

CALMAR DUDAS

1. Normaliza las reacciones negativas.

Permite que el público reconozca sus emociones negativas, como la ansiedad, el miedo o la frustración, que pueden surgir ante propuestas o políticas de vivienda accesible. Escuchar las opiniones de los demás les hace sentir que son vistos, escuchados y respetados.

2. Evita juzgar.

Cuando los mensajes nos dicen directamente cómo debemos actuar o sentirnos, es más probable que estemos en desacuerdo. Cuando el público en general percibe un tono de juicio pueden encontrar más dificultad para sentir compasión hacia las personas y comunidades que buscamos apoyar. Escuchar sin juzgar ayuda a mantener abierta la conversación y evita que las personas dejen de prestar atención.

3. Cuenta una historia sobre un cambio de opinión.

Describe cómo alguien con reacciones negativas similares cambió hacia una percepción más positiva. El mostrar cómo una persona pudo cambiar su punto de vista, ya sea por experiencias, nueva información o una reflexión más profunda, hace que la historia sea auténtica, creíble y accesible.

4. Ayuda al público a imaginar resultados positivos.

El uso de historias que incluyan personas con valores, experiencias o creencias similares a aquellas con las que tu público pueda identificarse, permite que puedan imaginar resultados más positivos.

5. Cuenta las historias de distintas maneras.

Las historias de cambio de opinión pueden utilizarse tanto en comunicaciones breves como extensas, como publicaciones de blog, artículos de opinión o publicaciones en redes sociales. Utilizar varios formatos te permite conectar con el público general en aquellos espacios donde ya están, a la vez que aprovechas al máximo cada historia que publicas.



La Guía *El Buen Vecino* ayuda a generar respaldo público a las políticas de vivienda inclusiva.

Esta hoja informativa forma parte de una serie de guías que pueden utilizarse de manera individual o conjunta para generar apoyo a las políticas de vivienda inclusiva en Colorado. Está basada en estudios realizados con personas en Colorado y en el marco de comunicación con base científica *Heartwired*.

Para acceder a la guía completa *El Buen Vecino*, visita bit.ly/goodneighbor toolkit.