos humanizando a un colectivo estereotipado, sino que nos metemos dentro del mismo grupo y cuestionamos la división “nosotros-ellos”.



b) Mantener su atención

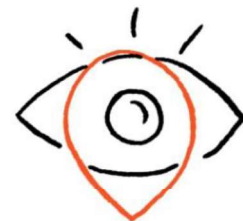
Generar una conexión es importante, pero el reto pasa por conseguir que la otra persona mantenga su atención y escuche con interés nuestros argumentos e historias.

Mensajes en positivo, no a la defensiva. Por ejemplo, si insistimos en decir *“esto no es así...estás equivocado...esto no es verdad...esto no tiene ningún sentido”* haremos que se active la protección del ego y no conseguiremos resultados. Esto no significa eludir los elementos complejos o conflictivos, pero sí que debemos proponer ideas y argumentos en positivo que estimulen a la otra persona a reflexionar y a cuestionarse.

Claro, comprensible y... catchy⁶. Si ya es complicado cuestionarle a alguien una creencia, todavía lo es más si basamos nuestra estrategia en exponerle muchos datos y argumentos complejos que requieran un esfuerzo mental. Incluso si lo conseguimos, lo más probable es que al cabo de poco se olvide de todo. Además de comprensible, nuestra información tiene que tener algo que capte la atención de la otra persona. Para ello, es fundamental comparar los datos con otras realidades, dividirlos, utilizar porcentajes, mirar su evolución para ofrecer mensajes simples pero potentes y muy vinculados a la realidad y no a abstracciones.

Fomentar la curiosidad. A todos nos gusta aprender cosas nuevas, sobre todo si tienen que ver con nuestros intereses y preocupaciones. Por ejemplo, si queremos compartir información sobre el aumento y evolución de la inmigración en la ciudad, lo podemos hacer de manera que fomente la curiosidad: *“El otro día me enteré del número de residentes que los expertos estiman que tendría nuestra ciudad si no hubiera venido ninguna persona inmigrante durante los últimos 50 años...¿sabes cuántos?”*

Rebajar la tensión. A menudo no podremos evitar que el diálogo suba de tono y nos cueste controlar las emociones. Cuando identifiquemos un tema concreto que genera tensión y del que nos resulta difícil salir, es importante saber reconducir la conversación temporalmente hacia temas más neutros. También puede ser útil el humor para generar distensión, pero hay que utilizarlo bien porque sino puede resultar contraproducente.



⁶ En la fundación [Gapminder](#) presentan los datos de manera innovadora, traduciéndolos en mensajes simples y rigurosos.

c) Romper estereotipos y corregir la desinformación

En las explicaciones de la otra persona quizá hayamos detectado el uso de estereotipos y de información que sabemos que es errónea o poco rigurosa. En ese caso, es importante que aportemos información que “corrija” esa desinformación, pero lo tenemos que hacer de manera estratégica para que no se sienta aleccionada.

Evidenciar su desconocimiento de manera indirecta. La mejor manera de decirle a la otra persona que no conoce bien los hechos es dejar que se de cuenta ella misma para no activar su barrera de protección del ego diciéndole que sabe menos de lo que piensa. Si por ejemplo detectamos que desconoce la legislación sobre algo de lo que estamos hablando, es mejor “recordarle” esa información que refuerza nuestro argumento, en lugar de decirle: *“¿no sabes lo que dice la ley? ¿no sabes que la Convención de Ginebra de 1951 y su Protocolo de 1967 son el núcleo del sistema de protección internacional?”*

Cuestionar las generalizaciones. Si observamos que la otra persona ha utilizado estereotipos negativos y generalizaciones muy poco rigurosas sobre un determinado colectivo, tenemos que contrarrestarlas y evitar la homogeneización y la posible “deshumanización” de estos colectivos. Para ello, mostraremos la diversidad de perfiles de las personas que forman parte de ese grupo, enfatizaremos las similitudes o elementos comunes que comparte con personas de ese grupo e intentaremos redibujar las líneas que separan los grupos. Una opción es recurrir a experiencias personales o historias de personas cercanas, que incluya alguna información o dato riguroso que ayude a cuestionar esos estereotipos.

Corregir las creencias falsas sin aleccionar. Si identificamos que la otra persona basa gran parte de sus argumentos en información incorrecta, es importante que intentemos corregirlos, pero siempre evitando el riesgo de reforzar más esas creencias. Si en su explicación asegura que *“a los inmigrantes les dan las ayudas sociales antes que a los de aquí”*, tenemos que intentar corregir esa desinformación. No es fácil porque la otra persona también puede hacer referencia a datos que ha visto: *“me enseñaron la lista de todos los que recibieron la ayuda y todos eran apellidos extranjeros”*. De entrada, deberemos averiguar a quién se refiere por “inmigrantes” y de qué ayudas está hablando. A menudo, la mejor estrategia es la de pedirle a la otra persona que sea más específica y que concrete mejor sus argumentos. Al hacerlo, ella misma acostumbra a incorporar matices y a “corregir” su primer mensaje. A continuación, deberemos compartir información y argumentos que demuestren que sus creencias se basan en hechos y datos incorrectos, pero sin aleccionar: *“¿te acuerdas de Maite? esa amiga mía que te caía tan bien? Trabaja en servicios sociales y me explicó cómo funcionaba el sistema y lo que se tiene en cuenta son los criterios económicos y sociales, y el origen no tiene nada que ver. Se ve que...”*

La credibilidad de la información. Si queremos corregir una información errónea, tendremos más éxito si la otra persona considera que las fuentes de información que utilizamos son creíbles y rigurosas. Este es uno de los motivos por lo que es importante diversificar nuestras fuentes de información. Imaginemos que la otra persona está

vinculando el aumento de la “inmigración” en general con un aumento de la inseguridad y la delincuencia. Si tenemos información objetiva y rigurosa que cuestiona este vínculo, tenemos que compartirla de manera estratégica: *“Precisamente el otro día vi un reportaje en ese programa que te gusta tanto en el que el jefe de la policía local explicaba la evolución del número de delitos y destacaba que ahora estamos en uno de los niveles más bajos de la última década. También explicó que en cambio la percepción de inseguridad podía aumentar por otros factores indirectos y más subjetivos como...”*. A la otra persona le puede resultar sencillo cuestionar “nuestra” información, pero lo tiene más complicado para cuestionar al responsable de la policía.

Evitar reforzar los rumores. Los rumores funcionan por repetición, y aunque queramos desmentirlos corremos el riesgo de acabar reforzándolos. La mejor estrategia es intentar salir del marco del rumor y optar por estrategias indirectas que cuestionen esa información, pero a partir de historias y argumentos que propongan otro marco y otra narrativa. En aquellos casos en los que no podamos evitar hacer referencia al rumor, deberemos hacerlo de manera estratégica, como por ejemplo a través de la teoría del sándwich. Según esta teoría, lo mejor es que hagamos referencia al rumor pero en medio de dos mensajes en positivo que lo desmienten. Por ejemplo, ante el rumor de que *“los inmigrantes abusan de la sanidad pública y no nos lo podemos permitir”* la teoría del sándwich podría ser: *“¿Sabías que la mayor parte del presupuesto y de los servicios sanitarios van destinados a las personas mayores? Mira que es lógico, pero no lo había pensado nunca...las personas inmigrantes en cambio son más jóvenes y en general se encuentran más sanas...además el director del hospital público X que es tan prestigioso, explicó el otro día que las personas inmigrantes van menos al médico que los autóctonos y consumen menos medicamentos porque...”*

Con esto quizá provoquemos que la otra persona tenga que desarrollar y justificar mejor su postura, y es ahí cuando pueden aparecer las debilidades o incoherencias.

Desviar la atención hacia las motivaciones y causas de fondo para promover el pensamiento crítico y cuestionar rumores. Si la otra persona nos dice *“que los inmigrantes nos están quitando el trabajo”*, podemos optar por mencionar estadísticas y referencias complejas a la evolución del mercado de trabajo, pero será más eficaz si conseguimos averiguar qué preocupaciones o miedos se encuentran detrás de esa afirmación (miedo de perder su trabajo, familiares en situación de desempleo...). Nuestra estrategia podría ser dejar de lado la referencia a las personas inmigrantes y olvidarnos de cuestionar directamente ese rumor, y compartir alguna reflexión sobre las causas de fondo de la crisis económica. Es una forma de que la otra persona cambie de perspectiva y tenga que pensar en las causas que han provocado una situación y quienes tienen una mayor responsabilidad en esa situación. Así, es más probable que encontremos puntos de acuerdo y que rompamos el marco que vincula “inmigración – culpable del desempleo”.

Identificar los motivos “ocultos” de los que difunden los rumores y discursos estigmatizadores. Como apunta Ophelia Field, en su paper sobre las narrativas eficaces sobre migración, se ha demostrado que en algunas ocasiones puede ser útil que hagamos referencia a los verdaderos intereses que persiguen los que difunden esos discursos y rumores, y a quienes podemos considerar como irresponsables que persiguen dividirnos.

Pero tenemos que ir con cuidado y hacerlo solo cuando sea evidente porque de lo contrario pueden reaccionar a la defensiva si consideran que atacamos a referentes en los que confían.

d) Reforzar los motivos para el cambio

Finalmente, a parte de cuestionar los estereotipos y la desinformación, debemos reforzar los motivos que les pueden llevar a cuestionarse sus creencias

Visualizar las complejidades y las consecuencias negativas que puede tener en la vida de determinadas personas la postura que la otra persona está defendiendo. Si además lo hacemos desde sus propios intereses y valores, es más probable que consigamos generarle una tensión interna o incomodidad. En el ejemplo de la reagrupación familiar de las personas migrantes, podríamos explicarle las consecuencias que había tenido para esa persona cercana y para sus hijos el estar tanto tiempo separados. Este ejemplo lo podríamos acompañar de algún dato que mostrara la realidad de la reagrupación familiar (sobre todo si la fuente es un medio que la otra persona considera riguroso) y de cómo esas personas han pasado por situaciones complejas y traumáticas. Cuando las personas se dan cuenta de las complejidades y consecuencias que pueden tener sus creencias o propuestas, están más abiertas a cuestionarse sus ideas.

Una de las técnicas que se han demostrado más eficaces para que las personas se cuestionen sus propuestas y “soluciones” consiste en **pedirles que las desarrollen y concreten**. De esta manera, al tener que ir visualizando todos los pasos, se dan cuenta de las complejidades, dificultades y de las consecuencias negativas que no habían previsto en un ejercicio de simplificación de la realidad. Al pedirle a la otra persona que desarrolle sus planteamientos, a menudo se dará cuenta de sus debilidades y estará más abierta a cuestionarlos, aunque no lo exteriorice o reconozca en ese momento.

Aportar explicaciones alternativas. Cuando desmantelamos un rumor o una creencia errónea pero no proporcionamos una explicación alternativa, es más probable que la otra persona crea en esa idea equivocada muy pronto. Esto sucede porque esa creencia tenía una función, por ejemplo, servía para dar una respuesta simple a un problema complejo. Si eliminamos esa idea, dejamos un hueco y una pregunta sin responder. Por eso debemos esforzarnos en proporcionar explicaciones / narrativas alternativas que permitan sustituir la creencia errónea.

En el ejemplo anterior sobre la idea de que “los inmigrantes nos quitan el trabajo”, si simplemente nos limitáramos a desmentir esa idea con argumentos y datos sin aportar una explicación alternativa al aumento del desempleo, seguramente la persona seguirá creyendo que estaba en lo cierto.

Compartir ejemplos de personas que han cambiado de opinión. Funcionan muy bien las historias de personas (cercanas) que mantenían una posición similar a la de la persona con la que estamos dialogando y que cambiaron de opinión. Si somos nosotros mismos mucho mejor. *“Yo antes pensaba más o menos lo mismo, pero luego conocí a esta*

persona que trabaja en el departamento y me explicó que en realidad esto no era así porque no les dan ninguna ayuda por el simple hecho de ser extranjeros y todo depende de la situación económica”.

En resumen, el diálogo estratégico consiste en facilitar el proceso para que la otra persona se cuestione e incluso considere cambiar de opinión. Para ello, debemos ser muy conscientes de las barreras que podemos encontrar y saber escuchar, hacer las preguntas adecuadas, contar buenas historias y experiencias personales y saber presentar nuestros argumentos de forma estratégica.

Revisar el resultado e identificar las lecciones aprendidas. Finalmente, es muy importante que revisemos cómo ha ido y qué lecciones extraemos. Si dedicamos un tiempo a evaluar los resultados de nuestros diálogos mejoraremos más rápidamente (qué tipo de argumentos e historias creemos que han tenido un mayor impacto y cuáles no). También es necesario identificar los resultados concretos, por pequeños que sean, que hemos obtenido.

Finalmente, es importante que compartamos nuestras experiencias (positivas y negativas) con otras personas que también estén promoviendo estos diálogos difíciles. Por eso en el marco de las estrategias antirumores existen espacios para que los agentes antirumores compartan y sigan desarrollando nuevas habilidades. Pero debemos hacer más para apoyar y generar espacios de colaboración en red y seguir recopilando y compartiendo el valioso know how que acumulan estas personas que han decidido ser agentes activos de cambio.