

ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL 2017-2024*

The logo for Sejtem, featuring the word "Sejtem" in a stylized, orange, cursive font, tilted upwards to the right.

* El Plan Estratégico y la consiguiente Estrategia de EpTS de 2017-2022 fueron prorrogadas hasta 2024 en reunión de Junta Directiva del 13 de diciembre de 2021.

1.- INTRODUCCIÓN

En SETEM HH tratamos de articular propuestas en torno a un Consumo Crítico, Responsable, Transformador y Feminista (CRRTF), que posibilitan la construcción de un mundo donde los derechos humanos individuales y colectivos, así como el respeto a la naturaleza, priman en las relaciones entre personas, pueblos y culturas, para impulsar:

- el comercio justo y la soberanía alimentaria,
- las finanzas éticas,
- el respeto de los derechos laborales en el sector textil deslocalizado,
- la erradicación de las violencias machistas en el consumo,
- el fortalecimiento de organizaciones que tengan intencionalidad feminista o cuestionamientos de género, así como de colectivos que promuevan las diversidades sexuales,
- estrategias que favorezcan las diversidades funcionales a través del consumo.

El CCRTF promueve la construcción de nuevas identidades que cuidan los vínculos y las relaciones frente al individualismo y la desolación generada por la lógica consumista. Es una propuesta política que pone en valor el ser frente al tener, que toma como punto de partida una definición política centrada en los valores feministas, la sostenibilidad de la vida, las diversidades y la creación colectiva y horizontal. Este enfoque va más allá del consumo como actividad económica en un mercado monetarizado y pone el acento en las contribuciones inmateriales a una buena vida. Considera a las personas como ciudadanas, no meras consumidoras.

En este marco, nuestro modelo de transformación social apuesta por actuar prioritariamente desde el ámbito cultural, es decir, desde las actitudes, los valores y las normas que dan forma a las conductas y estructuras sociales, políticas y económicas de los diferentes grupos humanos que habitan el Planeta. En este sentido, abogamos por la diversidad cultural, que permite la multiplicidad de pensamientos, gustos, formas de ser y de estar en el mundo; de formas de relacionarse desde el respeto con la naturaleza y con los otros seres humanos y no humanos.

2.- CONTEXTO

Si bien es verdad que los problemas de pobreza, marginación y deterioro ambiental son ya cuestiones globales no menos cierto es que históricamente han sido, y actualmente son, los países empobrecidos quienes presentan unas situaciones de exclusión social y deterioro ambiental más sangrantes. Sin embargo, no se percibe una vinculación entre las causas de la pobreza en los países empobrecidos y los hábitos de vida y de consumo en los países enriquecidos. Para resumirlo con un ejemplo simplificado, no existe conciencia sobre el hecho de que el 20% de la población mundial (radicada mayoritariamente en los países enriquecidos) está utilizando y consumiendo el 80% de las materias primas y bienes de consumo de todo el mundo.

Esto se debe en primer lugar, al hecho de que salvo excepciones, la sensibilización se ha dirigido a dar a conocer la situación que viven los países empobrecidos; no siempre se abunda en las causas. No se llega a establecer un vínculo claro entre la problemática económica, social y ambiental de los países empobrecidos y los estilos de vida de los países enriquecidos ni las estructuras y relaciones político económicas que sustentan estos estilos de vida. En consecuencia, la población sigue considerando la pobreza de los países empobrecidos como un tema no inherente a su vida, no entiende la relación existente entre la situación local y la global, desvinculado de su realidad cotidiana, obviando, la mayoría de las veces, el fenómeno de la feminización de la pobreza y sus causas.

En segundo lugar, estrechamente relacionado con lo anterior, además de no vincular estas situaciones de exclusión con el sistema de producción y consumo capitalista- patriarcal, la mayoría de las personas en nuestra sociedad no son conscientes de su propia inserción en dicho sistema. Por consiguiente, no perciben la interdependencia entre nuestros estilos de vida y hábitos de consumo y las condiciones de vida de la población mundial.

Por otro lado, Setem Hego Haizea considera que se deben modificar las prácticas tradicionales de sensibilización, ya que no actúan explícitamente sobre la diferenciación por causas de género, contribuyendo a mantenerla y eliminando su potencialidad de transformación.

3.- ÁMBITOS DE TRABAJO EN EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Setem HH articula la estrategia de Educación para la Transformación Social a través de la sensibilización, la formación y la movilización e incidencia.

3.1. Sensibilización

Con el propósito de superar las deficiencias y limitaciones en los procesos de sensibilización llevados a cabo hasta entonces a través de las acciones de Educación para el Desarrollo por parte de las ONGDs, SETEM HH comenzó a diseñar hace ahora más de 10 años nuevas para implementar un nuevo modelo de hacer sensibilización: el programa de Municipios Éticos.

En este modelo SETEM HH integra la problemática del desarrollo humano y sostenible en los hábitos sociales individuales y colectivos de la población vasca.

Para poder llevar a cabo esta estrategia de transformación social, nos basamos en las redes asociativas ya existentes en los municipios para desarrollar nuestra propuesta de reflexión y acción, y por otra procuramos aportar una nueva dimensión en términos de sostenibilidad y responsabilidad a las entidades participantes. Estas entidades son representativas de una población cuyos estilos de vida y hábitos de consumo han cambiado mucho en los últimos 20 años, a nivel de capacidad e inserción económicas, de núcleo social, de hábitat, de ocio, de nivel educativo, de implicación sociopolítica etc. Es por ello que son el ámbito idóneo para: - por una parte, ir concienciando a las personas de que sus estilos de vida y hábitos de consumo tienen ciertos impactos, muchas veces negativos, sobre otras personas en todo el mundo y sobre el medio ambiente - por otra parte, aprovechar esa predisposición participativa que tienen las personas pertenecientes a estas entidades asociativas para animarles introducir pequeños cambios en su entorno asociativo, y como consecuencia lógica, a su vida cotidiana, en términos de responsabilidad personal y colectiva para con el desarrollo humano sostenible.

Esta forma de hacer sensibilización, que refuerza la conexión con el tejido social existente, ayuda a visibilizar también las líneas transversales subyacentes del trabajo de sensibilización para el desarrollo:

- la sensibilidad y el trabajo con las mujeres
- La capacitación de las entidades involucradas será maximizada, ya que responderá a los intereses definidos por ellas mismas
- La sostenibilidad operativa de las actividades y enfoques es la esencia misma de este proyecto, al pretender integrar los aspectos de desarrollo transversalmente en todas sus actuaciones
- Se trabaja violencias machistas y consumo, banca ética,..haciendo hincapié explícitamente sobre los derechos, tanto de los productores en los países empobrecidos y los de aquí, como los de los consumidores como actor determinante del mercado
- En los ámbitos del Consumo Responsable la sostenibilidad ambiental cobra especial relevancia
- Mediante este modelo de sensibilización se pretende confluir con el tejido asociativo y social existente y dar pasos para que las entidades sociales, culturales, deportivas, educativas y políticas vayan incorporando criterios y prácticas de Consumo Responsable en sus agendas.

El enfoque en esta estrategia de transformación, abunda en el vínculo existente entre los problemas de desarrollo de los países empobrecidos y los estilos de vida y hábitos de consumo de los países enriquecidos. Rompiendo con los esquemas de sensibilización centrados habitualmente en los derechos de las personas productoras del Sur (o las excluidas de los procesos productivos), también se hace hincapié en los derechos de las personas consumidoras del Norte: derecho a consumir productos de calidad, productos con un valor social y ambiental añadido y acompañados con información veraz sobre las condiciones en las que se han producido.

Se trata de aterrizar la visión del Consumo Responsable y Transformador como herramienta de transformación social tanto en el Norte como en el Sur global a una escala local, haciéndose eco de la máxima del movimiento alterglobalista "Piensa globalmente, actúa localmente".

Por tanto, la idea de esta estrategia de sensibilización consiste en confluir con el tejido asociativo existente, trabajando con entidades sociales, culturales, de mujeres y/o feministas, educativas y políticas para que éstas vayan incorporando pautas concretas de consumo responsable que darán resultados tangibles a nivel local (porque estas entidades trabajarán en sus municipios con la ciudadanía el CCRT).

3.- ÁMBITOS DE TRABAJO EN EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Durante el proceso de reflexión que condujo al Plan Estratégico 2010-2016 de SETEM Hego Haizea y que orientó el nuevo Plan Estratégico de SETEM 2017-2022, prorrogado hasta 2024, se reforzó la apuesta estratégica por la formación como otro de los elementos en los que se sustenta la Estrategia de Educación para la Transformación Social (EpTS).

SETEM HH considera que la construcción de un mundo respetuoso con los derechos de hombres y mujeres y el medio ambiente, basado en la justicia, la solidaridad y la equidad, requiere y, a su vez potencia, en una relación dialéctica, el fortalecimiento de una ciudadanía activa, comprometida y responsable, capaz de activar procesos de cambio social incluyentes. Este planteamiento conduce, de forma inexcusable, a la necesidad de habilitar espacios en los que las personas puedan encontrarse y reflexionar conjuntamente a través de dinámicas bien estructuradas, que impliquen a las personas desde sus propias experiencias, hábitos y actitudes.

La propuesta de formación "Factoría de Valores" se entiende como un proceso de transformación que, de forma individual y colectiva, nos hace crecer y nos invita a actuar, al compromiso y a generar cambio. Así pues, se promueve una transformación global mediante la implicación personal. Se dan a conocer las iniciativas transformadoras existentes (en el ámbito del CCRTF); se abordan temáticas que reflexionan sobre la cultura organizacional desde un enfoque no patriarcal; se fomentan habilidades creativas y constructivas para la movilización y, la creación de alternativas colectivas.

La propuesta formativa está atravesada por el enfoque feminista, tanto en los contenidos como en la forma de hacer; por el enfoque global-local porque se busca mostrar la conexión entre las problemáticas y las luchas de diferentes territorios con los impactos globales y los desafíos compartidos; y, por el enfoque de evaluación continua.

Por tanto, la idea de la estrategia formativa es contribuir al fortalecimiento de una base social más preparada y comprometida con la movilización social y la incidencia política, desde la propia experiencia.

3.3. Movilización e incidencia

La movilización e incidencia social y política es un ámbito central en la estrategia de EpTS.

SETEM HH denuncia realidades de desigualdad e injusticia a través de la investigación crítica y propositiva del consumo desde un enfoque feminista y decrecentista. El objetivo de la denuncia es, con una metodología creativa, sensibilizar, reforzar el espíritu crítico y la disconformidad social, como puntos de partida para generar cambios y fortalecer alternativas de producción y consumo crítico.

Por tanto, la idea de la estrategia de movilización e incidencia es denunciar ante decisores políticos y económicos los efectos del modelo de consumo actual en las personas, en la naturaleza y en la producción de las violencias machistas, para ofrecer la alternativa del CCRTF.

4.- MODOS DE HACER EN EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Tal y como queda recogido en el Plan Estratégico 2017-2022, SETEM HH es una organización “de personas enredadas con otras: conectamos lo que somos y lo que queremos ser con la que las otras son y quieren ser”.

Este modo se va concretando en:

- El trabajo se realiza por localidades en los tres territorios aprovechando las relaciones sociales y vínculos funcionales ya existentes. Las personas se conocen y saben estimar mejor el potencial y posible impacto de las acciones que se lleven a cabo. A esta escala local, el empoderamiento de la ciudadanía y sobre todo, el protagonismo de mujeres se traslada enseguida a la práctica cotidiana de la localidad.
- Se trabaja con colectivos asociaciones y grupos sociales ya existentes, que quieran introducir gradualmente temas de consumo crítico, responsable y transformador para desarrollo en su agenda propia. Es de vital importancia la relación que se vaya construyendo con las entidades y que se cuide mucho la confluencia equilibrada de agendas.
- Se promueven articulaciones internacionales, nacionales, y locales (Campaña CRL, Banca Armada, Objeción Fiscal,...).
- Utilización de la metodología/herramienta de Mapeo de Alcances para multiplicar la incidencia y los cambios en el entorno y en los comportamientos.